Animirani filmovi iz perspektive roditelja

Stojićević Kovačić, Maja

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Split / Sveučilište u Splitu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:172:896772

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

Repository of Faculty of humanities and social sciences

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU
FILOZOFSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

ANIMIRANI FILMOVI IZ PERSPEKTIVE RODITELJA

MAJA STOJIĆEVIĆ KOVAČIĆ

Split, 2020.

Odsjek za rani i predškolski odgoj i obrazovanje

Diplomski studij za Rani i predškolski odgoj i obrazovanje

Predmet: Dijete i mediji

ANIMIRANI FILMOVI IZ PERSPEKTIVE RODITELJA

Student:

Maja Stojićević Kovačić

Mentor:

doc.dr.sc.Morana Koludrović

Split, rujan, 2020. godina

Sadržaj

1. Uvod....1

2. Uloga medija kod djece rane i predškolske dobi....2

2.1. Suvremeni mediji: definicije, podjela i uloga u osobnom i društvenom kontekstu ...2

2.2. Uloga medija u ranom djetinjstvu....5

2.3. Uloga roditelja u medijskom odgoju....9

2.4. Medijska pismenost roditelja: važnost, načini, utjecaj na djecu....11

3. Animirani filmovi....12

3.1. Povijesni razvoj, vrste, podjele....12

3.2. Razlike između starih i novih animiranih filmova....16

3.3. Važnost animiranih filmova tijekom odrastanja – prednosti i negativnosti....19

4. Metoda istraživanja....21

4.1. Cilj i problemi ……...……21

4.2. Postupak, instrumenti i sudionici istraživanja…….21

5. Rezultati i rasprava....22

5.1. Medijske preferencije i navike djece s obzirom na upotrebu medija……22

5.2. Stavovi roditelja prema animiranim filmovima……..……..30

5.2.1. Navike roditelja kad su u pitanju animirani filmovi i njihovi stavovi o utjecaju na djecu…….……..…30

5.2.2. Stavovi roditelja o animiranim filmovima njihovog djetinjstva i usporedba starih i novih animiranih filmova……..……....37

5.2.3. Stavovi roditelja o nasilju u animiranim filmovima i negativnim stranama istih…….…….....43

6. Zaključak……..49

7. Literatura…….….52

Sažetak....59

Abstract....60

Prilozi....61

1. Uvod

Animirani filmovi su od samog nastanka do danas vrlo privlačan oblik zabave djeci i odraslima. Istraživanja na temu animiranih filmova u Hrvatskoj nisu toliko česta što je bio još veći izazov. Željeli smo istražiti stavove roditelja o animiranim filmovima, o tome što oni misle o animiranim filmovima koje su oni gledali u djetinjstvu i o animiranim filmovima koje gledaju njihova djeca. Jednako važnim činilo nam se istražiti medijske preferencije i navike djece kad su u pitanju mediji. Neznanje ja najgori neprijatelj kad se radi o odgoju djeteta. Medijska pismenost je suvremeni pojam bez kojega ne bi smjelo biti upotrebe medija. Medijska pismenost omogućava roditelju kritička promišljanja i stavove o upotrebi medija. Sami mediji su izvor edukativnih sadržaja koji sadrže upute kako ih pravilno koristiti. Roditelji su primarni skrbnici djeteta koji su dužni pomoći djetetu da i ono postane medijski pismeno i spremno suočiti se sa brojnim medijskim izazovima. Cijeli odgojno-obrazovni sustav ima odgovornost.

U teorijskom dijelu ovog rada definirat ćemo medije i navesti vrste medija. Nakon toga nekoliko poglavlja će biti posvećeno ulozi medija u ranom djetinjstvu kao i ulozi roditelja u medijskom odgoju i medijskoj pismenosti. Bavit ćemo se animiranim filmovima nastankom, vrstama i podjelama, razlikama između starih i novih animiranih filmova i o važnosti animiranih filmova. Nakon teorijskog pregleda, slijedi istraživački dio u kojem smo htjeli ispitati stavove roditelja o medijima i o navikama i preferencijama njihove djeca, ali i ispitati stavove roditelja o animiranim filmovima i kako oni vide animirane filmove koje su oni gledali u djetinjstvu i animirane filmove koje gledaju njihova djeca.

2. Uloga medija kod djece rane i predškolske dobi

2.1. Suvremeni mediji: definicije, podjela i uloga u osobnom i društvenom kontekstu

Razvojem društva razvijaju se i mediji. Mediji su sredstva koja utječu na živote ljudi i upleteni su u sve segmente života. Mediji utječu na procese odrastanja, socijalizacije, a isto tako manipuliraju ponašanjem i potrebama odraslih ljudi. Zgrabljič-Rotar (2005) vrlo slikovito ističe kako su mediji u današnjem svijetu izvori brojnih informacija, sredstvo komuniciranja, sredstvo razmjene mišljenja, mjesto sučeljavanja različitih svjetonazora, sredstvo proizvodnje žanrova i mjesto razvoja popularne kulture. Riječ medij potječe od latinske riječi *medius* što znači sredina, sredstvo, a označava kako su mediji sva sredstva kojima se prenose vijesti, poruke, obavijesti (*Hrvatska enciklopedija*: mrežno izdanje, 2020).

Postoje brojne definicije medija i razlikuju se ovisno o tome tko ih definira i koji je pristup promatranja medija. Postoji teorija medija koju je uspostavio Marshall McLuhan (2008) u knjizi koju je napisao 1964. godine, „Razumijevanje medija“ u kojoj ističe kako je medij poruka i to poruka koja unosi promjenu u odnose među ljudima. On medije tumači kao produžetke tijela koji utječu na razvoj čovjeka. Za njega medijske poruke (baš kao i u današnje doba) djeluju zastrašujuće zbog mogućnosti kontrole i nastanka novih, kako ih on naziva, produžetaka. McLuhan (2008) ističe kako automatizacija svega za što su prije bili potrebni ljudi, a sada strojevi, uzrokuje novu vrstu komunikacije i zbog toga se ukidaju radna mjesta, ali s druge strane ista ta automatizacija stvara neke nove uloge i vrste komunikacije koje mehanički rad nije poznavao. Nesavršenost čovjeka, upotpunjena tim produžetkom (ako gledamo sadašnjost to su svakako „savršeni“ pametni telefoni), pruža trenutno zadovoljstvo i momentalnu dostupnost svim podacima, ali upitno je koliko čovjeka to na kraju istinski zadovoljava i usrećuje, a koliko uznemiruje.

Brojna istraživanja su provedena kako bi se ustanovilo kako mediji utječu na ljude i njihovo ponašanje. Zanimljivo je istraživanje Hampton, Rainie, Shin i Purcell. (2015) provedeno sa 1800 ispitanika u istraživačkom centru Paw u Washingtonu 2015. godine koje se bavilo pitanjem uzrokuju li mediji više stresa nego što oslobađaju od njega, odnosno umanjuju ga. Rezultati tog istraživanja pokazali su kako upotreba medija nije direktno, već neizravno povezana sa stresom i to na način da je stres povećan kod ljudi koji imaju veliku razinu suosjećanja i snažnog doživljavanja događaja u životima drugih (npr. društvene mreže)

(Hampton i sur, 2015). Plenković (2019) zaključuje kako se mediji kakvi su oni danas ne mogu promatrati samo kao tehničko sredstvo komuniciranja pomoću kojeg se razmjenjuju informacije, već su mediji spoj jedinstvene informacije (čovjek je kreativni autor informacije koja je prepoznatljiva) i tehničkih mogućnosti. Medij je sredstvo za prijenos poruka, vijesti, obavijesti i sl., obično širokomu krugu ljudi (https://www.medijskapismenost.hr/pojmovnik/). Vladimir Biti (prema Jurčić, 2017) je naveo kako se mediji mogu definirati na više načina. Mediji mogu biti auditivni, taktilni, olfaktivni i vizualni (fiziologijski). Mediji mogu označavati ono čime se izražava nova poruka (medij je tvar -fizički). Mediji mogu značiti sredstvo koje posreduje između proizvodnje i potrošnje (tehnologijski), dok sociološki gledano medij se može tumačiti kao okvir komunikacije (npr. znanost, obrazovanje, politika…).

S druge strane britanski znanstvenik koji se bavi medijima John Fiske (prema Jurčić, 2017) dijeli medije na prezentacijske, reprezentacijske i mehaničke. Prezentacijski mediji se odnose tijelo, lice i glas. Reprezentacijski mediji odnose se na knjige, fotografije i slike. Mehanički mediji su radio, telefon i televizija. Upravo mehanički mediji koriste se i kao prezentacijski i reprezentacijski u komunikaciji.

21. stoljeće donijelo je velike inovacije kad je razvoj medija u pitanju. Medij više nije samo sredstvo prenošenja osnovnih informacija, tj. ono nije više sredstvo preko kojega će ljudi biti informirani, već je ono sredstvo koje direktno kreira mišljenje ljudi, sredstvo koje „odlučuje“ što je dobro za njih i sredstvo pomoću kojeg se manipulira kako odraslim ljudima tako i djecom. Mediji više nisu tradicionalni te su postali sveprisutni, a nerijetko se čini i da su i nametljivi, ali i kreirajući. U prilog tome ide istraživanje koje je proveo Obradović (2007) gdje je utvrđeno kako su novinari (oni koji plasiraju i kreiraju informacije) informaciju o nasilju na jednoj utakmici na Malti iskoristili kao novo moguće nasilje na novoj utakmici između Dinama i Hajduka. Tim potezom velika pažnja se pripisala nasilju, preuveličavalo se i stvarao se kontekst događaju koji se još nije niti dogodio. Na takve načine stvara se nasilnička slika stvarnosti, jer za nasilnike je to kao neka vrsta nagrade, a istovremeno se i narušava ugled novinarstvu. Longhurst, Smith, Bagnall, Crawford, Ogborn (2017) ističu kako nasilje koje se prikazuje na televiziji, ali se prikazuje kao da je ono zabava, omalovažava i čovjeka i sve društvene i moralne zakone.

U nastavku poglavlja slijede definicije još nekih pojmova kao što su masovni mediji, novi mediji i elektronički mediji.

Početak novih medija, objašnjava Paić (2008), smatra se nastanak radija, a potom i televizije. Novim medijima se, pod utjecajem razvoja interneta i računalne tehnologije, nazivaju i digitalni mediji. Oni obuhvaćaju još i DVD, CD-ROM, MP3, IPOD, e-mail, World Wide Web

i drugi. Digitalizacijom nastaje spoj svih dosadašnjih tehnika komunikacija, koje u konačnici prepoznajemo kao pametne telefone, igraće konzole, tablete i slično.

Elektronički mediji, kako stoji u Leksikonu radija i televizije (2016) su radijski i tv kanali kao i publikacije kao što su web izdanja knjiga, novina ili portala, a obuhvaćaju žičani ili bežični, satelitski, digitalni i analogni prijenos podataka. Masovno društvo je ono koje je povezano s industrijalizacijom, konzumerizmom i urbanizacijom, ono čini velika masa ljudi u kojoj svaki pojedinac ima vlastiti integritet, ali izloženost vanjskim utjecajima je velika i jaka (Dulčić, 2014). Masovnom (globaliziranom) društvu odgovaraju masovni mediji (sredstva masovne komunikacije – tisak, tv programi, radio stanice, teletekst, elektroničke publikacije, Internet...) koji služe kako bi se odvijala masovna komunikacija pomoću koje će se informirati mase (javnost) o temama bitnima za društvo. U tom kontekstu Dulčić (2014) ističe kako je razvojem interneta, društvenih mreža i raznih platformi koje su svima dostupne, sve manja mogućnost kontroliranja informacija (društveno-politički) jer svatko može objavljivati podatke i koristiti ih u osobne svrhe.

S obzirom na analizu funkcije medija, Jurčić (2017) ističe kako svaka vrsta medija ima neku drugu funkciju. Dok su tiskovine primarno tu kako bi nas informirale, televizija ima uz to i funkciju zabave. Mediji, a posebno oni najsuvremeniji, imaju dozu spektakla i senzacije i potiču ljude na potrošnju, što također utječe na formiranje mišljenja ljudi. Mediji ljude mogu zabavljati, pružiti im uvid u informacije, činiti ljude sretnima i opustiti ih, ali ih mogu i uznemiriti (Jurčić, 2017:135). Stoga vrijedi općeniti zaključak svih autora koji se bave ovom problematikom, a taj je da mediji nisu niti štetni, niti korisni, a mogu biti i jedno i drugo.

Noam Chomsky (2002) istražujući medije i njihov utjecaj dijeli iste na dva područja: elitne medije i masovne medije. Elitni mediji su oni čiji sudionici imaju velike količine novčanih sredstava, oni su povlašteni, oni su dio političkog sustava i okvir u kojem se nalaze svi ostali mediji. Chomsky (2002) naglašava kako su elitna sveučilišta dio te povlaštene elite, pa se i obrazovanje odvija na način koji vlada u medijima, a to je princip da postoje određene stvari o kojima nije prikladno govoriti i određene misli o kojima nije prikladno razmišljati (Chomsky, 2002: 8-9). Stvarni, odnosno svima dostupni masovni mediji, jedan su dio medija koji se brinu o odvraćanju pažnje od onih stvari koje elitni dio medija želi sakriti.

2.2. Uloga medija u ranom djetinjstvu

Djeca su vrlo osjetljiva populacija i sve ono što utječe na njih treba posebno istražiti i posebno se time baviti. Mediji svakako imaju važnu ulogu u socijalizaciji i važni su za dijete. Današnje generacije djece žive doslovno s medijima i medijskim sadržajima u većoj mjeri nego generacije djece prije (Ilišin, Marinović Bobinac i Radin, 2001). Osim djece tako žive i njihovi roditelji, koji su model ponašanja. Ono što Ilišin (2001) smatra bitnim je odgoj za medije koji uvodi sve bitne ljude u odgoju djeteta u načine korištenja, selektiranja i razumijevanja sadržaja. Isto tako ona kaže kako je socijalizacija proces pomoću kojeg se čovjek prilagođava društvu, ali i uči poželjne oblike ponašanja, norme, vrijednosti i slično. S druge strane Zvonarević (1989, prema Ilišin, 2001) smatra kako se to učenje u procesu socijalizacije ostvaruje kroz imitaciju, uvid u situacije, pokušaje i pogreške i asocijativno učenje. Ti procesi su najsnažniji u djetinjstvu, ali traju cijeli život. Socijalizacija je u ovom kontekstu tumačenja medija bitna jer su mediji jedan od faktora socijalizacije. Primarni socijalizacijski čimbenici su obitelj i vršnjaci, a sekundarni su upravo mediji, škola, društveno i političko okruženje (Dekker, 1991, prema Ilišin, 2001). Utjecaj svih tih faktora na razvoj djeteta vrlo je različit i ovisi o cijelom kontekstu u kojem dijete odrasta. Iako je obitelj primarni faktor odrastanja i socijalizacije njemački psihijatar i neuroznanstvenik Manfred Spitzer (2018) u svojoj knjizi „Digitalna demencija“ navodi kako djeca ne razmišljaju kritički i sve ono što se njima prikazuje u medijima ne čini ih zaštićenima od neprimjerenih sadržaja. Upravo su, primjerice, televizijske reklame namijenjene sve mlađoj djeci i ciljano se obraćaju njima, što rezultira prevelikim poznavanjem sadržaja svih proizvoda u trgovinama i pritiska na roditelje. U prilog tome ide istraživanje koje je provedeno u Americi (Minnesota i Washington) na uzorku od 1009 roditelja djece do dvije godine (Zimmerman, Dimitri i Meltzoff, 2007), a dobiveni rezultati pokazuju kako djeca u prosjeku s devet mjeseci počinju gledati televiziju, a 90 posto svakodnevno gleda televiziju prije nego što su navršili drugu godinu (djeca mlađa od 12 mjeseci po jedan sat dnevno, djeca s 24 mjeseca od jedan sat i trideset minuta i više).

Njemački portal Spiegel Online (2011) objavio je članak o televizijskom programu namijenjenom bebama. Zastrašujuće zvuči podatak da je u svrhu istraživanja program obustavljen na nekoliko sati, nakon čega je tv mreža dobila stotine paničnih poziva o programu i kvaru jer su bebe naviknute spavati uz televizijsku sliku i nitko ih ne može umiriti. Televizijski program namijenjen je bebama od četiri do 24 mjeseca i to je industrija koja teži preko 500 milijuna dolara. Posebno naglašavaju kako je vrlo dopadljivo kad dijete koje jedva hoda pleše

i veseli se gledajući sliku žutog voća na *Baby* televiziji, ali u stvari dijete se ne razvija samo razvijanjem jezika (učenje naziva žutog voća) već se razvija istraživanjem i interakcijom s okolinom (Buß, 2011).

Stoga je zanimljivo mišljenje Spitzera (2018) koji je istaknuo kako ono što ne radimo aktivno, mozak najčešće zaboravlja, on se razvija i nije statičan, njega razvijaju aktivnosti i on se stalno mijenja i nadograđuje. Upravo pasivnost mozga (a to se događa pred ekranima) onemogućava razvoj samokontrole, vlada nemir i nemogućnost kontroliranja motorike, te stalno nešto odvlači pažnju. Drugim riječima neuroni u mozgu prerađuju informacije u obliku električnih impulsa, koji se prenose među živčanim stanicama preko vlakana na čijim su krajevima sinapse (poveznice) koje sadrže neurotransmitere (prijenosne tvari). Neurotransmiteri se oslobađaju te se dobije impuls koji budi iduću stanicu(Spitzer, 2018). Spitzer (2018) zaključuje kako je bitno to da se sinapse stalno mijenjaju, a količina promjena ovisi o tome koriste li se one ili ne.

Wartella, Richert i Robb (2010) su usporedili rezultate istraživanja o upotrebi televizije kod djece još od pedesetih godina te su zaključili kako se dogodio nagli porast gledanja televizije kod djece mlađe od jedne godine. U devedesetim godinama broj djece mlađe od jedne godine koji gledaju televiziju bio je manji od 5 posto, a 2003. godine je narastao na 57 posto djece. U istom se istraživanju pokazalo da dok je broj djece mlađe od jednu godinu koja gledaju televiziju značajno porastao, broj djece od jedne godine koja gledaju televiziju od devedesetih godina nije značajno porastao (Wartella i sur., 2010). Devedesetih godina je, prema tom istraživanju, 50 posto djece gledalo televiziju, a 2003. godine je 60 posto djece gledalo televiziju. Wartella i sur. (2010) upozoravaju kako je televizija upaljena skoro cijeli dan, te navode da i onda kad odrasli članovi obitelji televiziju ne gledaju ona djeci odvlači pažnju, a isto tako djeca imaju televizore u svojim spavaćim sobama. Ostalo slobodno vrijeme obitelji vrlo često ne pripada nekim zajedničkim aktivnostima (izleti, društvene igre, sport) već pripada korištenju drugih masovnih medija. Pojavom programa i sadržaja za malu djecu pojavio se trend isticanja obrazovne komponente npr. na kutijama DVD-ova, što je stvorilo dodatni interes roditelja. Povjerenstvo za trgovinu 2006. godine je tražilo ograničavanje tih natpisa o obrazovnoj komponenti (Wartella i sur., 2010).

Brojni roditelji su s pravom zabrinuti i zbog nasilja ili eksplicitnih sadržaja u medijima. To potvrđuje istraživanje Poliklinike za djecu i mlade grada Zagreba i Hrabrog telefona koji su dobili podatke kako je 54% djece naišlo na stranice sa sadržajem u kojem su goli ljudi ili ljudi u spolnom odnosu, a 24% djece su dobili poruke od oglašivača pornografskih stranica. Roditelji su djeci podrška i netko tko će s njima razgovarati, a ne ih „uhoditi“ (Ciboci, Kanižaj i Labaš i Hrpka, 2020).

Martinić (1994, prema Jurčić, 2017) navodi da su funkcije medija selekcijska, informacijska, pedagoška, estetska i zabavna. Upravo ova posljednja zabavna funkcija medija djeci je svojstvena. Zabavna komponenta medija kao i sadržaji za djecu pružaju im zanimljivo provođenje vremena uz to i estetski privlačno. Djecu privlače razni zabavni sadržaji namijenjeni njima. To su animirani filmovi, igrane serije i razne emisije, ali i reklame. Djecu privlače i zabavni sadržaji koji su namijenjeni odraslima, ali nisu primjereni za djecu. Ipak, ne čudi ako ih i odrasli gledaju zajedno s djecom. Računalne i video igrice također su mediji koje djeca često koriste. Tako Labaš i Marinčić (2018) navode kako se masovno stvaraju medijski sadržaji koji su manipulativni, zatim sadržaji koji potiču konzumerizam i senzaciju pa i nasilje i negativno utječu na dječju svakodnevicu. Isti autori opisali su brojna istraživanja. Jedno od njih proveli su 2010. godine bivši polaznici Komunikološke škole, zatim Ured pravobraniteljice za djecu i Odjel za medije Matice hrvatske, a istraživali su pojavu djece u dnevnim novinama. U 3.454 priloga iz novina spominjanje djece je uglavnom bilo u negativnom kontekstu (nasilje, zlostavljanje, kriminalne dječje aktivnosti, izvještaji o samoubojstvima, otkrivanje identiteta djece…) (Labaš, Marinčić, 2018).

S obzirom na sve te podatke može se zaključiti kako novinarska struka ponekad ne poštuje niti novinarski etički kodeks, kao ni prava djeteta, kao ni Kazneni zakon Republike Hrvatske. Prema tom Zakonu (2011) onaj tko iznosi podatke iz osobnog ili obiteljskog života djeteta putem medija dobit će kaznu zatvora do dvije godine, a ako navedeno napravi kao službena osoba tri godine zatvora. U istraživanju koje su proveli Labaš i Marinčić (2018) u dvije osnovne škole (184 učenika/učenice), rezultati su pokazali kako djeca medije najviše koriste u zabavne svrhe i to 63,40 posto, dok u obrazovne svrhe, kod kuće, ne koriste nikada. Od 184 djece 66,7 posto koristi računala, a zatim televiziju i mobilne uređaje.

Zbog velike upotrebe medija neosporno je kako mediji imaju utjecaj na djecu. Pojava interneta donijela je jednu novu dimenziju medijima i moglo bi se kazati kako je internet povezao sve medije i omogućio lakšu dostupnost medijskim sadržajima. Vjerojatnost negativnih utjecaja na djecu je veća što djeca više koriste medije. To se posebno odnosi na trenutke kad nitko nema kontrolu nad onim što djeca gledaju i kad se sadržaj ne bira, već se gleda sve po redu bez selekcije. Neka ponašanja poput agresivnosti mediji ne moraju „stvoriti“, ali mogu potaknuti na nasilje. Potter (2014) iznosi činjenicu kako djeca konzumiraju medije i njihov sadržaj interpretiraju na svoj način, šta navodi na potrebu za još većim razvojem medijske pismenosti u svim odgojno-obrazovnim institucijama, kao i u obitelji (no za to je potreban prvo rad na medijskom opismenjavanju roditelja, što također može biti dio obrazovnih i odgojno - obrazovnih ustanova). Ipak Cibioci, Kanižaj i Labaš (2018) ističu i brojne pozitivne strane

medija koji mogu u jednom trenutku pružiti informacije i uštedjeti vrijeme. To se odnosi i na djecu kojoj mediji mogu pružiti i obrazovnu komponentu kao i opustiti dijete. Probrani animirani filmovi mogu imati vrlo pozitivne učinke, ali mediji mogu biti i posrednici u pružanju pomoći ljudima (humanitarna pomoć-primjer djeci i njihovo sudjelovanje) (Ciboci i sur. 2018).

Biošić i Biošić (2018) ističu kako postoje cijele kampanje namijenjene djeci. Ti sadržaji uglavnom su puni brzih slika, jakih glazbenih zvukova i vizualnih efekata, a njihovi kreatori su svjesni kako djeca ovise o roditeljima te kreiraju što privlačnije sadržaje koji će natjerati djecu na traženje proizvoda ili usluga od roditelja, a svrha svega je profit. Medijski sadržaji za mlađu djecu predškolske dobi se sastoje od videa i fotografija uz prilagođeno pripovijedanje toj dobi (Biošić, Biošić, 2018). Ono što djeca vide u medijima za njih predstavlja stvarnost i oni zaista misle kako je nešto upravo takvo kako je prikazano (idoli, ideali ljepote i obrasci ponašanja – modeli). To se posebno odnosi na djecu predškolskog uzrasta koja kritički ne razlučuju i ne odvajaju npr. neki katastrofalni događaj na vijestima koji je stvaran ili neki događaj u nekom animiranom filmu ili reklami. Njihova pažnja je na vizualnim efektima, a ne na radnji. Tako je bebama ponekad i jako naporno gledati televiziju, mobitel, tablet, jer se teško mogu odvojiti od onoga što ih u tome privlači, ali isto tako ih medijski sadržaj može učiniti razdražljivima i stvoriti određeni stres (*Raising Child Network*, 2013). Isto tako velika uznemirenost može se pojaviti ukoliko se prokazuju neki strašni prizori npr. rata, ili čudovišta i likovi koji se naglo transformiraju. Djecu oko pete godine počinju zanimati glazbeni video spotovi koji često prikazuju seksualne slike, pokrete koje djeca oponašaju. Dok kvalitetne emisije i sadržaji za djecu mogu potaknuti na oponašanje nekih sadržaja koji su pogodni za razvoj djeteta. Djeca posebno vole kad im se likovi direktno obraćaju (*Raising Child Network*, 2013).

Nensi Blažević (2012) provela je istraživanje (fokus grupa) u dječjem vrtiću s djecom predškolske dobi o televiziji, reklamama i o dječjem programu. Dobiveni rezultati pokazali su kako djeca najviše gledaju reklame i animirane filmove, a pred televizorom su često sami i o sadržaju ne razgovaraju s roditeljima. Sadržaje sami biraju jer znaju koristiti daljinski upravljač. U konačnici, i u Konvenciji o pravima djeteta (1989) u članku 13. stoji kako dijete mora imati pravo na „slobodu traženja, primanja i širenja informacija i ideja svake vrste…“, a prema članku 18. „državne stranke će učiniti sve što je u njihovoj moći kako bi osigurali priznanje načela o zajedničkoj odgovornosti oba roditelja za odgoj i razvoj djeteta“ (Konvencija o pravima djeteta, 1989).

Pozitivne strane i utjecaji medija uvelike su povezani sa dobnom primjerenošću i praćenjem razvojnih obilježja određene dobi. Sadržaj koji je primjeren za dobnu skupinu od 3 do 6 godina, neće biti primjeren za jednogodišnjake. U prilog tome ide podatak koji navode Kolucki i Lemish (2013) da obrazovni televizijski sadržaji (emisije za djecu predškolske dobi) dokazano potiču spremnost za školu. Također ističu kako je suradnja i sklapanje prijateljstava pomoću medija moguća isto kao i agresivnost ili asocijalno ponašanje. Korištenje medija može poboljšati sposobnost tipkanja, koordinaciju ruku, potaknuti na brže razmišljanje ili pomoći razviti vještinu čitanja (*Masters in communications*, https://www.mastersincommunications.org/mass-media-good-bad-family/).

Isto tako, Matyjas (2015) navodi kako mediji proširuju znanja, mogu upoznati djecu sa nekim globalnim problemima i promicati kulturnu raznolikost, mogu i razvijati kreativnost, ali treba znati kako ih koristiti. Kikrokian, Wartella i Anderson (2008) usporedili su brojna istraživanja o utjecaju medija te zaključuju kako mediji imaju snažne utjecaje na djecu, a napredak tehnologije je velik i stalan. Ipak njih brine je li društvo ima tu sposobnost poboljšavati pozitivne aspekte medija, a smanjiti negativne (Kikrokian i sur., 2008:54).

Podatak koji je zajednički gotovo svim navedenim istraživanjima je taj da medije treba znati koristiti i kako sve ono što je u medijima, ako se nepravilno koristi ima negativne utjecaje, a sve što je dobno primjereno i ispravno upotrijebljeno može biti korisno.

2.3. Uloga roditelja u medijskom odgoju

Medijski odgoj je osim poučavanja i „istraživanje i zauzimanje kritičkog stava u stjecanju konačnih ciljeva medijskih kompetencija“ (Tolić, 2009: 102). Slično, Warren (2001, prema Bartaković i Sindik, 2016) navodi kako je roditeljska medijacija sve ono što roditelji rade kako bi pratili što djeca gledaju od medijskih sadržaja (kontrola, interpretacija i nadgledanje sadržaja). Bartaković, i Sindik (2016) proveli su istraživanje u dječjem vrtiću, a rezultati istraživanja su pokazali kako djeca televiziju gledaju oko 80 minuta dnevno i to dobno primjerene sadržaje, što ovi autori smatraju „optimističnim rezultatima“. Rezultati tog istraživanja su još pokazali kako roditelji od medijacijskih metoda najviše koriste raspravu o sadržaju, zatim ograničavanje sadržaja, a tek na kraju gledanje sadržaja s djecom. Još jedno istraživanje koje je proveo Sindik (2011) pokazalo je kako djeca roditelja koji više koriste medije i sama više koriste medije, djeca roditelja više ili visoke stručne spreme i srednje stručne spreme ne razlikuju se značajno u količini korištenja medija, dok obitelji s većim brojem djece

vremenski više koriste medije. Isto potkrepljuje i Tolić (2013) koja ističe kako su istraživanja u Njemačkoj pokazala kako je nedostatak obiteljske komunikacije povezan s korištenjem medija. U tom smislu posebno je važno istraživanje Nathannson (1999, prema Tolić, 2013) koje je pokazalo kako djeca čiji roditelji s njima pričaju o nasilju u medijima i ograničavaju im takve sadržaje imaju manje sklonosti agresivnom ponašanju, negoli u slučajevima kad roditelji ne razgovaraju s djecom i ne ograničavaju im takve sadržaje.

Prema Tolić (2009) pojam medijske kompetencije sadržava upotrebu medija, razumijevanje poruka i refleksiju. Brown (2011) navodi kako je Američka pedijatrijska akademija 1999. godine izdala smjernice za roditelje u kojima su upoznali roditelje s utjecajem medija na dijete. Istaknuli su preporuku svim pedijatrima koji bi trebali ukazati roditeljima na izbjegavanje televizije prije druge godine djetetovog života zbog nepovoljnih utjecaja na dijete. Oni smatraju da je to dob u kojoj ipak ima puno više nepovoljnih nego povoljnih utjecaja medija za dijete. Isto tako Brown (2011) navodi kako je jedno istraživanje pokazalo da postoje vrlo kvalitetni medijski sadržaji i djeca koja su ih gledala su poboljšala i socijalne i jezične vještine, ali ostaje nedokazana pogodnost za djecu do dvije godine.

Djeci su svi medijski sadržaji jako dostupni, a roditeljima su ti sadržaji često „pomoćnici“ u odgoju, odnosno nerijetko predstavljaju njihovu zamjenu i omogućuju im uštedu vremena. Naime, uz medijske sadržaje dijete je uglavnom mirno i okupirano sadržajem, pa roditelj može „u miru„ obavljati što želi. Roditelji iz neznanja i dovoljne neupućenosti djecu nenamjerno izlažu svakakvim sadržajima u medijima. Na relaciji roditelji-djeca-mediji postoji jedan paradoks, a taj je da smo u razdoblju u kojem roditelji vrlo često s jedne strane previše zaštićuju svoju djecu, a onda ih bez straha „uvaljuju“ u medijske sadržaje (pa čak i za odrasle) za koje djeca nisu razvojno spremna. Rješenje tog paradoksa ponudio je Mikić (2004) koji je istaknuo kako bi roditelji djecu trebali promatrati, ali ističe nikako uhoditi, već odgovorno sudjelovati u biranju sadržaja, objašnjavati djeci sadržaje i razgovarati s njima. Smatra također kako generaliziranje nije potrebno, tj. isticanje samo negativnih učinaka, jer je ključna upravo uloga roditelja koji mogu vrlo lako pomoći djeci da stvore kritičko mišljenje i formiraju stavove (Mikić, 2004).

Rečenicu koja svakoga može potaknuti na dublje sagledavanje ove teme je napisao Buchanan (2003, prema Tolić, 2013: 105) koji ističe kako su roditelji dobili „moćnoga suparnika u odgoju svoje djece, a to su mediji koji su u djeci pronašli lukavoga saveznika u bijegu od svijeta svojih roditelja.“

2.4. Medijska pismenost roditelja: važnost, načini, utjecaj na djecu

Na konferenciji *National Leadreship Conference on Media Literacy,* 1992. godine donesena je definicija medijske pismenosti koja kaže kako se medijska pismenost sastoji od dekodiranja, procjenjivanja, analiziranja i proizvodnje medijskog sadržaja, a cilj je kritički stav prema medijima (Aufderheide,1992). Medijska pismenost je jedna od vrlo bitnih pismenosti danas. Prema autorici Tolić (2009) medijska pismenost je mogućnost prepoznavanja simbola u radu na računalu i u korištenju drugih medijskih sredstava. Prema istoj autorici medijska pedagogija se bavi utjecajima medija na djecu i mlade. Medijska pedagogija sadrži medijsku pismenost, didaktiku, kompetencije, etiku i metodiku. Svi ti pojmovi su cjelina i svaki dio je bitan. Tako Nežić (2018) navodi kako je medijska pismenost prvi korak na putu za kompetentnost i snalaženje u medijskom svijetu, a onda i korak za pomoć djeci u stvaranju njihove medijske pismenosti. Sve obitelji su različite i svaki roditelji imaju drugačije odgojne stavove i pedagoške postupke, ali svaka obitelj danas ima dostupne medijske sadržaje na brojnim uređajima. Važno je naglasiti kako svaka dob djeteta ima drugačije odgojne smjernice za korištenje medija (Labaš, 2016). Medijska pismenost roditelja je uvod u medijsku pismenost djeteta. Kao što je već spomenuto, postoje negativni utjecaji medija, ali postoje i pozitivni učinci medija na djecu. Biti medijski pismen je dio roditeljske odgojne uloge jer zbog brojnih informacija koje su dostupne u medijima roditelju nije lako procijeniti što je ispravno. Roditeljska briga o medijskim sadržajima je jako značajna. Edukacija roditelja dio je odgovornosti cijele zajednice, odgojnih, odgojno - obrazovnih ustanova kao i cijele države.

Agencija za elektroničke medije izdala je 2016. godine „Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija“

(*Medijska pismenost*, https://www.medijskapismenost.hr/preporuke-za-zastitu-djece-i-sigurno-koristenje-elektronickih-medija/).

Roditelji bi tako trebali regulirati vrijeme gledanja (ovisno o dobi), količinu i sadržaj. Televizor bi trebao biti u nekoj prostoriji koju svi koriste zajedno, a mediji bi se trebali koristiti kad se naprave sve svoje obaveze. Roditelji bi trebali poznavati dobnu kategorizaciju medijskog sadržaja i ne prikazivati djeci neprimjerene sadržaje. Ipak. ako dijete slučajno vidi uznemirujući sadržaj svakako ga ne treba ignorirati već djetetu objasniti o čemu se radi. Isto tako dobro je poznavati razne zaštite kao što su kodovi, filteri i slično. Bilo bi dobro djeci i ukazivati na zanimljive sadržaje, upoznavati ih s tim sadržajima, a i pogledati ih nekad s njima

(*Medijska pismenost*, https://www.medijskapismenost.hr/preporuke-za-zastitu-djece-i-sigurno-koristenje-elektronickih-medija/).

Razne stručne i provjerene stranice sadrže podatke i brošure sa zanimljivim i prilagođenim sadržajima i za roditelje i za djecu i svakako su lako dostupni i korisni. Medijskom pismenošću stvara se kritički stav koji pojedincu omogućava poznavanje kulture u kojoj živi, ali omogućava mu stvaranje vlastitih značenja, stvaranje vlastitog identiteta, a samim time i utjecaja na tu kulturu (Kellner i Share, 2005).

Roditelji su model i ako oni cijeli dan imaju mobitel u ruci za dijete to postaje prihvatljivo i nešto što mogu i oni raditi. Zato roditeljska uloga nije lagana i u odgoju ne postoje sitnice, sve je vrlo važno i vrijedno pažnje. Danas postoje brojni članci, web stranice i portali, emisije (iako i njima treba vidjeti porijeklo i tko ih piše) gdje se roditelji mogu informirati, a isto tako mogu se obratiti odgojiteljima u dječjim vrtićima ili ostalim stručnim suradnicima u vrtiću. Djeci je bitno postaviti pravila i objasniti im zašto se ona uvode, gledati s djecom ponekad medijske sadržaje i razgovarati o njima. U svakom slučaju uvijek je bolje odabrati druženje s obitelji i vršnjacima nego upotrebu ekrana bilo koje vrste, zbog same dobrobiti za dijete i obiteljsko ozračje. Autor članka „*The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy"*, Koltay (2011) zaključuje kako je medijska pismenost važna za sve pojedince i one koji svjesno i namjerno koriste medije i one koji ih koriste nesvjesno i kako medijska pismenost mora imati važnu ulogu u cijelog obrazovnoj vertikali. On spominje termin tehnološke pismenosti koja bi značila stalno upoznavanje sa svakodnevnim novim tehnološkim inovacijama u svijetu medija, kako bi se na primjeren način koristilo alatima koji su potrebni i kako bi se donosile korisne odluke.

3. Animirani filmovi

3.1. Povijesni razvoj, vrste, podjele

Animirani filmovi su od svoje pojave oduvijek privlačili pažnju djece, ali i odraslih. Oni uvode svakoga tko ih gleda u jedan poseban zamišljeni svijet, svijet kakav ne postoji, a svojom privlačnošću i nestvarnošću nudi ono što bi bilo poželjno u stvarnosti. Animirani filmovi djeci nude nešto često novo i nepoznato, dok odraslima nude „našminkanu" stvarnost ili moglo bi se reći željenu viziju svijeta. U oba slučaja riječ je o zabavi, opuštanju i emocijama.

Još 1830. godine smišljena je igračka pod imenom *Zoetrope* koja se povezuje s nastankom animiranog filma, jer je princip nastanka slike u pokretu sličan. Sastoji se od traka papira na kojima su slike. Papir se umetne u pomični cilindar i kad se uređaj pokrene slike se vrte u krug. Kroz proreze se gledaju slike u pokretu, a brzina okretanja stvara iluziju pokreta (*Zoetrope & Praxinoscope.* http://www.zoetrope.org/zoetrope-history). *The flipp book* je jedna od najpoznatijih optičkih igračaka iz 19. stoljeća, jer se na svakom listu sa malim odmakom (tamo gdje završava crtež na prethodnoj stranici) crta novi crtež. Jednom rukom se knjižica drži za jedan kraj, a drugom se brzo okreću stranice. Također se dobije iluzija pokreta onog što je nacrtano (*History of Science Museum*, http://www.mhs.ox.ac.uk/exhibits/fancy-names-and-fun-toys/kinora/). Dva su animirana filma kojima se pripisuju počeci animiranog filma. Prvi je *Humorous phases of funny faces* autora J. Stuarta Blacktona iz 1906. godine. Film počinje scenom u kojoj ruka kredom crta lice muškarca, zatim žene, a potom muškarac ženi puhne dim cigarete u lice. To je bila era nijemog animiranog filma (*Dr. Grob's Animation Review,* 2020). Drugi je animirani film koji je crtan rukom pod nazivom „Fantasmagorie" autora Emila Cohla iz 1908. godine (*Finding Dulcinea,* 2011).

Sjećanja na animirane filmove uglavnom se javljaju tijekom cijelog života. Može se raditi o uvodnoj pjesmi, nekom stihu ili rečenici koju lik izgovara, o priči ili najdražem animiranom liku. „Sličice" iz animiranih filmova mogu čovjeku biti ono što je Proustu kolačić madeleine, okidač za neka sjećanja na ljude, kuće, trenutke, ideje, igračke, gradove. Upravo zato, može se kazati, kako animirani filmovi nose sa sobom cijelu „zgradu uspomena".

„To je prava pravcata nepravda!", „Kombiniram.", „Zdravo zmijoljupci. Ja sam Eustahije Brzić.", „Kidam nalijevo.", „ Mislim da sam vidio micu macu.", – rečenice su koje poznati animirani likovi izgovaraju, a te rečenice čine ih prepoznatljivima.

Lik mačka zvan *Felix the cat* pojavio se još 1919. godine., koji se smatra jednim od prvih popularnih likova animiranog filma. Nešto godina nakon, 1928. godine počela je nova era animiranog filma, a to je era zvučnog animiranog filma. Upravo tada prvi put je predstavljen jedan od najpopularnijih likova u povijesti animiranog filma *Mickey Mouse* u kratkometražnom filmu Parobrod Willie. To je ujedno bio prvi veliki uspjeh *Walt Disney* studija. Walt Disney je jedno od najspominjanijih imena u svijetu animiranog filma. Njegovi filmovi su ostavili utjecaja na brojne generacije. On i brat osnovali su *Walt Disney Production* i postali su jedna od najvećih producentskih kuća. Već 1955. godine otvorili su Disneyland, zabavni park koji je dao novu dimenziju poslovanju (Gleiberman, 2019). Kroz godine se o *Disneyju* i cijelom njegovom svijetu vode brojne polemike. Kritike se odnose na način prikaza žena u animiranim filmovima, na preveliku pojavu stereotipa i na cijelo korporacijsko carstvo koje je postalo

moćno, ne samo u svijetu animiranog filma, nego i u svijetu igranog filma. *Disney* kao moćna korporacija uvukao se u svijet potrošačkog društva. U današnje vrijeme svaki novi dugometražni animirani film (uglavnom *Disney)* za sobom povlači cijele linije igračaka za djecu, slatkiša i odjeće. Mnoga djeca koja vole neki drugi animirani lik, koji nije u trenutnom kinematografskom fokusu, neće, na njihovu žalost, vjerojatno pronaći ništa od navedenog na omiljenog junaka. Na takav način dijete je opet u centru potrošačkog društva koje će ga „prisiliti" da zavoli taj novi sveprisutan animirani lik.

Zanimljivo je promišljanje Davida Forgacs (1992) koji spominje kako mu se „ne sviđa" *Disnyjevo* bogatstvo u smislu monopoliziranja tržišta, ali da njegov uspjeh leži u tome što su i roditelji vezani za animirane junake pa se ljubav prenosi s generacije na generaciju. Također kaže kako su animirani *Disney* likovi s vremenom poprimili „slatkoću", izgledaju bebasto kako bi se razvila simpatičnost i naklonost prema njima (u početku nisu bili takvi). U jednom članku koji se bavi klasnim nejednakostima u *Disneyjevim* filmovima, naveden je podatak koji kaže kako je na Sveučilištu Duke provedeno sociološko istraživanje u kojem je zaključeno da je u *Disneyejevim* animiranim filmovima najčešća poruka da će težak rad izvući svakoga iz siromaštva. Isto tako od 36 analiziranih filmova 4% glavnih likova je siromašno, a biti marljiv je ključ uspjeha (Cuculić, 2016).

Od 1930. do 1950. godine nastupa zlatno doba američke animacije kada se pojavljuju brojni likovi koji su i danas popularni (*Warner Bross-Bugs Bunny, Disney- Donald Duck, Fleischer - Betty Boop, Popeye i drugi) (The history of animation*, bez dat.). Godine 1937. nastao je jedan od najpopularnijih animiranih dugometražnih filmova Snjeguljica i sedam patuljaka. Smatra se prvim dugometražnim animiranim filmom koji je cijeli crtan rukom. Uskoro su se počeli pojavljivati brojni animirani filmovi popularno nazvani crtići, animirani serijali. Neki od njih su *Flintstones, Yogi Bear, The Pink Panther, The Simpsons*, a zatim i kompjuterski animirani dugometražni animirani filmovi poput *The toy story (The history of animation*, https://history-of-animation.webflow.io/#Section-1). Na televizijskim programima u Hrvatskoj bilo je još mnoštvo „utjecajnih" animiranih likova. Lik Kalimera (studio *Organizzazione Pagot*), crnog pilića pojavio se u talijanskim reklamama 1963. godine, a animirani serijal nastao je u Japanu 1974. godine. Eustahije Brzić, plava zmija i njene avanture sa Japanskom Bubom, animirani je serijal nastao 1972. godine u Americi. Njemačka je imala svog animiranog junaka zvanog Sport Billy iz 1979. godine koji je u svom ruksaku imao sve što se može zamisliti (Morić, 2019).

Animirani film je jedan od filmskih rodova, a nastaje animiranjem različitih materijala (crteža, predmeta, plastelina, lutke, kolaža i drugo). Prema dužini trajanja animirani filmovi se

dijele na kratkometražne (do 60 minuta) i dugometražne (preko 60 minuta). Pokret se stvara izmjenom sličica i to najčešće 24 sličice u sekundi. Nakon razrađene ideje, radi se scenarij i knjiga snimanja koja se sastoji od niza crteža i sekvenci. Opisani postupak spada u tradicionalni način animacije (*Hrvatska enciklopedija*: mrežno izdanje, 2020). S druge strane animirani filmovi se dijele po načinu tehnike i nastajanju. Tako postoji tehnika crtanog filma (crtan rukom), animacije kolaža, animaciju lutaka, predmeta, piksilacija (animacija živih likova) i tehnika kratkih pretapanja i računalna animacija (Butković, 2018). Animacija u Hrvatskoj povezuje se pojavom animiranih reklama najčešće za proizvode za održavanje higijene kao što je pasta za zube (Majcen Marinić, 2015).

Hrvatska ima jednu bitnu priču o animiranom filmu, a to je priča Zagreb film poduzeća za animaciju, osnovanog 1953. godine. Ubrzo nakon osnivanja Zagreb filma osniva se i Zagrebačka škola crtanog filma koja je imala autorsku originalnost i u animaciji i sadržaju. Neki od istaknutih animatora su Dušan Vukotić, Nikola Kostelac, Vatroslav Mimica i drugi. Šezdesetih godina su imali velike uspjehe. Dušan Vukotić je s animiranim (crtanim) filmom Surogat osvojio Oscara i bio prvi dobitnik koji nije iz Amerike. Do početka osamdesetih godina nizali su se uspjesi. Nakon toga mijenjaju se autorski timovi (Majcen Marinić, 2015). Kraj osamdesetih i početak devedesetih Zagrebačkoj školi donijeli su samo formalnu etiketu, jer su se filmovi malo proizvodili i nedostajala je visoka kvaliteta (Majcen Marinić, 2015: 35). Zagrebačka škola filma ostavila je iza sebe vrlo vrijedna dostignuća koja su i danas rado gledana. Profesor Baltazar nastao je 1967. godine. Simpatičnog profesora stvorio je Zlatko Grgić. Serijal ima 59 epizoda i u svakoj od njih Baltazar maštovito i energično rješava probleme (Lemaić, 2020). Serijal ima vrlo optimističnu i vedru glazbenu uvodnu špicu, a prva epizoda „Izumitelj cipela“ započinje rečenicom: „ Živio jednom nadaleko čuveni izumitelj. Zvao se profesor Baltazar, a bavio se čudnim izumima“ (Izumitelj cipela, https://www.youtube.com/watch?v=x09R6MUgojo).

Još jedan vrlo uspješan animirani film, ali dugometražni i nastao u Studiju za animirani film u Croatia filmu. Zove se „Čudesna šuma“, a autor je Milan Blažeković. Priča prati avanture šumskih bića u borbi protiv Kaktus cara. Blažeković je nakon ovog uspjeha napravio i „Čarobnjakov šešir“ i „Čudnovate zgode šegrta Hlapića“ (*Tvrđava kulture Šibenik,* https://www.tvrdjava-kulture.hr/hr/program/2019/sps-10-cudesna-suma/).

Moramo još spomenuti „Male leteće medvjedi“, animirani serijal čija tema možda nikad do sada nije bila aktualnija - čovjekov nemar prema prirodi i pohlepa za posjedovanjem svega što je u prirodi, kao i razni virusi, katastrofe, požari i slično. Dobroćudne medvjediće i njihovog „oca“ Platona stvorio je Zagreb film, odnosno Dušan Vukotić, Pero Kvesić i Neven Petričić

u suradnji sa kanadskim CinéGroupe (Horvat, 2020). Medvjedići, i to ni manje ni više nego leteći, odličan su izbor i za današnje generacije kojima će oni pružiti poučne priče obojane veseljem i privlačnom uvodnom pjesmom.

Hrvoje Turković (2012) u knjizi „Razumijevanje filma“ navodi kako je u animiranom filmu svaki pokret zapravo stvoren i predan nečemu što je neživo (najčešće), a animator mora svim tim pokretima dati neki zajednički spoznajni cilj. On navodi dvije vrste animacije: animaciju pokreta i transformacijsku animaciju. Animacija pokreta je ona vrsta animacije u kojoj svi likovi i prizori imaju uvijek isti identitet i uvijek su ono što su bili na početku filma. Transformacijska animacija je ona u kojoj lik mijenja svoj identitet tokom filma. Lik se preobražava, pa tako jedan lik postane drugi lik ili predmet postane biljka. Za primjer daje Jerryja (miš) koji odjednom postane topovska kugla (Turković, 2012). Bendazzi (2015) smatra kako animacija s punim pravom zaslužuje biti nazvana sestrom „prave“ kinematografije. Tradicionalna animaciju se i dalje koristi, ali računalna animacija je preuzela većinu animacija. Dok je tradicionalna animacija 2D, računalna može biti također 2D, ali i 3D. Razlike su u tome što likovi imaju ili dvije dimenzije (visinu i dužinu) ili tri dimenzije (dužinu, širinu i visinu). 2D animacija ima mogućnost veće umjetničke slobode, kreativnosti i originalnosti, a trošak izrade je manji nego u 3D. 3D animacija ima dubinu i realističniji vizual, mogućnost prikaza različitih tekstura i sitnih detalja, kao i točnost pokreta, ali ima više kreativnog ograničenja i duže treba dok se nauče koristiti računalni alati i trošak proizvodnje je veći. Ipak, kreativnost i lakoća postojanja koju pruža 2D animacija ljudima će uvijek biti draga (*3D Ace*, https://3d-ace.com/press-room/articles/2d-vs-3d-animation-which-style-winning-1).

3.2. Razlike između starih i novih animiranih filmova

Generacije koje su odrastale u osamdesetim i devedesetim godinama, moglo bi se kazati i početkom dvije tisućitih godina dobro pamte „crtiće“ koji su se gledali navečer u 19 sati i 15 minuta prije dnevnika ili subotom i nedjeljom ujutro. Željno se iščekivao taj trenutak putovanja u nešto uzbudljivo, dirljivo, zabavno, a i poučno. Jesu li tim generacijama sjećanja na animirane filmove divna zbog toga što su tada animirani filmovi bili bolji i kvalitetniji od ovih koje gledaju djeca danas ili je to čista nostalgija za djetinjstvom i djetinjim uspomenama?! Hoće li djeci današnjice animirani filmovi koje oni gledaju danas biti jednako divni kao što su divni spomenutim generacijama ili će zbog pretrpanosti sadržajima, zbog predugog gledanja ili zbog lake dostupnosti, oni popuno zanemariti tu stavku?! Laka dostupnost i svakodnevna

konzumacija animiranih sadržaja, kojih ima previše, vrlo vjerojatno čini djecu još nezasitnijima. Generacije koje su nekad odrastale uz jedan animirani film dnevno, znale su točno kada ga mogu očekivati. Možda su htjeli još toga sadržaja i da im se nudio možda bi ga i oni gledali previše, ali nisu niti tražili jer su znali da je to nepromjenjivo. Trend popustljivog odgoja donio je sa sobom i druge probleme. Jedan od njih je sve manja mogućnost odgode zadovoljenja potrebe u nekom trenutku. Sve rečeno može se primijeniti i na medijske sadržaje. Svakome roditelju se može dogoditi da zbog vlastite potrebe za mirom dijete prepusti „zamjenskom odgojitelju " (televiziji, tabletu i slično). Međutim, kada dijete treba „odvojiti" od medijskog sadržaja, nastane problem. Dijete nerijetko burno reagira jer je njegova navika, a onda i potreba, što više vremena provesti ispred televizora. Sve je veća djetetova potreba za stalnom dostupnošću medija (jer je to dozvoljeno) i to baš u trenutku u kojem poželi. Roditelju, zbog gore navedenog, to vrlo često odgovara te popušta djetetu. Naviknuto na popuštanje i ispunjavanje tih trenutnih želja, dijete ne razvija mogućnost odgode trenutnog zadovoljenja potreba. Svjedoci smo čestih prizora u kojima bebe u kolicima u raznim situacijama imaju mobilne telefone u rukama. Koliko je zadovoljenje trenutnih potreba važno za razvoj djeteta objašnjavaju Mischel, Shoda i Rodriguez (1989) koji navode kako je za uspješno funkcioniranje i prilagodbu u životu djeteta bitna mogućnost odgode zadovoljenja potrebe, što je bitno i za razvoj samokontrole. A istraživanja su pokazala kako su se djeca, koja su se uspješnije nosila sa odgodom zadovoljstva, u kasnijoj dobo lakše nosila sa frustracijama i stresom. Isto tako Mischel i Ebbesen (1970) kazali su kako proces tog dobrovoljnog odgađanja zadovoljstva zbog nekih mogućih i dugoročnih dobitaka ima važno mjesto u razvoju svakog čovjeka.

David Bredehoft (2016) je nabrojio neke strategije kako pomoći djetetu da nauči odgoditi zadovoljstvo. Roditelj je model koji će dijete ohrabrivati i postaviti mu dostižne ciljeve, a istovremeno mora biti dosljedan i svakako omogućiti djetetu da ima povjerenje u njega, jer na takav način će i moći odgoditi zadovoljstvo u sigurnoj sredini. Dijete može naučiti strategije kako odvratiti pažnju tako što će brojati unatrag ili vježbati ili skrenuti misli na nešto drugo (Bredehoft, 2016).

Ako usporedimo stare i nove animirane filmove, točnije animaciju, prva asocijacija je moderna računalna 3D animacija koja dominira današnjim animiranim filmovima. 3D animacija se danas koristi najviše. Postoje i dalje tradicionalne animacije, ali zbog brzine izrade, bržeg plasiranja u medije i velike komercijalizacije i konzumacije tih sadržaja puno manje se koristi. Tradicionalnu 2D animaciju zamijenila je računalna 2D animacija koja je bliža tradicionalnoj od 3D animacije. Serijali kratkometražnih dječjih animiranih filmova koje danas možemo naći

u raznim medijima, zbog kvantitete gube vizualnu kvalitetu, kreativnost je manja, gubi se vrijednost priče i dubina sadržaja. 3D likovi su stvarnosti bliži, realističniji, a opet jako umjetno stilizirani i daleki nekom svijetu mašte koji nije tako „plastičan“ već ima svoje prirodno gibanje i „animu“ (lat.duša). Neki novi 3D animiranim filmovi koje trenutno možemo naći na televizijskim programima i youtube kanalima su jako bučni, sa jakim zvukovima i glazbom koja koketira sa elektronskim zvukovima i glasovima koji su „ispeglani“, žarkim nametljivim (često kričavim) bojama i grubim i nasilnim likovima (Gormiti, Spin Fighters, Hello Carbot, Bakugan, Tobot…). Iako se još uvijek prikazuju i Štrumpfovi ili A je to (primjer animacije lutke – stop animacija).

Na mrežnoj stranci Medijska pismenost (https://www.medijskapismenost.hr/preporuke-animiranih-filmova-i-serija-za-najmlade-na-tv-u-i-online/) Udruga Djeca susreću umjetnost koja provodi program za djecu i mlade Sedmi kontinent daje preporuke animiranih filmova. To su A je to – Pat i Mat, Mišo i Robin (hrvatski kratkometražni animirani serijal), Ernest i Celestina (divna animacija koja podsjeća na „stare crtiće“, priča o prijateljstvu između medvjeda i mišice), Krtek (čehoslovačka animirana serija o dobrodušnoj krtici i njenim avanturama), Mali leteći medvjedi, Pčelica Maja (iako danas djeca na tv programu gledaju novu verziju Pčelice Maje koja je rađena u tehnici 3D animacije i dalje je to topla priča o avanturama jedne pčelice), Hej Dagi (priča o velikom psu za predškolce) (*Medijska pismenost*, 2020).

Svakako i danas postoje kvalitetni animirani filmovi (dugometražni i serijali) koji imaju visoku estetsku vrijednost, kvalitetnu glazbu koja će se pamtiti kao i umjerenu izmjenu kadrova, bez bljeskova i neugodnih i jakih zvukova. I danas među navedenim sadržajima postoje tople ljudske priče koje bude empatiju i ljubav i nenametljivo pružaju ugodno raspoloženje i moguća lijepa sjećanja.

3.3. Važnost animiranih filmova tijekom odrastanja – prednosti i negativnosti

Animirani filmovi su jedan oblik zabave za djecu koji može, između ostaloga, biti i poučan. Likovi iz animiranih filmova su djeci uzor. Djeca žele biti kao oni, raditi što rade oni, govoriti kao oni. Oni su njihovi idoli (Šćurić, Čutura, Ilijević i Šegota, 1999). Što je dobro, a što nije dobro, djeca uče po modelu bilo da su to roditelji, bajke, priče ili likovi iz animiranih filmova. Priče o dobrim i zlim junacima (iako često pripadaju stereotipiji i dio su „crno bijelog svijeta“) neizostavan su dio odrastanja, jer djeca postepeno shvaćaju te pojmove i njihov moralni razvoj zahtijeva sve te stepenice. Uloga roditelja je pratiti razvoj djeteta i pomoći mu u shvaćanju tih pojmova (Mužak, https://www.harfa.hr/pricaj-mi-o-dobru-i-zlu/). Ghizai, Alan, Ahmad, Shaukat i Noor (2017) proveli su istraživanje o utjecaju animiranih filmova na djecu. Ističu kako televizijski kanali masovno emitiraju razne crtane serijale koji utječu na djecu. Njihovo istraživanje je pokazalo kako gledajući animirane filmove djeca razvijaju jezične sposobnosti i animirani filmovi pozitivno utječu na kognitivni razvoj. Suprotno tome javlja se i agresivno ponašanje (često prema braći i sestrama) i antisocijalno ponašanje. Problem je u dugom vremenskom periodu koji djeca provode ispred televizora, jer roditelji sve manje vremena provode s njima pa im je to jedini oblik zabave. Predugo gledanje televizije odmaže u shvaćanju i razgraničavanju zbilje i izmišljenog svijeta. Oni koji stvaraju animirane filmove trebali bi biti oprezni i pratiti psihologiju razvoja djece dok stvaraju medijske sadržaje. Sudha (2011, prema Ghilzai i sur., 2017) je istražio kako se utjecaj animiranih filmova može vidjeti i prije adolescentske dobi i u adolescenciji. Tad se javljaju ponašanja poput agresivnosti, neosjetljivosti na svijet oko sebe i pasivnosti. Suprotno tomu, Sherman (2017) ističe kako pravilno odabrani animirani filmovi mogu biti odličan primjer koji će pružiti optimizam, smijeh, smanjiti tugu, razvijati toleranciju i pomoći u razvijanju sposobnosti rješavanja problema. Sultana i Sharmin (2014) navode kako djeca borave puno pred televizijom upravo zbog animiranih filmova i ne bave se ničim drugim. Postepeno to postaje najvažnija stavka u danu svakog djeteta. Alisha Nair (2018) piše o utjecaju animiranih filmova na život djece i iznosi razne prednosti gledanja animiranih filmova. Ako su sadržaji obrazovni, oni pomažu u ranom učenju (oblici, brojevi, boje) na zabavan i interaktivan način. Također pospješuju razvoj logičkog zaključivanja, vizualne i zvučne percepcije, kreativnosti i mašte kao i razvoj selektivne pažnje. Caroline Miller (https://childmind.org/article/is-spongebob-really-bad-for-preschoolers/) u članku na web portalu *Child mind institute* bavi se utjecajem konkretnog

animiranog kratkometražnog serijala kod nas nazvan Spužva Bob Skockani, koji se opisuje kao jako hiperaktivan i brz animirani film u kojem se kadrovi jako brzo izmjenjuju. Istraživanje je pokazalo kako su djeca koja su devet minuta gledala Spužvu Boba imali puno lošije testove izvršnih funkcija (spoznaja, percepcija, ponašanje), nego djeca koja su gledala animirani lik Caillona (dječak s mirnim ponašanjem i mirne izmjene kadrova). Savjet AP agencije koja je provela istraživanje je bio kako djeci nikako ne treba puštati takve brze i hiperaktivne sadržaje, pogotovo ne prije nego što moraju raditi nešto za što je potrebna usmjerena pažnja (Caroline Miller, https://childmind.org/article/is-spongebob-really-bad-for-preschoolers/).

Ali zato Eckerd (2011) kritizira prethodno navedeno istraživanje ističući kako su djeca u istraživanju bila jako mala i rađeni su testovi koji su usmjereni na pažnju. Smatra kako bi rezultati možda bili bolji da su im dani testovi kreativnosti. Ipak, ista autorica se slaže sa činjenicom da svi animirani sadržaji koji su prebrzi mogu imati negativne učinke na razvoj djeteta.

Kao što je u gotovo svakom poglavlju ovog rada istaknuto, roditelji (ali i odgojno-obrazovni sustav) su ti koji sve negativne utjecaje mogu prevenirati i potruditi se da pozitivni utjecaji animiranih filmova i medija budu veći nego oni negativni. Upravo zbog toga potrebno je ograničiti vrijeme gledanja animiranih filmova, jer umjerenost smanjuje negativne učinke.

4. Metoda istraživanja

4.1. Cilj i problemi istraživanja

S obzirom na rezultate brojnih istraživanja o utjecaju medija na djecu, ali i važnosti uloge roditelja na medijsko opismenjavanje njihove djece, cilj ovoga istraživanja bio je istražiti stavove roditelja o medijima s posebnim naglaskom na animirane filmove te ispitati neka roditeljska ponašanja koja mogu pridonijeti medijskoj pismenosti njihove djece. Preduvjet medijske pismenosti djeteta je medijska pismenost roditelja. Animirani filmovi su najgledaniji medijski sadržaji u dječjoj dobi, a kvaliteta svih animiranih filmova nije jednaka. Iz tog razloga je bitno pravilno odabrati animirane filmove zbog velikog utjecaja na djecu. A kako bi se animirani filmovi pravilno odabrali potrebna je informiranost i poznavanje velikog broja takvih sadržaja da bi se kritički promišljalo o istom.

Na temelju postavljenog cilja definirani su sljedeći problemi istraživanja:

1. Ispitati roditelje o nekim medijskim preferencijama i navikama njihove djece s obzirom na upotrebu medija
2. Ispitati roditelje o njihovim ponašanjima i stavovima prema animiranim filmovima

4.2. Postupak, uzorak i sudionici istraživanja

Istraživanje je provedeno tijekom pedagoške godine 2019./2020. na području grada Splita. U istraživanju je sudjelovao ukupno 401 ispitanik, a glavni kriterij za sudjelovanje u istraživanju je bio taj da je sudionik istraživanja roditelj djeteta rane i predškolske dobi. Od 401 sudionika istraživanja sudjelovalo je 353 majki i 48 očeva, pri čemu je najveći udio ispitanika bio u dobi od 30 do 39 godina (64.84%). Istraživanje je provedeno putem internetskog alata Google Forms, a za potrebe istraživanja je na temelju relevantne znanstvene literature izrađen anketni upitnik. Sudjelovanje u istraživanju je bilo anonimno i dobrovoljno te je popunjavanje upitnika trajalo desetak minuta.

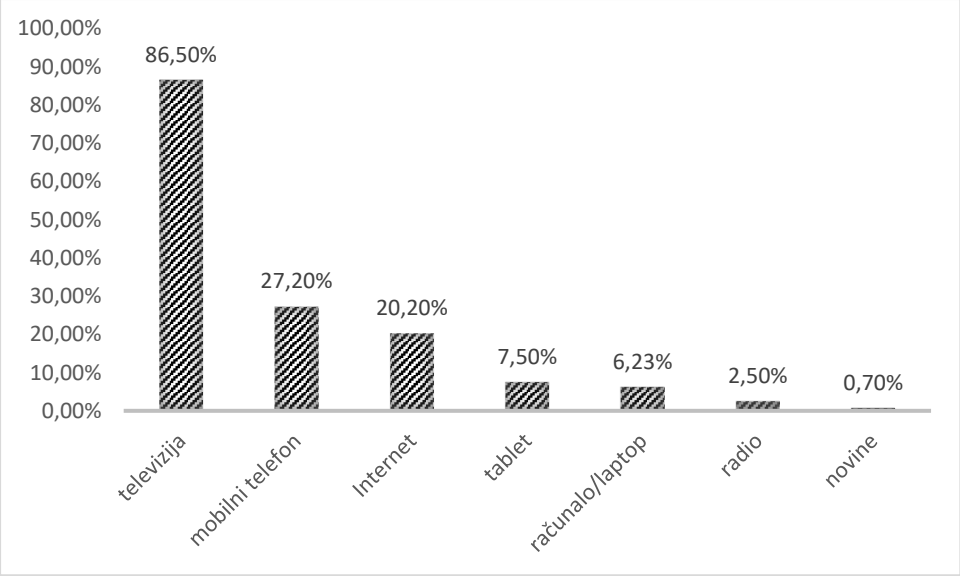
5. Rezultati i rasprava

5.1. Medijske preferencije i navike djece s obzirom na upotrebu medija

U prvom dijelu istraživanja se htjelo ispitati roditelje o medijskim preferencijama i navikama djece kako bi se dobila što jasnija slika o ponašanjima kada su mediji u pitanju. Naime, Svjetska zdravstvena organizacija izdala je preporuke koje ističu kako djeca do dvije godine ne bi uopće trebala koristiti ekrane, a djeci u dobi od dvije do četiri godine bi trebalo ograničiti vrijeme gledanja ekrana na jedan sat dnevno (*Hrvatski zavod za javno zdravstvo*, 2020). Djeca pred školu trebala bi koristiti televiziju maksimalno dva sata (*Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba*, 2017).

Kako bi se saznalo koje su preferencije i navike djece roditelja u ovom istraživanju, kad je upotreba medija u pitanju, roditelji su odgovorili na šest pitanja koja se odnose na to koliko djeca upotrebljavaju medije, koju vrstu medija preferiraju, zatim ih se upitalo o dobi dana u kojoj se gledaju animirani filmovi, o kontroli medijskog sadržaja i roditeljskoj procjeni količine i dostupnosti tih sadržaja, kao i koje animirane filmove djeca gledaju.

Kako bi se dobila šira slika o preferencijama djece s obzirom na odabir medijskih sadržaja, roditelje se u anketnom upitniku pitanjem otvorenog tipa upitalo o tome koje medije djeca koriste (Slika 1).



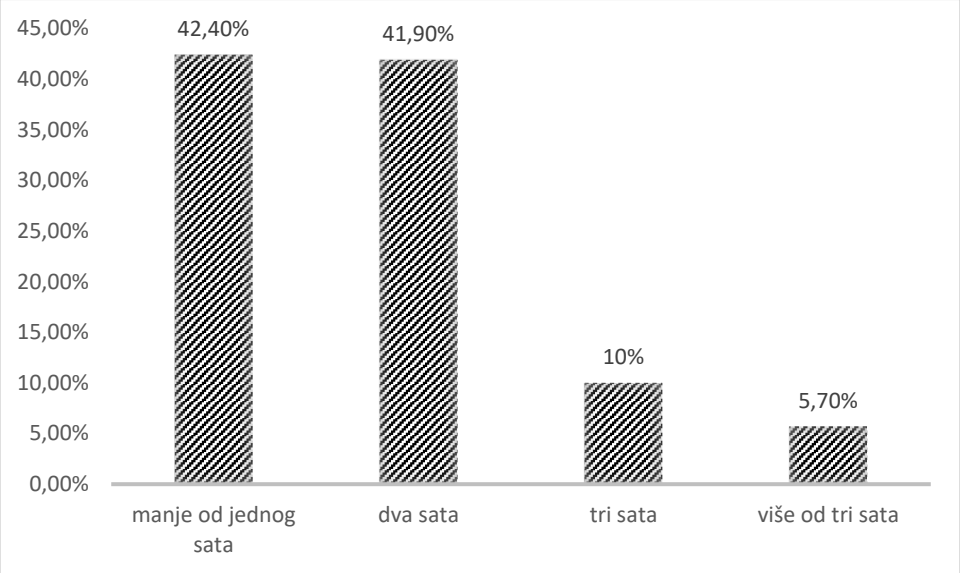
Slika 1. Procjena roditelja o zastupljenosti medija koji njihova djeca najviše koriste

Kao što se vidi na Slici 1., većina roditelja navela je više medija odjednom. Prema dobivenim podacima zaključuje se kako od ukupnog broja ispitanika samo mali broj roditelja (13,5%) nije naveo televiziju kao medij koji djeca koriste. Svi ostali (86,5%) naveli su televiziju. Nakon televizije naviše se upotrebljava mobilni telefon (27,2%), Internet (20,2%), računalo/laptop (6,23%) te tablet (7,5%). Interesantno je kako je radio navelo samo nekoliko ispitanika (2,5%), kao i novine/časopise (0,7%). Iako ne iznenađuje slab odabir tih medija, postoji vjerojatnost da roditelji nisu niti razmišljali da su i to mediji, već su bili usmjereni na medije koji sadrže ekrane. Tri roditelja su izjavili kako njihova djeca ne koriste nikakve medije. Najčešći mediji koje djeca koriste su televizija, mobilni telefon i Internet. Televizija je prema ovom istraživanju još uvijek medij koji djeca najčešće koriste, a to potvrđuju brojna prethodna istraživanja.

Istraživanje provedeno u Sloveniji 1999. godine, pokazalo je da je televizija najkorišteniji medij kad su djeca u pitanju, navode Košir, Zgrabljić i Ronfl (1999), prema Ilišin Marinović Bobinac i Radin, 2001). Ilišin (2003) je provela istraživanje koje je također pokazalo da je televizija medij koji djeca najviše i čak 33% ju gleda više od tri sata dnevno. Kabai, Irigoyen, Nunez-Davis, Budacki, Mohanty, Leister i Bonner (2015) su u Americi proveli istraživanja i prema dobivenim rezultatima 97% kućanstava ima televiziju, a u pola tih kućanstava dijete ima svoju televiziju. Vrlo zastrašujući podatak iz istog istraživanja je taj da 96% djece koristi mobilne telefone, a većina ih mobilne telefone počinje koristiti prije prve godine života. Da je televizija najkorišteniji medij među djecom pokazalo je i istraživanje provedeno 2017. godine, a proveli su ga Hrabri telefon i Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba (*Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba*, 2017) te u tom smislu ne iznenađuju podaci dobiveni ovim istraživanjem. Sudionike istraživanja se nadalje upitalo o tome koliko dugo djeca koriste medije u jednom danu što je jedan je od najbitnijih segmenata kad je pravilno korištenje medija u pitanju. Roditeljima je postavljeno pitanje zatvorenog tipa u kojem su mogli odabrati odgovor i to: manje od jednog sata, dva sata, tri sata i više od tri sata. Prema podacima na Slici 2. vidljivo je da je podjednak postotak roditelja koji kažu kako im djeca gledaju televiziju manje od jednog sata (42,4%) i dva sata (41,9 %). Također je vidljivo kako postoji određeni broj djece koja gledaju televiziju tri sata (10%) i više od tri sata (5,7%).

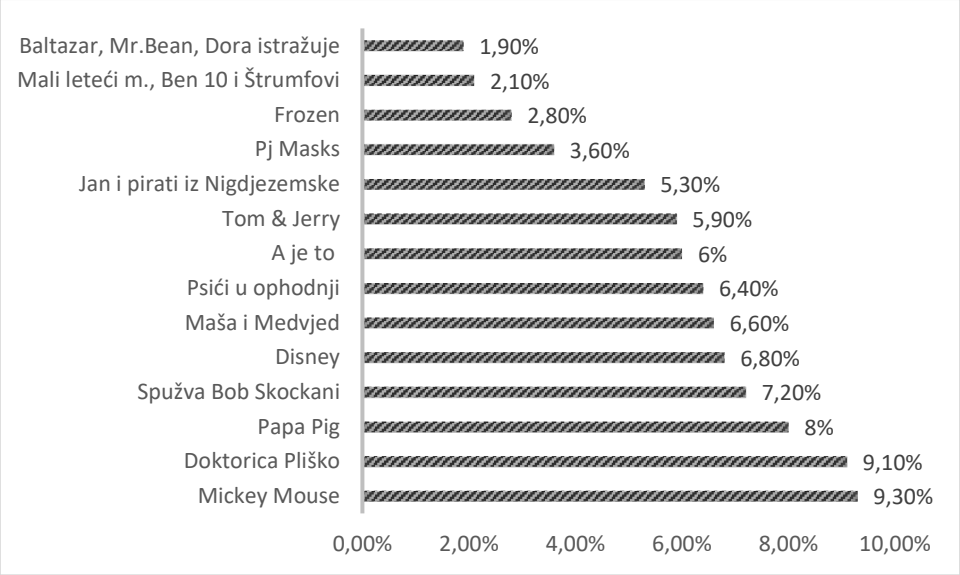
Nije optimističan podatak da djeca u predškolskoj dobi (15,7%) gledaju televiziju tri i više sati dnevno. Rezultati dobiveni istraživanjem mogu se usporediti sa rezultatima još nekih istraživanja. Primjerice, rezultati istraživanja koje je proveo Hrabri telefon i Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba provela je 2017. godine istraživanje u vrtićima u Hrvatskoj o djeci pred ekranima pokazali su da pred ekranima većina djece provodi prosječno

2,4 sata i to radnim danom, a vikendom prosječno 3,1 sat (*Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba*, 2017). Djeca preko tjedna provedu ispred ekrana više od dva sata, a vikendom se to još dodatno poveća, pokazali su rezultati istraživanja 2010. godine u Americi (Jago, Stamatakis, Gama, Carvalhal, Nogueira, Rosado, i Padez, 2012).



Slika 2. Procjena roditelja o vremenu koje dijete koristi medije

U ovom istraživanju htjelo se saznati i koje animirane filmove djeca gledaju (Slika 3). Animirani serijali su odraz trenda i trenutno emitiranog sadržaja na televizijskom programu. Televizija se pokazala kao najgledaniji medij, pa se može zaključiti kako djeca gledaju najviše ono što im je „nametnuto“ u programu. Tu činjenicu je naše istraživanje potvrdilo. Rezultati našeg istraživanja pokazali su kako djeca najviše gledaju *Mickey Mousa* 9,3% (Slika 3), ali ne znamo radi li se o starijim animiranim verzijama tog serijala ili o novom koji se emitira na televizijskim programima *Mockey Mouse Clubhouse.* Ipak možemo pretpostaviti kako je riječ o novoj verziji jer se ona trenutno prikazuje na televizijskim programima, a i većina ostalih animiranih serijala koje su roditelji naveli se trenutačno emitira na televiziji.



Slika 3. Procjena roditelja o animiranim filmovima koje djeca gledaju

Odmah iza njega redom idu Doktorica Pliško (9,1%), zatim *Peppa Pig (*8%), nakon toga slijedi Spužva Bob Skockani (7,2%), *Disney* animirani filmovi (6,8%), Maša i Medvjed (6,6%), zatim, Psići u ophodnji (*Paw Patrol*) (6,4 %), A je to(6%), *Tom and Jerry (*5,9%), Jan i pirati iz Nigdjezemske (5,3%), *Pj Masks* (3,6 %), *Frozen* (2,8%). Jednaki postotak zauzeli su Mali leteći medvjedi, Štrumpfovi i *Ben 10* (2,1), te *Mr. Bean*, Dora istražuje i Baltazar (1,9 %). Osim spomenutih roditelji navode još neke animirane filmove. To su Bumba, *Bakugan,* Kuharica Kiflica, *Pixar studio*, Zak Storm.

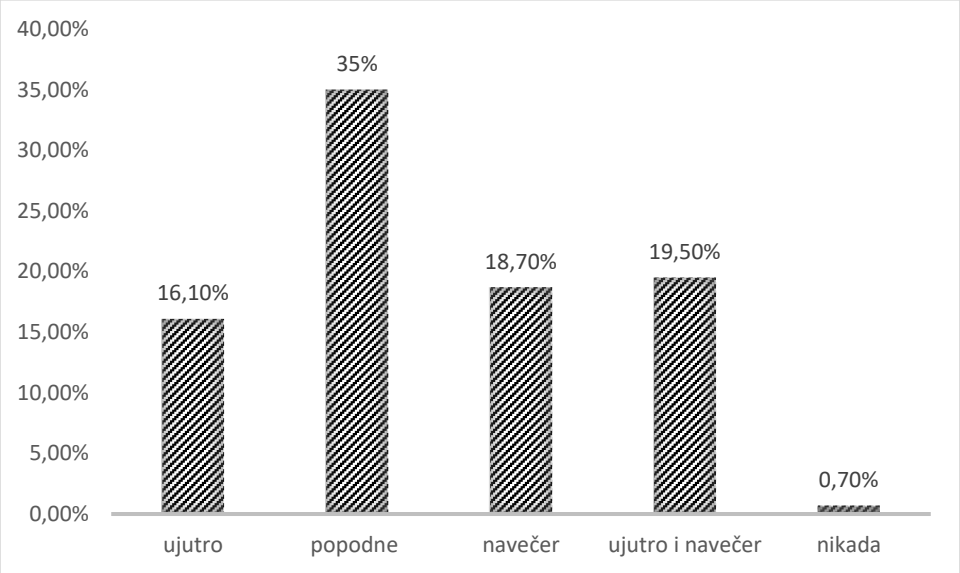
Pepa Pig je na vrlo visokom mjestu po gledanosti. Neki stručnjaci smatraju kako je razlog tome i jednostavnost animacije, jer likovi izgledaju kao dječjom rukom nacrtani (Mauce, 2020).

Među novijim popularnim animiranim filmovima još uvijek se gledaju animirani filmovi koje su gledali roditelji u svom djetinjstvu (Baltazar, Mali leteći medvjedi, *Disney, Tom & Jerry). Tom & Jerry* se pokazao kao dugovječan i u svim generacijama rado gledan serijal. Istraživanje provedeno 2017. godine pokazalo je kako je upravo to najgledaniji animirani serijal (Ghizai, Alan, Ahmad, Shaukat i Noor 2017).

Uvidom u sadržaje televizijskih programa, ustanovljeno je kako su najgledaniji animirani filmovi iz istraživanja zaista animirani filmovi koji se emitiraju na televizijskim programima u Hrvatskoj. Tu činjenicu potvrđuje istraživanje koje je Nensi Blažević (2012) provela 2012. godine. Djeca su u fokus grupi navodila sasvim drugačije animirane filmove koji su onda bili zastupljeni na televizijskim ekranima (*Bratz, Winx*, Dora istražuje i drugi). U našem istraživanju Spužva Bob Skockani je jedan od najgledanijih animiranih serijala. Mrežna

stranica *Ranker Watch Worthy* provodi glasanje za najomiljenije animirane filmove i upravo Spužva Bob je na prvom mjestu s najviše glasova (*Ranker Watch Worthy*, 2020). Podaci navedeni na mrežnoj stranici *Fatherly* navode kako su u Americi najpopularniji animirani serijali Psići u ophodnji, Spužva Bob Skockani i *Pepa Pig*, što je također u skladu s rezultatima našeg istraživanja (*Fatherly*, 2020).

Nadalje, ovim se istraživanje, željelo istražiti u koje doba dana djeca gledaju animirane filmove. Dobiveni podaci (Slika 4) su sljedeći: najviše roditelja je navelo kako djeca popodne koriste medije (35%), zatim ujutro i navečer (19,5%). Vrlo je blizu i broj onih koji medije koriste samo navečer (18,7%), jedan dio ih koristi samo ujutro (16,1%), a jedan dio nema određeno vrijeme kad djeca koriste medije (10%), a da nikad ne koriste medije navelo je 0,7% ispitanika.



Slika 4. Doba dana u kojem djeca koriste medije (procjena roditelja)

Prema podacima na Slici 4. može se zaključiti kako djeca najviše koriste medije popodne, a to je vrijeme kad se djeca vraćaju iz vrtića ili škole te vrijeme kada bi trebali provoditi vrijeme s roditeljima oni ga provode „uz ekrane“. Ekrani svakako nisu poželjni prije spavanja, ni uz jelo, a niti za uspavljivanje
(*Kids Health*, https://kidshealth.org/en/parents/screentime-baby-todd.html).

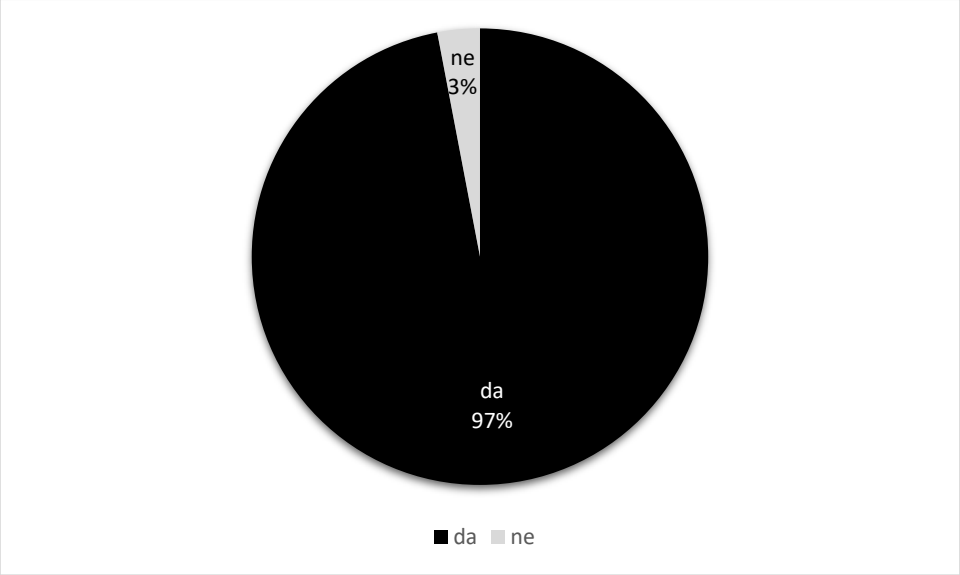
Roditelji su kazali kako djeca koriste medije:

- Ujutro dok jede.
- Uz jelo.
- Navečer prije spavanja.
- Nakon buđenja i prije spavanja.
- Popodne iza vrtića.
- Kad god hoće, ako nama roditeljima to odgovara.

Istraživanje u Americi je pokazalo kako 30% djece nema dovoljno sna zbog ekrana koje posjeduju, a ekrani često roditeljima služe kao pomoć da dijete zaspe, dok večernje gledanje televizije (sadržaji koji nisu za djecu) uzrokuje loš san (Hale, Kirschen, Le Bourgeois, Gradisar, Garrison, Montgomery-Downs, Kirschen, McHale, Chaung i Buxton, 2019). Veliki broj djece, prema rezultatima koje smo dobili u ovom istraživanju ipak koristi medije upravo navečer te dva puta dnevno i ujutro i navečer.

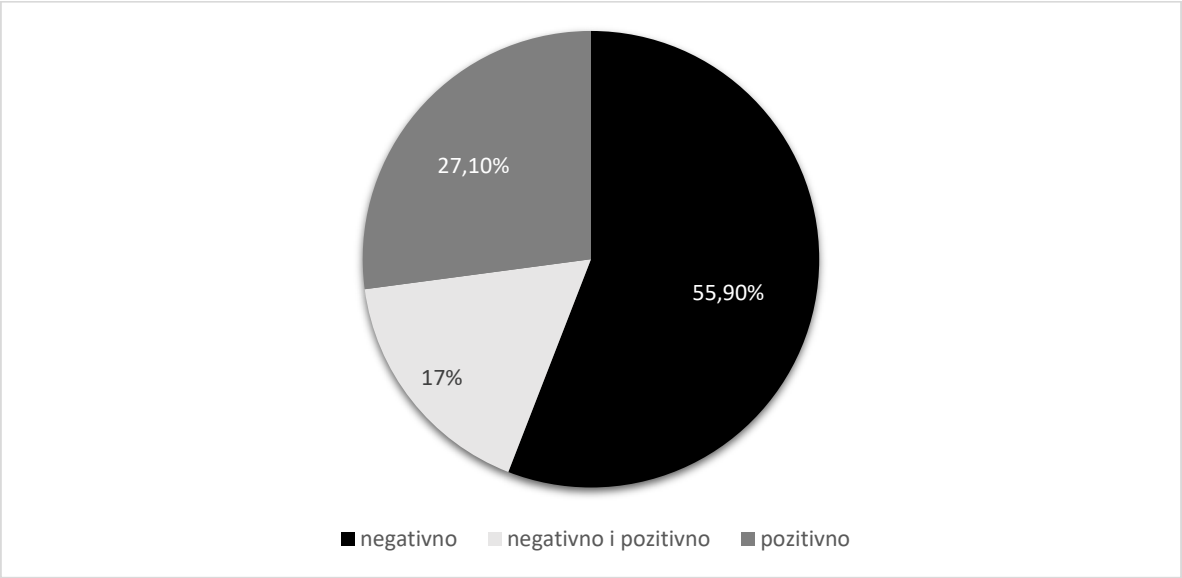
Nadalje, željelo se ispitati kontroliraju li roditelji medijske sadržaje koje djeca gledaju (Slika 5). Prema podacima na Slici 5. vidljivo je je ako 97% roditelja izjavilo kako kontrolira sadržaje koje djeca gledaju u medijima, a samo 3% ne. Podaci daju zavidnu razinu roditeljske medijacije kad su mediji u pitanju. Ipak ankete iako anonimne, mogu dati rezultate koji su dopadljivi i neistiniti jer su roditelji svjesni problema, ali poželjne postupke ne moraju realizirati u stvarnosti.

Istraživanje *Kaiser family* fonacije pokazalo je da 73% roditelja poznaje i prati medijske sadržaje koje njihova djeca prate, što je također visoka razina roditeljske medijacije (Rideout, 2007).



Slika 5. Roditeljske procjene o tome kontroliraju li medijske sadržaje

Zadnje što smo željeli saznati o općim stavovima roditelja prema medijima koje djeca gledaju je njihov stav o tome vide li pozitivno ili negativno činjenicu da djeca u današnje vrijeme imaju više dostupnih medija i više dostupnih medijskih sadržaja (Slika 6).



Slika 6. Stavovi roditelja o tome je li pozitivno ili negativno to što djeca danas imaju puno više dostupnih medija i medijskih sadržaja

Polovina roditelja tu činjenicu vidi negativnom (56 %), jedan manji dio tu činjenicu vidi i pozitivnom i negativnom (27%), a najmanje roditelja ju vidi pozitivnom (17%) (Slika 6). Pitanje je bilo otvorenog tipa. Jedan veći dio roditelja je odgovorio samo jednom riječju, a neki su objašnjenjem potkrijepili svoju odluku:

- Negativno zbog nasilnih scena koje utječu stresno, a ne umirujuće na djecu i pozitivno zbog učenja stranih jezika, logičkog razmišljanja.
- Pozitivno zbog veće dostupnosti sadržaja, a negativno zbog značajnog broja sadržaja koji iskrivljuju sliku svijeta i nameću pogrešna mjerila vrijednosti.
- Pozitivno je da se znaju koristiti novim tehnologijama i što će im jedan dan to biti neophodno za 99% poslova. No bez nadzora djeca su izložena svakakvim predatorima, lošim i zlobnim primjerima, virtualnom svijetu koji može bit jako negativno okruženje za djecu u razvoju.
- Pa većinom negativno jer kad nemaju nikakav medij njima je dosadno. Rijetko se znaju zabaviti sami i nemaju mjere u korištenju tehnike.
- Najnegativnije je to što mi veliki koristimo to sve više i onda ona to vide od nas.
- Negativnu. Teško je sve kontrolirati kao roditelj.
- Negativno. Brze uče neke stvari ali prerano se trude odrasti.
- Pozitivno, 21.st je.
- Pozitivno i negativno. Pozitivno je što su informacije dostupne i lagane za shvatit djetetu. Proces učenja i snalaženja je dosta olakšan. Negativno je to što se mozak i ruke sve manje koriste. Ako dijete hoće neku igračku, odmah se gleda gdje je ima kupiti umjesto da malo mašta i razmišlja kako bi se to moglo napravit

Ako analiziramo ostale odgovore nekih roditelja, možemo primijetiti kako se često javlja nesrazmjer između onoga što roditelj zna i onoga što radi. Tako je jedan roditelj odgovorio:

- Negativno, ispire im se mozak.“, a njegova djeca koriste medije više od tri sata, što je svakako neprimjereno za djecu predškolske dobi.

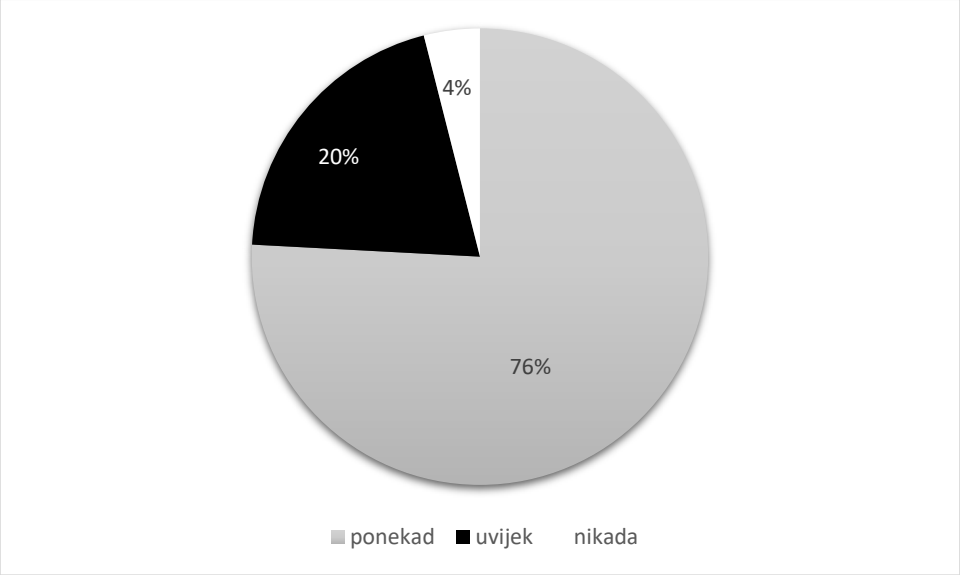
5.2. Stavovi roditelja prema animiranim filmovima

Na temelju postavljenog cilja u ovom istraživanju, a kojim se željelo ispitati stavove roditelja o medijima s naglaskom na animirane filmove roditeljima su postavljena pitanja o animiranim filmovima koje djeca gledaju, o animiranim filmovima koje su oni gledali, o razlikama između tih animiranih filmova, o navikama djece kad je gledanje animiranih filmova u pitanju i o utjecaju animiranih filmova na dijete/djecu. Pitanjima iz ovog poglavlja htjeli smo saznati što roditelji misle o animiranim filmovima, promišljaju li o sadržaju, kvaliteti i utjecaju na djecu ili im je to nešto o čemu ne vode brigu.

5.2.1. Navike roditelja kad su u pitanju animirani filmovi i njihovi stavovi o utjecaju na djecu

Kako bi se saznale navike roditelja s obzirom na animirane filmove i njihovi stavove o utjecaju animiranih filmova na djecu, roditelje se upitalo gledaju li zajedno s djecom animirane filmove. U istraživanju Hrabrog telefona i Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba podaci su pokazali kako svaki peti roditelj nikada ili rijetko s djetetom gleda medijske sadržaje (*Poliklinika za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba*, 2017).

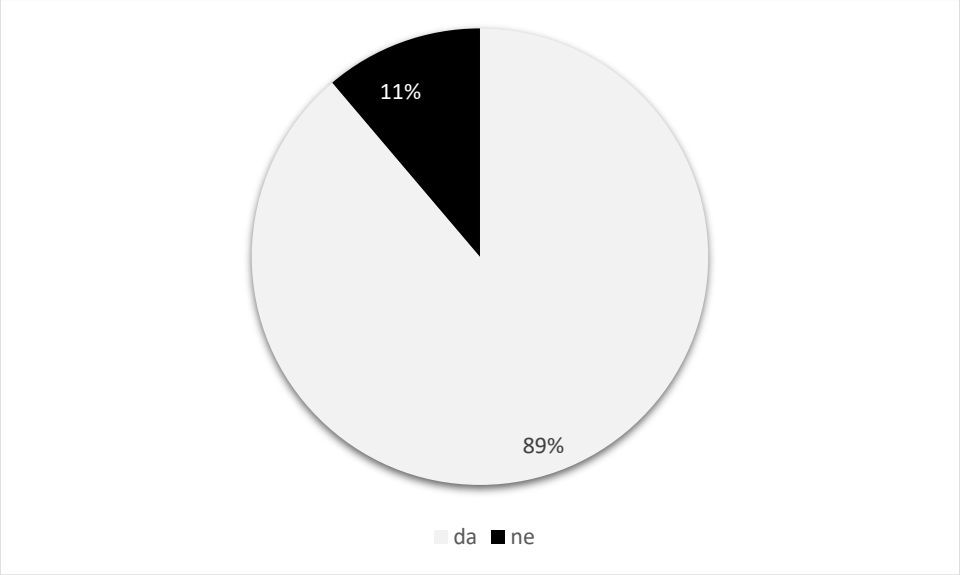
Rezultati našeg istraživanja, vidljivi na Slici 7., pokazali su kako je puno veći broj onih roditelja koji su izjavili kako ponekad gledaju animirane filmove s djecom (76%), dok je onih koji uvijek gledaju 20%. Najmanje je onih koji nikada ne gledaju animirane filmove s djecom (4%) (Slika 7).



Slika 7. Procjene roditelja o učestalosti gledanja animiranih filmova zajedno s djecom

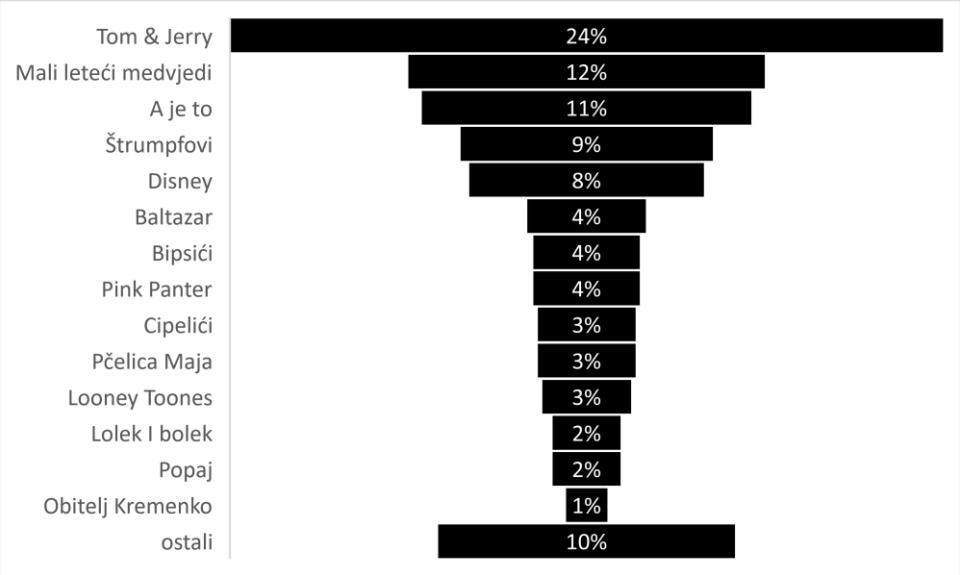
Kako bi se djeca osjećala lijepo i kako bi roditelji imali priliku razgovarati s djecom o sadržaju bilo bi dobro ponekad gledati s djecom animirane filmove, ali ne uvijek da ne bi prešlo u pretjeranu i nasilnu kontrolu. Slične podatke kao u ovom istraživanju dobili su Zimmerman, Dimitri i Meltzoff (2007). Njihovo istraživanje pokazalo je kako najveći broj roditelja medijske sadržaje s djecom gleda ponekad, zatim uvijek, a najmanje je bilo onih koji nikada ne gledaju medijske sadržaje s djecom. Gledanje medijskih sadržaja s djecom vrlo je važno. Dijete se osjeća lijepo, voljeno i važno ako je roditelj kraj njega, ali ovisi o kakvim se sadržajima radi. Nathanson (1999, prema Bartaković i Sindik, 2016) ističe kako su istraživanja pokazala da djeca vole kada roditelji s njima gledaju medijske sadržaje i uživaju u tome, ali ako su sadržaji koji se gledaju neprimjereni (nasilje), zbog nedostatka diskusije može doći do učenja agresivnih ponašanja (Baartaković i Sindik, 2016: 98). Stoga uz samo gledanje animiranih filmova, bilo bi poželjno ponekad koristiti i aktivnu strategiju medijacije – diskusiju o sadržaju.

Slijedeće što se htjelo saznati je jesu li roditelji djeci pokazali animirane filmove koje su oni gledali kad su bili djeca (Slika 8), a ako jesu koji su to animirani filmovi (Slika 9). Upoznavanje drugačijih sadržaja bitno je za razvoj kritičkog mišljenja i za samu medijsku pismenost. A isto tako je lijepo da djeca saznaju kako je izgledalo djetinjstvo njihovih roditelja (razgovor, uvid u animirane filmove, prepričavanje sjećanja i slično).



Slika 8. Izjave roditelja o tome jesu li djeci pokazali animirane filmove koje su oni gledali kad su bili djeca

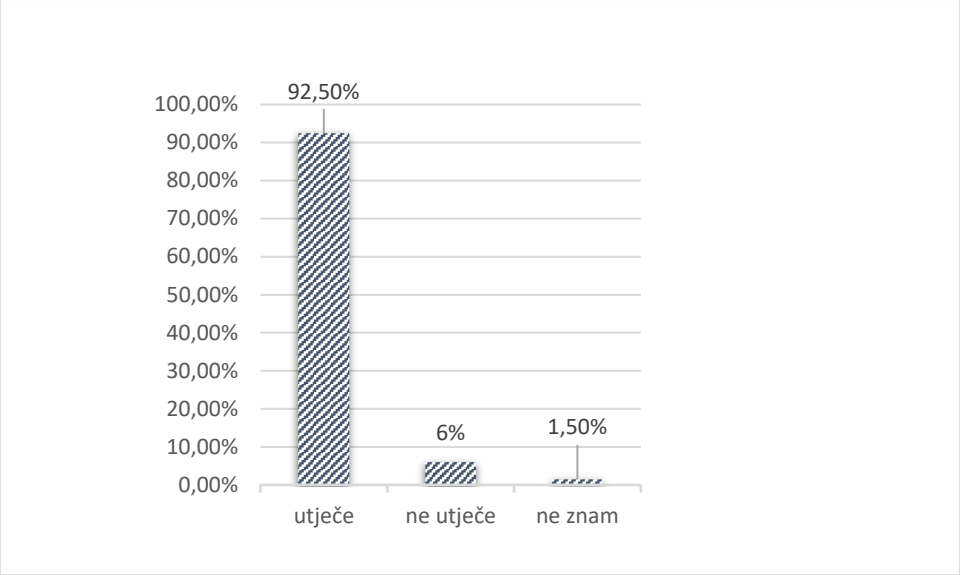
Prema rezultatima prikazanima na Slici 8. uočljivo je kako je veliki broj roditelja pokazao djeci animirane filmove svoga djetinjstva (89%), a jedan mali dio nije (11%). Moglo bi se pretpostaviti da većina ispitanih roditelja ima lijepa sjećanja na animirane filmove čim su ih pokazali svojoj djeci. Dobiveni podaci o animiranim filmovima koje su roditelji puštali svojoj djeci su vrlo zanimljivi. Roditelji su navodili po nekoliko animiranih filmova odjednom, a uvjerljivo najspominjaniji je *Tom & Jerry* (24%). S obzirom na to da se isti animirani film nalazi negdje pri sredini kad su u pitanju animirani filmovi koje djeca gledaju (roditeljski stavovi i procjene), može se zaključiti kako roditelji imaju utjecaj na odabir medijskih sadržaja. Ono što je posebno zanimljiv podatak u ovom istraživanju je kako je drugi po redu najgledaniji animirani film, koji roditelji puštaju djeci, upravo Hrvatske proizvodnje Mali leteći medvjedi (12%). Popularnost tog serijala je velika i svi ga se rado prisjećaju. Jedno od zadnjih pitanja u anketi je bilo da roditelj nastavi stihove iz naslovne pjesme. Nijedan roditelj nije odgovorio da ne zna. Iza njih nalazi se A je to (11%) koji se trenutno i emitira na hrvatskom televizijskom programu za djecu, kao i Štrumpfovi (9%). Slijede *Disney* (8%), Baltazar, Bipsići i *Pink Panther* sa jednakim brojem odgovora (4%), zatim Cipelići, Pčelica Maja i *Looney Toones* (3%). Ostali spomenuti animirani filmovi su Lolek i Bolek, Popaj, Obitelj Kremenko, *Ewoks*, Zekoslav Mrkva, Gustav, *Sport Billy, Mickey Mouse*, Graškograd, *Lucky Luke.*



Slika 9. Zastupljenost animiranih filmova koje su roditelji pokazivali djeci

Nadalje, roditelji su upitani utječe li sadržaj animiranih filmova na djecu ili je nebitna stavka u procesu odrastanja. Svakako da utjecaji mogu biti i pozitivni i negativni pa smo tražili da objasne svoj odgovor (Slika 10). Istraživanja su pokazala da svi medijski sadržaji utječu na djecu kao i na odrasle. Potter (2001, prema Sindik, 2012:9) utjecaje medija dijeli na kratkoročne (to su oni koji se odmah jave) i dugoročne (to su oni utjecaji koji se jave kasnije). Svakako da utjecaji mogu biti i pozitivni i negativni. Smatra kako medijski sadržaji utječu na ponašanje, na emocije na razvoj stavova i znanja kao i na fiziološke reakcije.

Podaci koje smo dobili u ovom istraživanju pokazali su kako većina roditelja misli da sadržaji animiranih filmova utječu na djecu (92,5%). Jako mali broj ih misli da ne utječu (6%).



Slika 10. Procjena roditelja o utjecaju sadržaja animiranih filmova na dijete

Istraživanje provedeno u Turskoj (Øvrendi i Özdemir, 2010) pokazalo je kako majke koje imaju fakultetsko obrazovanje misle da animirani filmovi potiču djecu na učenje, a majke sa osnovnoškolskim i srednjoškolskim obrazovanjem misle kako animirani filmovi djecu previše odvlače od stvarnosti. Nakon ovih relevantnih teorijskih saznanja, navest ćemo neke odgovore roditelja kako bismo usporedili imaju li njihove spoznaje dodirnih točaka sa spoznajama stručnjaka.

Jedan dio roditelja je naveo kako utjecaj sadržaja animiranih filmova postoji, ali da sve ovisi o roditeljima:

- Kako na koga, netko je podložniji netko ne, ali roditelji na to utječu, reguliranjem gledanja neprimjerenih sadržaja!
- Budući da moja djeca imaju kontroliranu upotrebu sadržaja na njih ne utječu-nadam se.
- Naravno da utječe, jer dijete upija sve oko sebe, ali je na roditeljima da crtiće prvo filtriraju, pa onda i filtrirano doziraju.
- Utječe. Bitno se fokusirati na sadržaj prilagođen djetetu i bit u interakciji s vlastitim djetetom jer sve ono sa čime se dijete susreće u ranijoj dobi može utjecati na ponašanje u određenoj dobi djeteta i formirati ga kao osobu.
- Najvažniji je kućni odgoj i vrijeme koje provodimo s djecom, ali njega imamo sve manje zbog svakidašnjih aktivnosti i posla. Žalosno, ali istinito. Istovremeno, subliminalne slike koje djeca primaju kroz crtiće i oglase su sveprisutne i djeca nisu

sposobna prepoznati ih te malo pomalo utječu na njihove odluke i mijenjaju vrijednosti koje roditelji ni ne primijete.

- Utječe. Al najbitnija stavka je roditelj. Mi odgajamo dijete i potičemo razvoj, a ne televizija. Umjerenost za sve.

Jedan dio roditelja se usmjerio na negativne utjecaje sadržaja animiranih filmova na djecu:

- Mislim da utječu, čini mi se da djeca postaju ratoborna i nervozna od previše tv i istog takvog sadržaja.
- Dijete se identificira sa likovima, uglavnom strašnim i agresivnim te oponaša radnje istog
- Utječe. U vrtiću se tete žale ne pojedinu djecu koja kao da žive u crtiću (nasilnom), a ne u stvarnosti.
- Da. Pojavljuju se povećana agresivnost i smanjuje se kreativnost u igri. Sve im je dosadno, ne znaju sto bi radili, koncentracija je jako kratka.
- Naravno da utječe. Sve utječe, a ne samo to. Dok gledaju crtiće povlače se u svoj mali dosad oformljeni svijet maste I percipiraju stvari kako im se prikaže. Spajaju sa svojim dosadašnjim viđenjima i razlučuju stvari na svoj način.
- Vratimo dobre stare crtice! *Adventure times* se ne mogu mjerit sa Zvonkom, Prof. Baltazarom i Letećim medvjedićima.

Neki roditelji utjecaje sadržaja animiranih filmova vide kao pozitivne i povoljne za dijete:

- Utječe. Crtani filmovi mogu biti jako pozitivno poticajni. Moja curica zna npr. dosta engleskih riječi.
- Mislim da utječe, jer kroz animirane filmove lakše je objasniti djeci razliku između dobra i zla.
- U mom slučaju, prethodno navedeni crtani, su dosta utjecali na njen govor, s tim da ne priča puno, no uz crtane je nešto i krenulo jer ponavlja za njima riječi. Tako da uz veliku pažnju što gleda i kada, može biti i pozitivno.
- Utječe. Smatram da pozitivni primjeri u filmovima među likovima pokazuju djetetu što je empatija, ljubav, dobročinstvo.
- Utječe, uče jezik, uče ponašanje, poistovjećuju se, otkrivaju muzikalnost, izvlače pouke.

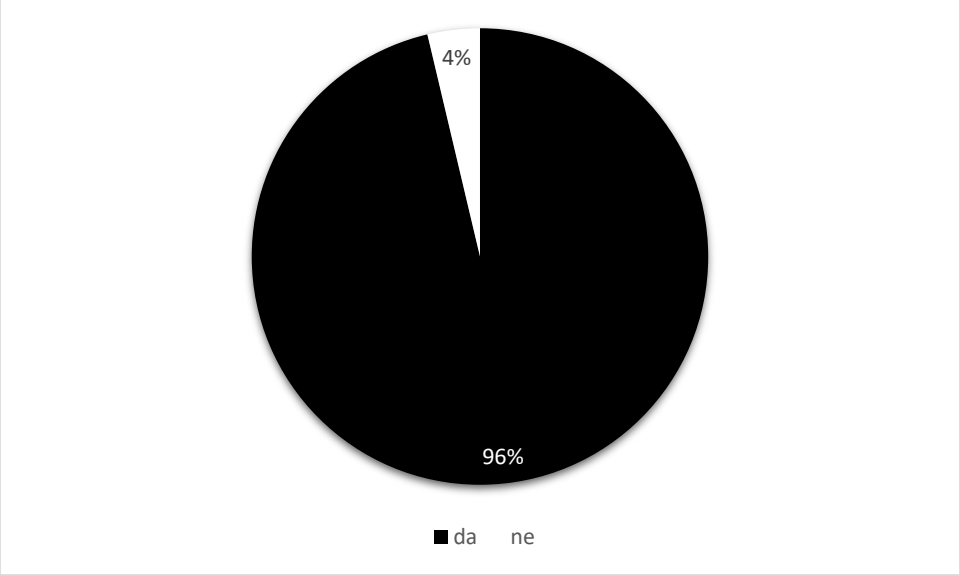
Neki roditelji nisu naglasili je li utjecaj pozitivan ili negativan već navode samo na što točno utječu sadržaji animiranih filmova kad su djeca u pitanju ili navode samo svoje osjećaje:

- Utječe, raznim poukama, simbolima, glazbom, slikama.
- Utječe. Kreira njihovu stvarnost.
- Da. Djeca se poistovjećuju sa likovima iz dječjih crtića i serija.
- Utječe, ali opet ne toliko sama kvantiteta, već koliko se provede gledajući crtane filmove. Jer bolje da dnevno pola sata gleda crtani u kojem ima dosta nasilja, a ostatak se igra u prirodi i/ili s drugom djecom, nego da 5 sati gleda najbolje crtane filmove za djecu.
- Djeca usvajaju ponašanje sa filmova.
- Svakako utječe, to je jedan od prozora u svijet i utječe na formiranje njihovih stavova.
- Utječe, pa sve ono što proživi kroz gledanje na televiziji ostaje negdje u sjećanju i utječe na osobu koja se tek gradi.
- Vjerojatno utječe na dječje emocije.
- Utječe. Trn se oštri od malena. A današnja djeca su opsjednuta tim jer im je ajmo reći to nametnuto. Ne mogu pobjeći od medija. Mislim da u današnje vrijeme više utjecaja ima televizija nego riječ roditelja.

Iz prikazanih izjava vidljivo je da su roditelji pokazali visoku razinu svjesnosti i znanja o utjecajima animiranih filmova na njihovu djecu. Oni koji su napisali kako utjecaja nema, nisu dali nikakvo objašnjenje. Neki roditelji su svjesni utjecaja, ali ako se osvrnemo na vremensku stavku i na to koliko njihovo dijete dugo gleda u razne ekrane, usprkos njihovim znanjima o negativnom utjecaju, zaključujemo kako su znanja i svjesnost češći nego sami postupci. Roditelji često osjećaju nemoć i usprkos znanju idu linijom manjeg otpora. Upravo to je jedan roditelj kazao: „Itekako utječe - moje dijete se "navuklo" na crtiće i to me strašno frustrira, a opet mi je žao da ne pogleda jer i to je sastavni dio odrastanja.“

5.2.2. Stavovi roditelja o animiranim filmovima njihovog djetinjstva i usporedba starih i novih animiranih filmova

Jedan od problema navedenih u ovom istraživanju bio je ispitati roditelje o njihovim ponašanjima i stavovima prema animiranim filmovima. Roditelji imaju već razvijene životne stavove i vrijednosti, a prema njima oblikuju i svoje odgojne metode. Vidjeli smo kako veliki postotak roditelja smatra da sadržaji animiranih filmova utječu na djecu. Prema tome moglo bi se zaključiti kako su onda i animirani filmovi njihovog djetinjstva imali utjecaja na njih. U ovom dijelu analizirali su se odgovori roditelja o animiranim filmovima koje su oni gledali. Željelo se saznati misle li roditelji da postoje razlike između starih i novih animiranih filmova (Slika 11) i ako postoje koje su to (Slika 12). Veliki broj roditelja je odgovorio kako smatra da ima razlike (96%), a samo mali broj je odgovorio da nema (4%).



Slika 11. Procjena roditelja o tome ima li razlike između starih i novih animiranih filmova

Pri navođenju razlika između starih i novih animiranih filmova većina roditelja nije samo navela razlike već su se uglavnom podijelili na one koji su „za“ stare i one koji su „za“ nove animirane filmove. Najveći udio roditelja smatra kako su bolji stari animirani filmovi (93%), jako mali broj roditelja misli kako su bolji novi animirani filmovi (4%), a najmanje ih je navelo samo razlike novih i starih animiranih filmova bez opredjeljenja za jednu vrstu (3%). U nastavku slijede izjave roditelja koje potkrjepljuju njihove stavove.

Roditelji koji misle kako su bolji stari animirani filmovi su izjavili:

- Stari crtani filmovi su bili umjetnička djela, danas se "štancaju" kao nekakve lako pamtljive pjesmice, brojalice i slično.
- Likovi prije nisu imali oči kao vanzemaljci i struk kao čačkalica! Izgledali su ljudskije.
- Animirani filmovi nekad: muzika je usklađena sa sadržajem (Tri prasčića), usporeniji su, likovi su životinje koje se mogu vidjeti u prirodi. Animirani danas: glasovno naporni sa neprimjerenim sadržajem (Spužva bob), ne šalju dobre poruke (curice su mršave, našminkane, s modernim frizurama, dječaci su većinom sami, bez roditelja) rijetke uvodne zvučne pjesme, brzina tijeka filma je brža, radnja i likovi su čudni.
- Stari su bolji, novi su previše stimulirajući, s visokim tonovima, glasnom glazbom i prepuni su sublimiranih poruka, reklama i slično.
- Svakako stari, današnji su nekako plastični i više prilagođeni odraslima.
- Radnja u današnjim animiranim filmovima je puno brža i puno je više *"product placementa"* kojim se motivira djecu na konzumerizam.
- Ovo danas je verbalno lose, histerične scene, vika, nasilje.
- Danas su filmovi puno više agresivni i likovi su izobličeni.
- Zbog kompjuterizacije likovi imaju izobličene glave.
- U novima je više "dreke" danas, djeca u nekim crtićima i emisijama su uvijek u pravu dok se autoritete ismijava.
- Prije su sukobi između likova bili puno manje “ agresivno” prikazivani.

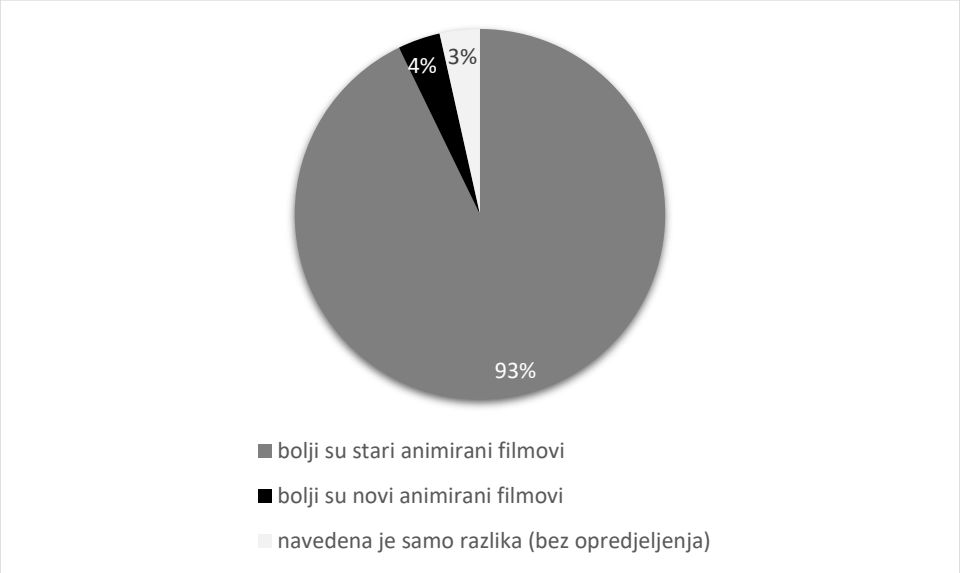
Roditelji koji misle kako su bolji novi animirani filmovi su izjavili:

- Čini mi se da nema toliko negativnih likova u današnjim crtićima, barem u onima koja moja djeca gledaju.
- Animirani filmovi danas su vizualno puno privlačniji i kvalitetniji.
- Sada ima više crtića sa trodimenzionalnim likovima, pa je bolja grafika i animacija.
- Bolja grafika i sadržaj.
- Danas su crtani puno bolji, svaki je napravljen da dijete nešto nauči, a prije crtani nisu imali smisla i bili su puni nasilja.
- Danas je radnja filmova brža, dramaturgija je složenija i likovi nisu uvijek crno-bijeli.
- Bolji su današnji crtani tonski i vizualno, više su poučni. I ima veliki izbor crtanih, tako da se mogu naći odgovarajući za dob i potrebe djeteta.

Roditelji koji su samo naveli koje su razlike novih i starih animiranih filmova bez opredjeljenja za jednu vrstu (stare ili nove):

- Današnji crtani koje moja djeca gledaju su svi sa tematikom istraživanja, mozgalica i slično. Dok kod nas tih stvari nije bilo. To je najveća razlika.
- U moje vrijeme pažnja više bila usmjerena na radnju i priču, a danas na sam izgled likova.
- Ima ih i danas prekrasnih, edukativnih i vise nego u moje doba, ali trebaš znati što tražiš jer ih je i more nasilnih.

Roditelji su se zaista trudili i objašnjavali svoje mišljenje. Kad se sumiraju svi odgovori može se zaključiti kako roditelji misle da su današnji animirani filmovi nasilni, agresivni, bučni, imaju brzu radnju, imaju puno efekata, likovi imaju naporne visoke glasove, nema topline, nedostaje dijaloga, sadrže ružne riječi i govor. Razlike koje navode se najviše odnose na vrstu animacije (2D, 3D), kvalitetu, komercijalizaciju, način snimanja, drugačiju izradu, zvuk, glazbu, tematiku. Mali broj roditelja je istaknuo kako su novi animirani filmovi bolji zbog kvalitetnije slike, kvalitetnije izrade i većeg izbora.



Slika 12. Stavovi roditelja o razlikama između starih i novih animiranih filmova

Zadnje što se htjelo saznati u ovoj skupini pitanja je kakva su sjećanja roditelja na animirane filmove koje su gledali u djetinjstvu (Slika 13). Higson (2014, prema Baldwin 2017)

ističe da je nostalgija osjećaj ponovljenog iskustva kroz slike, zvukove, likove i drugo. Graget (2016) navodi da nas nostalgija čini sretnima i često je povezana s ljudima koji su nam dragi, pa je upravo iznimno zadovoljstvo gledati animirane filmove s dragim ljudima, ali nostalgija može izazvati emociju tuge ako se netko sjeti nekoga ili nečega čega više nema. Isto tako Gombar (2020) navodi da su istraživanja pokazala kako nostalgija ima pozitivne učinke na čovjeka, stvara optimizam, motivaciju i samopouzdanje, ali pretjerana nostalgija može imati suprotne učinke za što je potrebno provesti još istraživanja.

Djetinjstvo je mjesto iz kojeg izvlačimo sjećanja. Ona su nekad ugodna, nekad i ne. Međutim ako se prisjećamo igre, igračaka, slikovnica, animiranih filmova i svih tih istinski dječjih poriva, želja i predmeta ona su uglavnom, moglo bi se pretpostaviti, ugodna i lijepa. Sjećanje je svako ponavljanje sadržaja naše svijesti, a karakterizira ih sličnost prvotnom događaju. Intenzitet sjećanja ovisi o prvom doživljaju (*Hrvatska enciklopedija*: mrežno izdanje, 2020). Animirani filmovi u ovom istraživanju pokazali su se kao jak podražaj na ugodna sjećanja. Moglo bi se zaključiti kako su animirani filmovi dio kolektivnog sjećanje jedne grupe ljudi (roditelji). Kolektivna sjećanja su dio identiteta zajednice i svakog pojedinca. Iako se ona često vezuju uz politička zbivanja, ali i društvena Confino (1997, prema Benčić, 2015) objašnjava pojam koji je dio kolektivnog sjećanja – kulturna sjećanja. U kulturna sjećanja spadaju upravo ti materijalni dokazi kulture poput filma, muzeja, knjiga i slično. Assman (1997, prema Benčić 2015: 12) smatra ako čovjek postaje ono što pamti, onda je ono što o sebi može pričati jako velik dio onoga što čovjek zapravo jest. Animirani filmovi su generacijski prikazi jednog vremena. Oni su slika tadašnje umjetnosti, tadašnjih prioriteta i vrijednosti.

Na kraju ankete u istraživanju roditelji su imali kao prilog dva animirana kratkometražna filma iz serijala Cipelići i Eustahije Brzić. Upravo nakon ispunjene ankete brojni roditelji su se javili s povratnom informacijom kako su oduševljeni s iznenađenjem na kraju ankete koje ih je vratilo u djetinjstvo, kako su se naježili, raznježili i slično. To je još jedan dokaz kako su animirani filmovi kod roditelja izazvali nostalgiju i uglavnom lijepa sjećanja na svoje djetinjstvo. Navest ćemo neke odgovore koji su zaista potvrdili kako su animirani filmovi i sjećanja na njih izazvali jake emocije i sjećanja na ljude, stvari, mjesta i slično. Gotovo svi odgovori su sadržavali pozitivne emocije i radost (98,8%), osim njih nekoliko (ili se roditelji ne sjećaju ili nisu pozitivne emocije u pitanju, 1,2%). Istraživanje je pokazalo kako su sjećanja na animirane filmove: smijeh, zadovoljstvo, ugoda, mir, sjeta, maštanje, puna ljubavi i pouka, vesela, kratka i slatka, predivna, puna uspomena, zabavna. Posebnost koju je istaknulo puno

roditelja je čekanje jednog animiranog filma i to prije dnevnika u 19 sati i 15 minuta i baš to iščekivanje im je vrijedilo i donosilo velika uzbuđenja.

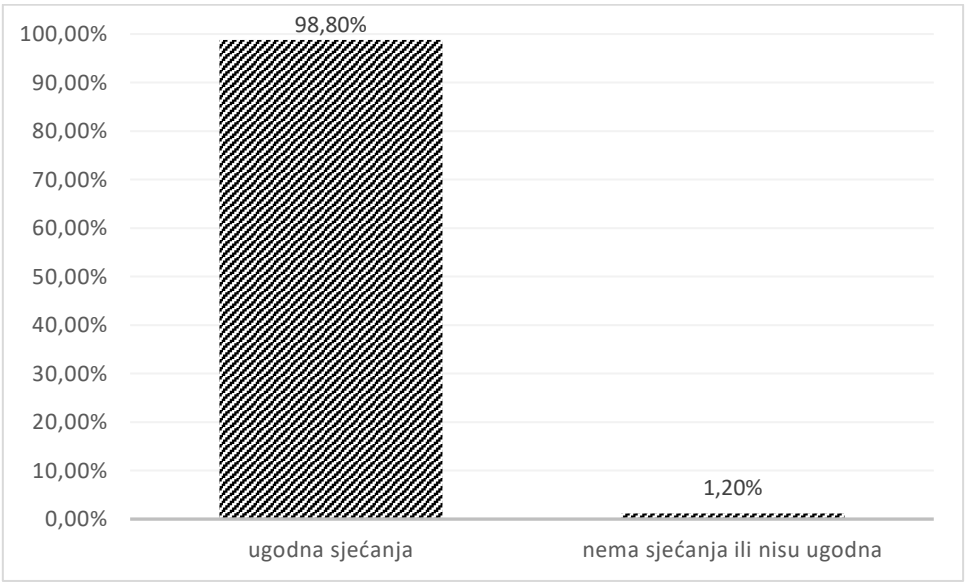
Izjave roditelja o tome kakva su njihova sjećanja na animirane filmove iz njihovog djetinjstva:

- Podsjećaju me na dom, mir i mamu.
- S mamom i tatom sam gledala, lijepe uspomene na trenutke s roditeljima.
- Podsjećaju na predvečerje, vrijeme prije središnjeg dnevnika koje se čekalo sa nestrpljenjem.
- Lijepa i nostalgija me hvata. Iako se smatra da Tom i Jerry imaju nasilne scene, mene to nije ni približno kao što je u današnjim crtićima.
- Crtić prije dnevnika.
- Pozitivna, često sam ih gledala sa svojom mamom i uživali bi o njima razgovarati.
- Likovi su imali i pokazivali i svoje slabosti.
- Predivna. Rado ih i dalje gledam.
- Znam da ih nije bilo puno i da smo im se veselili možda cak i vise nego današnja djeca.
- U 19.15. je trebalo bit ispred Tv a pa sto prikazu..
- Jasna i dobro očuvana.
- To su bile obiteljske večeri uz video rekorder.
- Samo smijeh. Bio ju tu i Gustav i Toro i Pončo.
- Lijepa, i baš sam ponosna na naše animirane filmove. Nije ih bilo mnogo, ali smo ih svi gledali.
- Sjećanja koja nedostaju.
- Vikend ujutro.
- Lijepa. Nisu bili često na programu pa su se posebno iščekivali.
- Kratko, ali slatko.
- Svi zajedno smo gledali i jedva čekali da počne.
- Joj još pamtim prvo gledanje Kralja lavova u kinu vodili su me starci i to pod fibrom jer su karte bile kupljene. Ja i danas volim pogledat Leteće medvjedice. Uz crtane me uvijek vezu neka lijepa sjecanja.
- Uvijek u ih se sjećat.
- Trosjed i dekica.

- Pozitivna, nostalgična i jako kratko su trajala. Čekala sam svojih pet minuta prije dnevnika i to je bilo to. Djeca su se puno vise družila, još od ranog djetinjstva. Danas im je svašta dostupno, roditelji trebaju podstaviti granicu inače dijete može provesti cijeli dan ispred ekrana ili s mobitelom u ruci.
- Predivna.. uz njih sam odrasla i puno o životu naučila i o glazbi i o filmu i o povijesti, zemljopisu, medicini, antropologiji, dinamitu hahah.
- Vezuju me uz osjećaj mira, spokoja i sreće. Uz jutra bez škole. Doručak uz crtić.
- Super, nisam tad gledala na to ovako kao sad.
- Pozitivna, izmame mi osmijeh na licu i nostalgiju.

Sjećanja roditelja koja nisu bila izražena niti pozitivna:

- Uglavnom gubitak vremena i gluposti.
- Ne znam.
- Blijeda.
- Slaba sjećanja.
- Dvojaka.

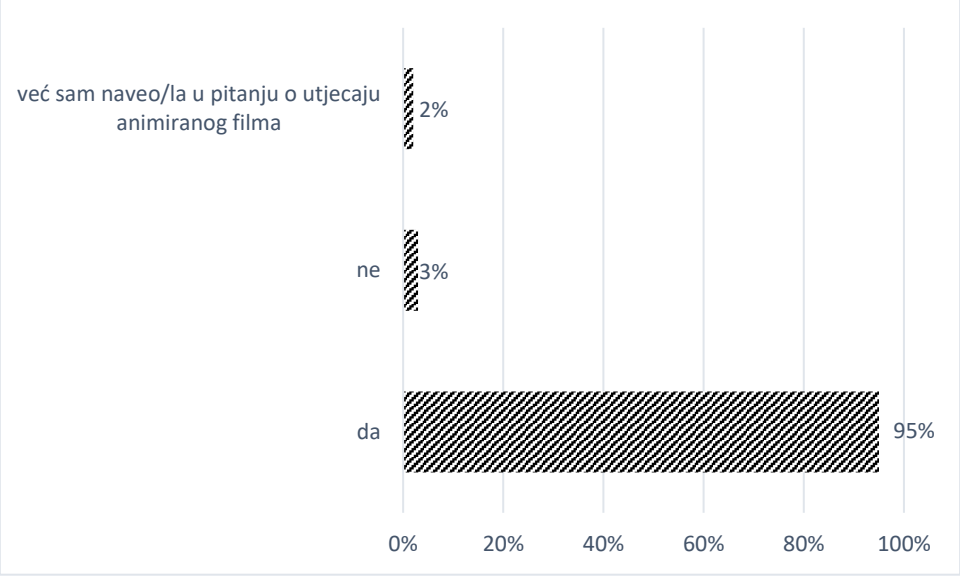


Slika 13. Sjećanja roditelja na animirane filmove iz svoga djetinjstva

5.2.3. Stavovi roditelja o nasilju u animiranim filmovima i negativnim stranama istih

Posljednja tri pitanja koja su roditelji odgovarali u anketi odnose se na stavove o nasilju u novim i starim animiranim filmovima kao i o negativnim stranama istih.

U teorijskom dijelu navedene su i pozitivne i negativne strane animiranih filmova i medijskih sadržaja općenito, što su roditelji svojim opisnim odgovorima na pitanje u prethodnom poglavlju opisivali, ali nas je zanimalo i mišljenje roditelja o tome postoje li negativne strane i starih i novih animiranih filmova i prevladava li u današnjim animiranim filmovima nasilje ili ne. Slika 14. prikazuje mišljenje roditelja o tome postoje li negativne strane današnjih animiranih filmova i koje su to ako postoje.



Slika 14. Mišljenja roditelja o tome postoje li negativne strane današnjih animiranih filmova

Najviše roditelja (Slika 14) smatra kako postoje negativne strane animiranih filmova današnjice (95%), mali broj ih smatra kako ne postoje negativne strane (3%), a neki su naveli kako su već odgovorili slično na pitanje o tome utječu li animirani filmovi na djecu (2%). Po opisnom dijelu odgovora roditeljima je najveći problem nasilje u animiranim filmovima. Turkmen (2016) je proveo istraživanje u kojem je usporedbom dugometražnih animiranih filmova (*Buena Vista, Disney, DreamWorks, Paramount*) dobio zanimljive podatke o profilima likova koji su nasilni u animiranim filmovima. Rezultati njegovog istraživanja pokazali su da najčešće (45,9%) nasilje počini dobar karakter prema dobrom karakteru, zatim (31,8%) loš karakter prema dobrom, dobar karakter prema lošem (20,7%), a najmanje nasilja počini loš karakter prema

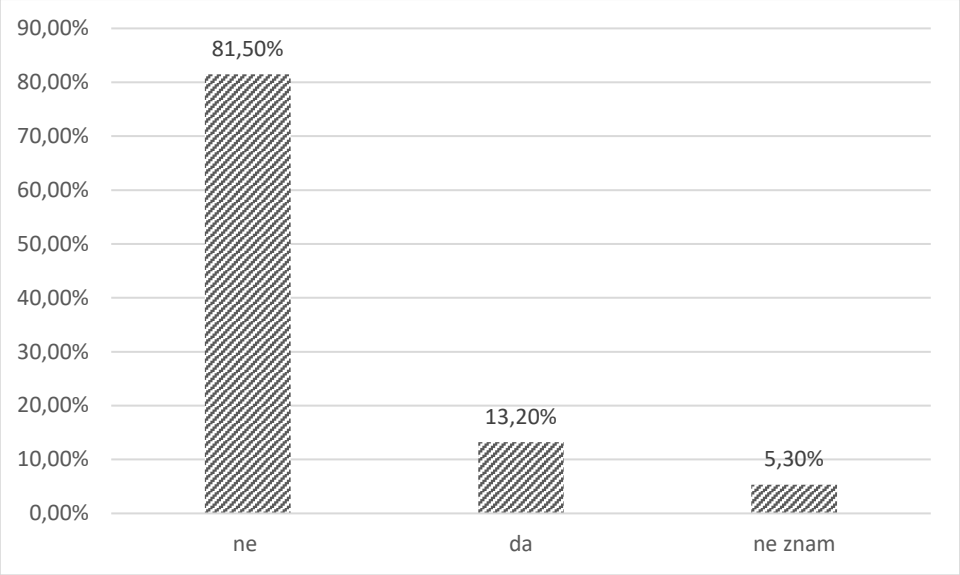
lošem karakteru (1,6%). Animirani likovi koji čine nasilje su najviše u životinjskom obliku, zatim ljudskom obliku, te čudovišta i fantastična bića. Više od pola likova koji čine nasilje u animiranim filmovima prikazani su u svijetlim bojama, najčešće su muškog spola i odrasle dobi. Fizičko nasilje koje se najviše pojavljuje je udaranje, guranje, šamaranje, ozljeđivanje alatom ili oružjem, ubojstvo i davljenje, a verbalno nasilje se prikazuje kroz ismijavanje i ponižavanje (Turkmen, 2016). Rezultati ovog vrlo zanimljivog istraživanja još jednom dovode do zaključka kako roditelji trebaju proučiti sadržaj animiranog filma prije nego ga prikažu djetetu.

Veliki broj roditelja u našem istraživanju je spomenuo veliki utjecaj novih animiranih filmova na vid i oči i to zbog velike količine bljeskova, naglih efekata i boja koje djeluju hipnotizirajuće. Parin i Islam (2020) spominju događaj u Japanu 1997. godine kada je hospitalizirano 653 djece, a ustanovljeno je istraživanjem da se to dogodilo zbog epizode animiranog filma *Pokemon* koja je imala jake crveno-plave bljeskove. Epizoda je zabranjena nakon tog događaja.

Ovo su neke izjave roditelja koje objašnjavaju Sliku 14.:

- Nasilje, pištolji, mačevi, stalna natjecanja i borbe, bez jasnih pouka, na youtube-u su svakakvi sadržaji dostupni, čak i na dječjoj verziji koja bi trebala uklanjati loše sadržaje ima nekih animiranih filmova za odrasle gdje su npr. šareni konjići prikazani kako se drogiraju i režu (to mi je bio šok!), a djetetu su dostupni u dva klika.
- Pojedini crtići su mračni, napadani. Nakon pogledanog sadržaja djeca su uznemirena, osjetljiva, razdražljiva.
- Potiču veselje isključivo prilikom kupnje materijalnih stvari dok su međuljudski odnosi zanemareni.
- Dalmatinci su uvijek „redikuli“, a iz Zagreba su najpametniji.
- Dosta nasilja i želje za slavom.
- Generalno, vise ih veze za kupnju proizvoda.

Dalje se htjelo saznati postoje li negativne strane animiranih filmova koje su roditelji gledali u djetinjstvu i, ako ih ima, koje su (Slika 15). Dobiveni podaci pokazali su kako najviše roditelja misli kako nema negativnih strana u animiranim filmovima njihovog djetinjstva (81,5%). Jedan dio roditelja misli kako postoje negativne strane animiranih filmova iz njihovog djetinjstva (13,2%), a najmanji broj roditelja je odgovorio da ne zna (5,3%).



Slika 15. Postoje li negativne strane animiranih filmova koje su roditelji gledali u djetinjstvu

Oni roditelji koji smatraju da ima negativnih strana u animiranim filmovima uglavnom spominju nasilje, smicalice, lošu estetiku, neatraktivnost. Jedan dio njih je spomenuo serijal *Tom & Jerry* i nasilje u njemu. Većina roditelja koji su spomenuli nasilje kao negativnu stranu nekadašnjih animiranih filmova složili su se u činjenici da onda to nisu shvaćali kao nasilno ponašanje jer je imalo funkciju humora i zabave i bilo im je samo jako smiješno.
Ovo su neke izjave roditelja:

- Cartoon Network je jedini znao imati glupih i nasilnih crtića, ali ostali nisu bili negativni.
- Bilo je vise nasilja nego u današnjim crtićima.
- Ja se ne sjećam crtanih iz svog vremena koji su poticali nasilje, poput današnjih crtanih. Bila je uvijek borba dobra protiv zla, nikad nije nasilje bilo zabava. Mislim da je danas upravo to. Nasilje je prihvatljivo i na žalost ne gledamo ga samo na televiziji.
- Bilo je loših crtića i u našem djetinjstvu, ali manji je bio izbor i više kontrole nad sadržajima.
- Tek kad sad gledam vidim da su i naši imali agresije, ali nije bilo toliko realno prikazano.
- Možda nisu imali baš edukacijski dio, više su bili za bezbrižno djetinjstvo.
- Mislim da ne, možda bih mogla reći da su mi dali nekoliko krivih uvjerenja s kojima se sada borim, ali ništa strašno.

- Jedino sto mi se ne sviđa što su cure/princeze uvijek bile jadne i nesposobne i obavezno je postojao princ koji ih spašava, a paralelno s tim uvijek *happy end*, uključuje udaju za bogatog prelijepog princa koji živi u dvorcu.
- Da, prevelika bajkovitost u kojoj su laži i prevare ponekad opravdane, gdje se žene i muškarci kunu na vječnu ljubav nakon punog sata poznavanja, gdje žene često mijenjaju svoje ja u korist ljubavi.
- Uglavnom iste kao i današnjih, samo manje ekstremne u korist ljubavi
- Nisu dovoljno poučni.
- Gustav je bio depresivan. Nisam to tada razumjela.
- Loša produkcija.
- Nasilja kako to sad kažu bilo je i prije u crtićima, samo se drugačije gledalo na to, bilo je smiješno.
- Malo edukativnog sadržaja.
- Učili su nas da je život savršen.
- Agresija koja je predstavljana kao šala.
- Da, kriva percepcija žena.
- Postoje. Animirani filmovi su poticali junaka u ulozi patnika i slabića koji se bori s većim zločestim protivnikom. Zbog toga imamo generaciju "mekušaca" koji u ovakvom kapitalizmu nemaju šanse preživjeti, a kamoli dominirati.
- Ima nasilja ,ali se onda gledalo 15 minuta dnevno.
- Bilo je likova na Cartoon Network-u koji bi mi zadali noćne more npr. neki epizodni likovi iz Powerpuff Girls, Courage the Cowardly Dog i Cow and Chicken.

Generalizacija nikad nije najbolja opcija. Ljudi se često vode sentimentom i spomenutom nostalgijom za vremenima djetinjstva i možda je veliki broj ispitanika odgovorio da nema negativnih strana u starim animiranim filmovima upravo zbog toga. Naravno da je bilo negativnih strana i u animiranim filmovima nekada (neki su bili više, neki manje kvalitetni), ali u nekom prošlom vremenu u kojem su naši ispitanici bili djeca animirani filmovi se nisu gledali po nekoliko sati dnevno, kao što gledaju djeca naših ispitanika. Tada su se gledali po 15 minuta, do pola sata dnevno što umanjuje mogućnost negativnog utjecaja.
Ako serijal Tom & Jerry uzmemo za primjer, brojni stručnjaci smatraju kako i u tom animiranom serijalu ima puno nasilja.

Danas se nasilje prikazuje na jako realan način i pomoću 3D animacije negativni ishodi nasilja se ne pokušavaju ublažiti, dok je nekad humor ublažavao posljedice ili se one nisu niti prikazivale, već se nasilje prikazivalo kao zabava (Labaš, Ciboci i Kanižaj, 2015). S druge strane, nasilje u starim animiranim filmovima prikazivano je uglavnom kroz humorne scene, lik koji je pretrpio nasilje uvijek bi bio bez ikakve posljedice što može prenijeti poruku da nasilje ne može naškoditi niti ubiti ikoga. Teorija banalizacije nasilja polazi od činjenice da kontinuirano gledanje nasilnih sadržaja gledatelja navikava na nasilje i sve manje suosjeća sa žrtvom nasilja, a banaliziranje se događa upravo u sadržajima koji prikazuju nasilje kao nešto vrlo bezazleno, bez posljedica i bez moralne osude (Valković, 2010). U već spomenutom animiranom serijalu Tom & Jerry kroz elemente komedije, vječno natjecanje se pretvara u zabavu bez želje za nanošenjem zla. U vrijeme kada je nastao Tom & Jerry, 1940. godine, nasilje se prikazivalo drugačije, danas je ono sličnije igranom filmu što doživljaj nasilja čini drugačijim (Valković, 2010). McCauley, Woods, Coolidge i Kulick (1983, prema Stieger, Formann 2014) u istraživanjima su otkrili kako su nasilni animirani filmovi bili smješniji i zabavniji od onih u kojima nema nasilja. S druge strane Stieger i Formann (2014) nakon 31 godinu su ponovili slično istraživanje (nadopunili su i promijenili istraživanje McCauleya i sur.) i dobili sasvim druge podatke koji nisu mogli potvrditi kako su agresivni animirani filmovi smiješni (iako su sudionicima istraživanja bolne scene bile smješnije, od agresivnih scena). To se može pripisati drugom dobu, drugim izmišljenim likovima i jasno postavljenim definicijama agresije i boli. Jim Rutenberg (2001) navodi kako je trend „nove vrste nasilja“ pokrenuo japanski serijal *Pokemon,* uz jeftiniju proizvodnju i preveliku dozu komercijalizacije, što je pokrenulo brojna istraživanja, zabrane i puno se pažnje počelo posvećivati analiziranju nasilje i utjecaja nasilja. Rutenberg (2001) također navodi kako je nasilje nastajalo zajedno s televizijom i postoji od početaka stvaranja medijskih sadržaja, ali ovo „novo“ nasilje nadilazi *Toma & Jerryja*. Kao primjer spominje scenu u kojoj lik *Digimon* oštrim britvama napada drugog lika, a potom uz veliku snagu energije učini da se tijela raspadnu. Direktorica Centra za medijsko obrazovanje Amy Aidman navodi da su se svi počeli odjednom boriti protiv svih vrsta nasilja, a svako nasilje nije jednako i neka nasilja djeca moraju upoznati (nasilje koje će djecu naučiti da junaci nikada ne odustaju čak i ako padnu) (Rutenberg, 2001). Nasilje u medijskim sadržajima na televiziji počelo se istraživati još šezdesetih godina. Vodile su se brojne polemike o tome koliko nasilje na televizijskom programu utječe na ponašanje ljudi.

Nasilje se oduvijek istraživalo i ono je dio svakodnevice i života općenito. Postoje brojne teorije o utjecaju nasilja. Prema teoriji katarze smatra se da gledanjem nasilnih scena čovjek proživljava nasilje i sudjeluje u njemu samim gledanjem, a ne činjenjem. *Priming* teorija je ona

koja polazi od toga da kod osobe koja ima sklonost nasilju gledanje nasilnih scena može potaknuti nasilje. Prema socijalnoj teoriji učenja ljudi često imaju modele ponašanja, a model može biti netko iz medijskog televizijskog sadržaja. Osoba nasilno ponašanje prihvaća i imitira (Valković, 2010).

.

6. Zaključak

U suvremenom svijetu koji se mijenja i razvija, mijenja se i djetinjstvo. Koncept djetinjstva približio se svijetu odraslih. Djeca imaju svoju kulturu, svoja prava, mjesta namijenjena samo za njih. Nekada su djeca vrijeme provodila u igri na ulici, a danas puno vremena provode u odgojno-obrazovnim institucijama. Roditelji sve više vremena provode na poslu ili rade od kuće, pa je sve manje mjesta za aktivno provođenje vremena s djecom. Tu kao pomoć „uskaču" razni ekrani koji okupiraju djecu do te mjere da izgleda kao da ih nema u prostoriji u kojoj borave. Danas postoje televizijski programi namijenjeni samo za djecu, koji sadrže animirane filmove, serije, emisije i reklame. Djeca imaju svoje televizore, mobilne telefone, tablete, laptope i računala. Prevelika i laka dostupnost informacijama i medijskim sadržajima djetetu može oduzeti djetinju aktivnost i igru, a onda i adekvatno odrastanje. Dok dijete misli da su medijski sadržaji samo zabava, njegovom dječjem umu to postaje teret i jedina preokupacija, ovisnost. Dijete ne može biti svjesno što propušta svakim satom koje provodi uz ekran, ali zato je roditelj tu da toga bude svjestan. Zadatak roditelja je briga za zdravlje djeteta i za siguran rast i razvoj. Ipak jesu li roditelji oni koji bi najviše trebali štititi djecu, a ujedno i oni koji ih izlažu nepovoljnim situacijama? Medijski odgoj, medijska pismenost i roditeljska medijacija pojmovi su koje svaki roditelj treba poznavati kako bi mogao pomoći djeci u tome da i ono postane medijski pismeno. Mediji utječu na ljude i postali su nužni za život. Oni nisu niti loši niti dobri, a mogu biti i jedno i drugo. Pravilan odabir medijskih sadržaja, vremensko ograničenje, kontrola sadržaja i razgovor o medijskim sadržajima su preduvjet za sigurno i pravilno korištenje medija. Mediji nam isto tako pomažu i olakšavaju život. Omogućuju nam brzu dostupnost informacijama, brzu i učinkovitu komunikaciju, pomoć su u odgoju i obrazovanju i pomoću medija se može uštediti vrijeme. Mediji su informativni, zabavni i edukativni. Istraživanjem smo željeli ispitati stavove roditelja o preferencijama i navikama djece kad su mediji u pitanju, s naglaskom na animirane filmove i ispitati roditelje o njihovim ponašanjima i stavovima prema animiranim filmovima.

U prvom dijelu istraživanja htjeli smo ispitati medijske preferencije i navike djece kad su u pitanju mediji i medijski sadržaji, posebno animirani filmovi. Rezultati koje smo dobili pokazali su kako je televizija još uvijek najpopularniji medij. Podjednak broj roditelja je odgovorio je da im dijete /djeca koriste medije jedan sat dnevno i dva sata dnevno. Međutim nije ohrabrujući podatak da je jedna šestina roditelja odgovorila kako djeca koriste medije tri sata i više od tri sata. Najviše roditelja je odgovorilo da djeca koriste medije popodne i navečer.

Najgledaniji animirani filmovi su *Mickey Mouse*, Doktorica Pliško, *Pepa Pig* i Spužva Bob Skockani i *Disney* što je u skladu sa svjetskim trendovima. Roditelji su pokazali visoku razinu svijesti o važnosti njihove uloge kad su medijski sadržaji u pitanju, ali uvijek treba uzeti nedostatak ankete u obzir, a to je mogućnost neiskrenih odgovora i nedokazivosti istih u praksi. Gotovo svi ispitanici izjavljuju kako kontroliraju medijske sadržaje, a polovina ih smatra kako nije dobro to što djeca imaju previše dostupnih medijskih sadržaja i samih medija.

U drugom dijelu istraživanja htjeli smo ispitati roditeljska ponašanja i stavove prema animiranim filmovima. *Tom & Jerry* i Mali leteći medvjedi su najčešći animirani filmovi iz djetinjstva roditelja koje su pokazali svojoj djeci. Roditelji navode nasilje kao najveći problem novih animiranih filmova i kao najveću razliku između novih i starih animiranih filmova, a najčešći animirani film koji su puštali svojoj djeci je *Tom & Jerry* oko kojeg su se također vodile polemike zbog nasilja koje ne tripi nikakve posljedice i daje poruku da je nasilje u redu. Većina roditelja smatra kako animirani filmovi imaju veliki utjecaj na djecu. Prema stavovima roditelja stari i novi animirani filmovi se uvelike razlikuju i to najviše po vrsti animacije (3D i 2D), po količini nasilja, kvaliteti glazbe i sadržaja i glasnoći i vizualnim efektima. Analizirajući odgovore roditelja o animiranim filmovima njihovog djetinjstva možemo zaključiti da su ta sjećanja izazivala snažne emocije ugode i sreće.

Iako su roditelji pokazali visoku razinu znanja o korištenju medijskih sadržaja daljnje i detaljnije istraživanje koje bi sadržavalo konkretne zadatke (radionice) ili dodatna ispitivanja, možda bi pokazalo kako to znanje nije aktivno i korišteno u roditeljskoj praksi. Roditelji su svjesni svih opasnosti i negativnosti koje mediji donose, ali dug boravak djece u odgojno-obrazovnim institucijama i manjak vremena za druženje sa svojom djecom, možebitno ugrožava konkretno korištenje znanja u praksi.

Danas se može pronaći velik broj vrlo kvalitetnih animiranih filmova, koji imaju visoku estetsku i umjetničku vrijednost kao i kvalitetnu glazbu, ali ne nalaze na komercijalnom *mainstream* tržištu i samim time su teže dostupni. Kako bi se do njih došlo treba istraživati i utrošiti neko vrijeme, a ustanovili smo kako je baš nedostatak vremena problem.

Misaono putovanje u djetinjstvo i sjećanja na animirane filmove radosna su, ali imaju u sebi jednu malu količinu sjete zbog nemogućnosti povratka u to vrijeme djetinjstva. Dominacija ugodnih emocija može nastupiti zbog same povezanosti sa djetinjstvom i životnom bezbrižnošću, a ne zbog same kvalitete animiranog sadržaja koji se gledao. Možda je to razlog svojevrsnog podsvjesnog idealiziranja animiranih filmova iz djetinjstva. Kada bismo analizirali kao odrasli ljudi iste sadržaje uočili bismo sigurno neke nedostatke. Nije teško složiti se sa stajalištem većine roditelja kako su stariji animirani filmovi u većem broju bili estetski i

umjetnički kvalitetniji, ali bilo ih je manje, proizvodnja je trajala duže, a neke druge ljudske vrijednosti su bile u fokusu više nego edukativna forma i sadržaj (u novim animiranim filmovima – serijalima).

Moja sjećanja na animirane filmove su beskrajno lijepa i vrlo često ih pogledam i koristim u odgojno-obrazovnom radu s djecom. Meni je djetinjstvo jedna sigurna zona i mjesto na koje se često poželim vratiti, animirani filmovi su svakako jedan od razloga zašto bih voljela vratiti vrijeme unatrag. Upravo ovaj diplomski rad mi je pomogao u stvaranju novih saznanja i u spajanju djetinjih osjećaja sa činjenicama i novim podacima.

Za kraj treba postaviti pitanje hoće li djeca koja previše vremena provode uz animirane filmove koji nastaju u današnjem vremenu, imati tako lijepa sjećanja ili će prevelika količina sadržaja potisnuti sjećanja ili ih pretvoriti u sjećanja bez ugodnih i jakih emocija?
Živimo u društvu u kojemu se živi za kratkoročne trendove koji nikad nisu bili promjenjiviji i učestaliji. Koliko je u tom nesigurnom i nestalnom okruženju otežano stvaranje sigurnih i ugodnih uspomena?!

7. Literatura

American Academy of Pediatrics (2011). Media Use by Children Younger Than 2 Years. *Pediatrics*, 128 (5), 1040-1045.

Bartaković, S, Sindik, J. (2016). Medijacijska uloga roditelja prilikom djetetovog gledanja televizije. *Acta ladertina*, 13, 95-113.

Benčić, A. (2015). Teorijska konceptualizacija kolektivnih sjećanja u sociologiji i srodnim društvenim znanostima. *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 25 (1), 1-19.

Bendazzi, G. (2005). Definirati animaciju. *Hrvatski filmski ljetopis*, 11(44), 3-7.

Blažević, N. (2012). Djeca i mediji – odgoj na »televizijski« način. *Nova prisutnost*, 10 (3), 479-493.

Bredehoft, D. (2016).10 Strategies to Teach Your Child Delayed Gratification http://www.overindulgence.org/blog/10-strategies-to-teach-your.html Pristupljeno: 11. 8. 2020.

Buß, C. (2011). Glotzen, bis die Synapsen qualmen. https://www.spiegel.de/kultur/tv/doku-ueber-babyfernsehen-glotzen-bis-die-synapsen-qualmen-a-742984.html Pristupljeno: 5. 8. 2020.

Butković, M. (2018). Svjetski dan animiranog filma. http://www.post.hr/osijek/vijesti/virtualno-znanje/naslov/svjetski-dan-animiranog-filma-6039 Pristupljeno: 11. 8. 2020.

Chomsky, N. (2002). *Mediji, propaganda i sistem*. Zagreb: Što čitaš?

Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Hrpka, H. (2020). Razgovarajmo o životu s druge strane ekrana. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i UNICEF.

Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). Pozitivni i negativni medijski sadržaji. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Unicef.

Cuculić, D. (2016). Nejednakost u dječjim filmovima: Klasni sistem i ženski likovi u Disneyevim crtićima. https://www.novilist.hr/Scena/Film/Nejednakost-u-djecjim-filmovima-Klasni-sistem-i-zenski-likovi-u-Disneyevim-crticima/?meta_refresh=true Pristupljeno: 10. 8. 2020.

Dr. Grob's animation rewiew (2019). Humorous Phases of Funny Faces. https://drgrobsanimationreview.com/2019/03/29/humorous-phases-of-funny-faces/ Pristupljeno: 10. 8. 2020.

Dulčić, D. (2014). Masovni mediji i postmoderno društvo. *Media, culture and public relations*, 5 (1), 87-97.

Eckerd, M. (2011). Children and Television: Is SpongeBob Bad for Your Child?. https://www.psychologytoday.com/intl/blog/people-skills/201109/children-and-television-is-spongebob-bad-your-child Pristupljeno: 10. 8. 2020.

Fatherly (2020). These Are the Most Popular Kids' Shows in America. https://www.fatherly.com/play/most-popular-kids-shows/ Pristupljeno: 13. 8. 2020.

Forgacs, D. (1992). Disney animation and the business of childhood. *Screen*, 33 (4), 361-374.

Galić, M. (2016). Leksikon radija i televizije. Zagreb: Hrt i Ljevak.

Ghizai, S., Alam, R., Ahmad, Z., Shaukat, A., Noor, S. (2017). Impact of Cartoon Programs on Children's Language and Behavior. *Insights in Language Society and Culture*, 2, 104-126.

Gleiberman, O. (2019). Why Is Everyone So Scared of Disney? (Column). https://variety.com/2019/film/columns/why-is-everyone-scared-of-disney-1203267038/ Pristupljeno: 10. 8. 2020.

Graget, A. (2016). 5 scientific reasons why we're all obsessed with nostalgia. https://hellogiggles.com/lifestyle/food-drink/reasons-obsessed-nostalgia/ Pristupljeno: 18. 8. 2020.

Greenough, W., Black, J., Wallace, C. (1987). Experience and Brain Development. *Child development*, 58, 539-559.

Hale, L., Kirschen, G., LeBourgeois, M., Gradisar, M., Garrison, M., Montgomery-Downs, H., Kirschen, H., McHale, S., Chang i A., Buxton, O. (2019). Youth screen media habits and sleep: sleep-friendly screen-behavior recommendations for clinicians, educators, and parent. https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5839336/ Pristupljeno: 16. 8. 2020.

Hampton, K., Rainie, L., Lu, W., Shin, I., Purcell, K. (2015). Social Media and the Cost of Caring. https://www.pewresearch.org/internet/2015/01/15/social-media-and-stress/ Pristupljeno: 5. 8. 2020.

History of animation (bez dat.). https://history-of-animation.webflow.io/#Section-1 Pristupljeno: 10. 8. 2020.

History of science (bez dat.). Fancy names & fun toys. http://www.mhs.ox.ac.uk/exhibits/fancy-names-and-fun-toys/kinora/ Pristupljeno: 9.8. 2020.

Horvat, L. (2020). Napuniti 30 s letećim medvjedićima. https://krilo.info/napuniti-30-s-malim-letecim-medvjedima/ Pristupljeno: 10. 8. 2020.

Hrvatska enciklopedija (bez dat.). https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=39755 Pristupljeno: 5. 8. 2020.

Hrvatska enciklopedija (bez dat.) https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=2819 Pristupljeno: 10. 8. 2020.

Ilišin, V. (2003). Mediji u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima. *Medijska istraživanja : znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 9 (2), 9-34.

Ilišin, V., Marinović Bobinac, A., Radin, F. (2001). *Djeca i mediji*. Zagreb: Alinea.

Ivrendi, A., Özdemir, A. (2010). Mother's evaluetion of cartoons' influence on early childhood children. *Procedia-social and Bihevioral Sciences*, 2, 2561-2566.

Jago, R., Stamatakis E., Gama, A., Carvalhal, I., Nogueira, H., Rosado, V., Padez, C. (2012). Parent and Child Screen-Viewing Time and Home Media Environment. *American Journal of Preventive Medicine*, 43 (2), 159-158.

Jurčić, D. (2017). Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj. *Mostariensia : časopis za društvene i humanističke znanosti*, 21 (1), 127-136.

Kabali, H., Irigoyen, M., Nunez-Davis, R., Budacki, J., Mohanty, S., Leister, K., Bonner, R. (2015). Exposure and Use of Mobile Media Devices by Young Children. *Pediatrics*, 6, 1045-1050.

Kazneni zakon (2011). https://zakonipropisi.com/hr/zakon/kazneni-zakon/178-clanak-povreda-privatnosti-djeteta Pristupljeno: 7. 8. 2020.

Kellner, D., Share, J. (2005). Toward Critical Media Literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 26 (3), 369-386.

Kids Health (bez dat.). Screen Time Guidelines for Babies and Toddlers. https://kidshealth.org/en/parents/screentime-baby-todd.html Pristupljeno: 15. 8. 2020.

Koltay, T. (2011). The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33 (2), 211—221.

Kolucki, B., Lemish, D. (2013). *Kako komunicirati s djecom*. Zagreb: Fond Ujedinjenih naroda za djecu (UNICEF).

Konvencija o pravima djeteta (1989). Unicef Hrvatska. https://www.unicef.org/croatia/konvencija-o-pravima-djeteta Pristupljeno: 9. 8. 2020.

Labaš, D., Ciboci, L. i Kanižaj, I. (2015). *Mediji (i) naši učitelji*. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu

Labaš, D., Marinčić, P. (2018). Mediji kao sredstvo zabave u očima djece. *MediAnali: međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima,* 12(15), 1-32.

Lemaić, K. (2020). BALTAZAR Popularni profesor prenosio je pozitivne poruke koje razumije cijeli svijet. https://www.globalnovine.eu/kultura/film/baltazar-popularni-profesor-prenosio-je-pozitivne-poruke-koje-razumije-cijeli-svijetbaltazar-popularni-pofesor-prenosio-je-pozitivne-poruke-koje-razumije-cijeli-svijet/ Pristupljeno: 10. 8. 2020.

Longhurst, G., Smith, G., Bagnall, G., Crawford, G. i Ogborn, M. (2017). *Intorducing Cultural Studies*. New York: Taylor and Francis.

Ljubić Nežić, K. (2019). Poticanje razvoja medijske pismenosti u ranom i predškolskom odgoju i obrazovanju. *Communication Management Review*, 4 (1), 284-301.

Matyjas, B., (2014). Mass media and children. Globality in everyday life, *Procedia-social and Bihevioral Sciences*, 174 (2015), 2898-2904.

Majcen Marinić, M. (2015). Od zagrebačke škole crtanog filma do suvremenosti i pojave značajnih autorica - umjetnica animacije. U: I. Prezime (Zanki, J., Ferenčić,M., Škrbić Alempijević, N., Potkonjak, S., Belaj, M.) *Zbornik radova međunarodnog i interdisciplinarnog skupa "od državne umjetnosti do kreativnih industrija/transformacija rodnih, političkih i religijskih narativa",* Zagreb: Josip Zanki, 33-39

Masters in communication (bez dat.). Is mass media good or bad for you and your family?. https://www.mastersincommunications.org/mass-media-good-bad-family/ Pristupljeno: 10. 8. 2020.

McLuhan, M. (2008). *Razumijevanje medija*. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.

Medijska pismenost (bez dat.). Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija. https://www.medijskapismenost.hr/preporuke-za-zastitu-djece-i-sigurno-koristenje-elektronickih-medija/. Pristupljeno: 3. 8. 2020.

Medijska pismenos (bez dat.). https://www.medijskapismenost.hr/pojmovnik/ Pristupljeno: 6. 8. 2020.

Miller, C. (bez dat.). Is SpongeBob Really Bad for Preschoolers?. https://childmind.org/article/is-spongebob-really-bad-for-preschoolers/ Pristupljeno: 10.8. 2020.

Mischel, W., Ebbesen, E. (1970). Attention in delay of gratification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 16 (2), 329-337.

Mischel, W., Shoda, Y., Rodriguez, M. (1989). Delay of Gratification in Children. *Science*, 244, 933-938.

Mikić, K (2004). Mediji i roditelji. *Zapis: bilten Hrvatskog filmskog saveza*, 46, 50-67.

Morić, D. (2019). Pred tv, pa u krevet. https://www.tportal.hr/showtime/clanak/kada-ste-zadnji-put-pogledali-dobar-crtani-film-ove-smo-obozavali-a-s-nostalgijom-ih-se-prisjecamo-foto-20190421/slika-b9a75e7aa0d7737bc5f2947c52c18f8f Pristupljeno: 9. 8. 2020.

Mužak, A. (bez dat.). Pričaj mi o „dobru" i „zlu" - moralni razvoj u predškolsko doba. https://www.harfa.hr/pricaj-mi-o-dobru-i-zlu/ Pristupljeno: 11. 8. 2020.

Nair, A. (2018). Positive and Negative Effects of Cartoons on Child Behaviour and Development. https://parenting.firstcry.com/articles/positive-and-negative-effects-of-cartoons-on-child-behaviour-and-development/ Pristupljeno: 10. 8. 2020.

Obradović, Đ.(2007). Nasilnici stvaraju medijski događaj. *MediAnali: međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima*, 1, 45-72.

Poliklinika za zaštitu djece i mladih grada Zagreba (2017). Prvo nacionalno istraživanje o predškolskoj djeci pred malim ekranima (rezultati). https://www.poliklinika-djeca.hr/aktualno/novosti/prvo-nacionalno-istrazivanje-o-predskolskoj-djeci-pred-malim-ekranima/ Pristupljeno: 10. 8. 2020.

Potter, J. (2014). Guidelines for Media Literacy Interventions in the Digital Age. *Medijska istraživanja : znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 20 (2), 2-31.

Plenković, M. (2019). Što je medij ? (holističko jedinstvo sredstava za prijenos informacija i komunikatora). Media, Culture and Public Relations, 10 (1), 1-5.

Raising child (bez dat.). How children see TV, YouTube, games and movies. https://raisingchildren.net.au/school-age/play-media-technology/media/how-children-see-tv Pristupljeno: 8. 8. 2020.

Ranker watch worthy (2020). The Best Children's Shows of All Time. https://www.ranker.com/list/best-children_s-television-series-tv-shows/ranker-tv Pristupljeno: 14. 8. 2020.

Rideout, V. (2007). Parents, children and media. Kaiser Family foundation. https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED542901.pdf Preuzeto: 8. 8. 2020.

Rutenberg, J. (2001). Violence Finds a Niche in Children's Cartoons. https://www.nytimes.com/2001/01/28/us/violence-finds-a-niche-in-children-s-cartoons.html?fbclid=IwAR1jsm3bMKn5vDe3FzfTXHJvZTqHViKWdcEtynCQbOKOia3Q8B6m8GyN6ZA Pristupljeno: 20. 8. 2020.

Sherman, E. (2017). Therapists Explain How Cartoons Affect Your Mental Health. https://www.vice.com/en_us/article/d7e9xa/therapists-explain-how-cartoons-affect-your-mental-health Pristupljeno: 10. 8. 2020.

Sindik, J. (2012). Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?. *Medijska istraživanja : znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 18 (1), 5-33.

Spitzer, M. (2018). *Digitalna demencija.* Zagreb: Ljevak.

Stieger, S., Formann, A. (2014). Are Aggressive Cartoons Really Funnier?. *Sage Open*, October-December, 1-5.

Šćuric, K., Čutura, I., Ilijević, D. i Šegota, Z.(1999). Utjecaj animiranih filmova na djecu. *Dijete, vrtić, obitelj : Časopis za odgoj i naobrazbu predškolske djece namijenjen stručnjacima i roditeljima*, 17, 33-34.

Tolić, M. (2013). Komunikacija u obitelji o medijskim sadržajima. *Pedagogijska istraživanja*, 10 (1), 103-115.

Tolić, M. (2009). Temeljni pojmovi suvremene medijske pedagogije. *Život i škola*, 22 (2), 97-103

Turkmen, M. (2016). Violence in Animated Feature Films: Implications for Children. *Educational Process International Journal*, 5 (1), 22-37.

Turković, H. (1988). *Razumijevanje filma.* Zagreb: Grafički zavod Hrvatske.

Tvrđava kulture Šibenik (bez dat.). Srijedom po svijetu: Čudesna šuma. https://www.tvrdjava-kulture.hr/hr/program/2019/sps-10-cudesna-suma/ Pristupljeno: 13. 8. 2020.

Valković, J. (2010). Oblici i utjecaji televizijskog nasilja. *Nova prisutnost*, 8 (1), 67-86.

Zeotrope & Praxinoscope (bez dat.). Zeotrope history. http://www.zoetrope.org/zoetrope-history Pristupljeno: 9. 8. 2020.

Zgrabljić Rotar, N. (2005). *Medijska pismenost i civilno društvo*, Sarajevo: MediaCentar.

Zimmerman, F., Christakis, D., Meltzoff, A. (2007). Television and DVD/Video Viewing in Children Younger Than 2 Years. *Arch Pediatr Adolesc Med*, 161 (5), 473-479.

Wartella, E., Richert, R., Robb, M. (2010). Babies, television and videos: How did we get here?. *Developmental Review*, 30, 116-127.

3D-Ace (bez dat.). 2D vs 3D Animation: Which Style is Winning. https://3d-ace.com/press-room/articles/2d-vs-3d-animation-which-style-winning-1 Pristupljeno: 11. 8. 2020.

Sažetak

Cilj ovoga istraživanja bio je istražiti stavove roditelja o medijima s posebnim naglaskom na animirane filmove te ispitati neka roditeljska ponašanja koja mogu pridonijeti medijskoj pismenosti njihove djece. U istraživanju je sudjelovao 401 roditelj, a istraživanje se provodilo tijekom pedagoške godine 2019./2020. na području grada Splita. Podatci su prikupljeni pomoću online ankete koja je sadržavala pitanja i zatvorenog i otvorenog tipa. Dobiveni rezultati su pokazali kako roditelji visoko procjenjuju vlastito znanje kad je u pitanju korištenje medija, kao i visoku razinu kontrole medijskih sadržaja, ali djeca ipak provode puno vremena ispred različitih vrsta ekrana. Televizija je, kao i u mnogim istraživanjima, najkorišteniji medij. Većina roditelja smatra kako su novi animirani filmovi naspram starih prepuni nasilja i negativnih utjecaja na djecu. Roditelji smatraju kako je nasilje najveći problem u novim animiranim filmovima, ali isto tako misle kako je nasilja bilo i u starim animiranim filmovima, ali zbog drugačijeg i zabavnijeg prikaza nisu ga doživljavali strašnim. Prema mišljenju roditelja današnji animirani filmovi su bučni, imaju brzu radnju, imaju puno efekata, likovi imaju naporne visoke glasove, nema topline, nedostaje dijaloga, sadrže ružne riječi i govor, a od starih animiranih filmova se razlikuju prema vrsti animacije (2D, 3D), kvaliteti, komercijalizaciji, načinu snimanja, zvuku, glazbi, tematici. Ipak vrlo mali broj roditelja smatra kako su novi animirani filmovi bolji zbog kvalitetnije slike, kvalitetnije izrade i većeg izbora. Roditelji su sentimentalno vezani za animirane filmove svoga djetinjstva i imaju lijepe uspomene, iako ta dominacija ugodnih emocija može nastupiti i zbog same povezanosti sa djetinjstvom i djetinjom bezbrižnošću, a ne zbog same kvalitete animiranog sadržaja koji se gledao.

Ključne riječi: mediji, medijska pismenost, animirani filmovi, utjecaji, djetinjstvo

ANIMATED MOVIES FROM THE PARENT'S PERSPECTIVE

Abstract

The aim of this research was to investigate parents' attitudes towards media, with a special emphasis on animated movies, and to examine parental behaviors that may contribute to their children's media literacy. 401 parents participated in the research, which was conducted during the pedagogical year 2019/2020 in the city of Split area. The data were collected using an online survey that included both closed-ended and open-ended questions. The obtained results showed that parents highly value their own knowledge when it comes to the use of media, as well as a high level of control over media content, but children still spend a lot of time in front of different types of screens. Television is, as many other research studies have shown, the most used medium. Most parents feel that the new animated films versus the old ones are full of violence and negative impacts on children. Parents think that violence is the biggest problem in new animated films, but they also think that there was violence in old animated films as well; however, due to a different and more entertaining portrayal, they did not find it terrible. According to parents, today's animated films are noisy, have fast-paced plots, have a lot of effects, characters have annoying high-pitched voices, there is no warmth, there is a lack of dialogue, they contain ugly words and speech and differ from old animated films by type of animation (2D, 3D), quality, commercialization, recording methods, sound, music, themes. However, a very small number of parents believe that new animated movies are better because of the better image quality, better production and greater selection. Parents are sentimentally attached to animated films of their childhood and have fond memories of them, although this dominance of pleasant emotions may occur due to the very connection with childhood and childish carelessness and not because of the quality of the animated content being watched.

Keywords: media, media literacy, animated films, influences, childhood

Prilozi

SVEUČILIŠTE U SPLITU

FILOZOFSKI FAKULTET

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja MAJA STOJIĆEVIĆ KOVAČIĆ, kao pristupnik/pristupnica za stjecanje zvanja magistra ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja izjavljujem da je ovaj završni/diplomski rad rezultat isključivo mojega rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i literatura. Izjavljujem da ni jedan dio završnoga/diplomskoga rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranoga rada, stoga ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnoga/diplomskoga rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Split, 22. rujna 2020.

Potpis



IZJAVA O POHRANI ZAVRŠNOGA/DIPLOMSKOGA RADA (PODCRTAJTE ODGOVARAJUĆE) U DIGITALNI REPOZITORIJ FILOZOFSKOGA FAKULTETA U SPLITU

Student/Studentica: Maja Stojićević Kovačić

Naslov rada: Animirani filmovi iz perspektive roditelja

Znanstveno područje: društvene znanosti

Znanstveno polje: pedagogija

Vrsta rada: diplomski rad

Mentor/Mentorica rada (akad. stupanj i zvanje, ime i prezime): doc. dr. sc. Morana Koludrović

Sumentor/Sumentorica rada (akad. stupanj i zvanje, ime i prezime):

Članovi Povjerenstva (akad. stupanj i zvanje, ime i prezime): doc. dr. sc. Morana Koludrović, izv. prof. dr. sc. Ina Reić-Ercegovac, prof. dr. sc. Maja Ljubetić

Ovom izjavom potvrđujem da sam autor/autorica predanoga završnoga/diplomskoga rada (zaokružite odgovarajuće) i da sadržaj njegove elektroničke inačice potpuno odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada. Slažem se da taj rad, koji će biti trajno pohranjen u Digitalnom repozitoriju Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Splitu i javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama *Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju*, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15, 131/17), bude:

a) u otvorenom pristupu

b) dostupan studentima i djelatnicima FFST-a

c) dostupan široj javnosti, ali nakon proteka 6 mjeseci / 12 mjeseci / 24 mjeseca (zaokružite odgovarajući broj mjeseci).

(zaokružite odgovarajuće)

U slučaju potrebe (dodatnoga) ograničavanja pristupa Vašemu ocjenskomu radu, podnosi se obrazloženi zahtjev nadležnomu tijelu u ustanovi.

Mjesto, nadnevak: 22. rujna 2020.

Potpis studenta/studentice:

MSJ