

Vlasta Ilišin
Ankica Marinović Bobinac
Furio Radin

DJECA I MEDIJI

Izdavači: Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži
Institut za društvena istraživanja u Zagrebu

Za izdavače: Adinda Dulčić
Nikola Skledar

Recenzenti: Vjekoslav Afrić
Zoran Žugić

Urednica: Vlasta Ilišin

Jezična i grafička obrada: Alinea, Zagreb

Korice:

Tisak i uvez:

CIP

ISBN

Realizaciju i objavljivanje istraživanja financirao je Ured UNICEF-a za Hrvatsku.

Vlasta Ilišin
Ankica Marinović Bobinac
Furio Radin

DJECA I MEDIJI

Uloga medija u svakodnevnom životu djece

Zagreb, 2001.

SADRŽAJ

Vlasta Ilišin

KONCEPTUALNI OKVIR ISTRAŽIVANJA

1. Teorijska polazišta
2. Dosadašnja istraživačka saznanja
 - 2.1. Medijska istraživanja u svijetu
 - 2.2. Medijska situacija i istraživanja u Hrvatskoj
3. Sadržaj i metodologija istraživanja
 - 3.1. Problem, ciljevi i hipoteze istraživanja
 - 3.2. Instrument i obrada podataka
 - 3.3. Struktura uzorka

Ankica Marinović Bobinac

OBITELJ I ŠKOLA

1. Uvod
2. Obiteljska situacija i komunikacija
 - 2.1. Karakteristike obitelji i domaćinstva
 - 2.2. Interpersonalna komunikacija
3. Školski milje i obrazovne aspiracije
4. Zaključne napomene

Furio Radin

VRIJEDNOSTI I NEPRIHVATLJIVA PONAŠANJA

1. Vrijednosti
2. Percepcija neprihvatljivih ponašanja

Vlasta Ilišin

SLOBODNO VRIJEME

1. Uvodne napomene
2. Neki aspekti korištenja slobodnog vremena
3. Aktivnosti u dokolici
4. Zaključne napomene

Vlasta Ilišin, Ankica Marinović Bobinac, Furio Radin

KORIŠTENJE MASOVNIH MEDIJA

1. Tisak za mlade
2. Radio
3. Televizija
4. Kompjutor

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

PRILOZI

1. Upitnik
2. Popis škola

Summary

PREDGOVOR

Današnji svijet nezamisliv je bez medija masovne komunikacije. Od nastanka tiska do pojave Interneta masovni se mediji šire, čini se, nezaustavljivim tempom. Rapidan porast broja različitih, i to ponajprije elektroničkih medija, i njihovo rasprostiranje do svakog kutka Zemlje obilježilo je netom prohujalo dvadeseto stoljeće. Realno je pretpostaviti da će se ubrzani razvoj medija nastaviti i dalje, a u suglasju s razvojem tehnologije na kojoj se zasnivaju.

Usporedo s pojavom i širenjem masovnih medija traju i javne diskusije o njihovim funkcijama i potencijalnom utjecaju na sve brojniji auditorij. Znanstvenici i stručnjaci započeli su s intenzivnim promišljanjem odnosa medija i primatelja prije sedam desetljeća, na što ih je ponukalo širenje prvog elektroničkog medija (radija). U proteklom razdoblju sociolozi, psiholozi, politolozi i komunikolozi razvili su niz teorija masovnih komunikacija, a prikupljena je i impozantna količina empirijskih nalaza o fenomenu masovnih medija u suvremenom društvu. Kako to već u društvenim znanostima biva, nijedna teorija nije uspjela do kraja potisnuti sve druge, niti su dobiveni rezultati istraživanja jednoznačni i konačni. Razlog tomu nije samo to što nijedan društveni fenomen nije statična kategorija, pa da bi se moglo doći do potpuno neupitnih i neoborivih spoznaja, nego i sama priroda medija masovnih komunikacija, za koje je karakterističan "višak neuhvatljivosti". Pritom osobita teškoća ne proizlazi toliko iz činjenice da je područje masovnih komunikacija poligon čestih i značajnih mijena, koliko iz saznanja da odnos publike spram medija nije uvjetovan samo značajkama medija i danoga društva, nego i specifičnim obilježjima svake ljudske jedinice utopljene u masovnom auditoriju. Otuda je problem recepcije medijskih sadržaja najintrigantniji predmet medijskih istraživanja, ali istodobno i najpodložniji različitim pristupima i uvidima.

Posebnu pozornost i široke javnosti i stručnjaka trajno izaziva propitivanje relacije masovnih medija i djece kao najosjetljivijeg segmenta populacije. Zarana je, naime, uočen velik socijalizacijski potencijal medija, što, naročito u vrijeme pojavljivanja novih i stoga još nedovoljno poznatih medija,

gotovo redovito izaziva i neumjereni optimizam i tjeskobnu zabrinutost istodobno. Kada je riječ o djeci (i mladima općenito), stječe se dojam da pretežu ona istraživanja koja tragaju za mogućim negativnim dimenzijama medijskog konzumerizma. Recentnija istraživanja ipak pokazuju tendenciju proučavanja eventualnih pozitivnih efekata korištenja medija. Kako su se mediji, i paralelno s njima medijska istraživanja, razvijali, težište se pomicalo od problema vremena potrošenog na praćenje medija do kompleksa problema recepcije emitiranih sadržaja. Orijentaciju na te probleme prati i drugačiji pristup odnosu masovnih medija i djece: umjesto restriktivnog zagovara se specifičan edukacijski pristup, kojeg se podvodi pod sintagmu *odgoj za medije*. Medijski odgoj obuhvaća sve relevantne oblike korištenja masovnih medija – od tehničkog umijeća baratanja medijima, do selekcioniranja i razumijevanja ponuđenih sadržaja.

Medijska istraživanja u Hrvatskoj razmjerno su slabo razvijeno područje istraživanja. Najveći interes za masovne medije javlja se u sklopu debata o razvoju demokracije u tranzicijskim uvjetima te u vrijeme predizbornih političkih kampanja, kada se aktualizira pitanje objektivnog informiranja. Izvan tog konteksta mediji su razmjerno rijetko bili predmetom istraživanja, dok je pitanje odnosa djece spram medija bilo potpuno zanemareno. Točnije rečeno, postoje djelomični uvidi u odnos mladih i medija koji su prikupljeni u sklopu istraživanja slobodnog vremena, ali kada su u pitanju djeca, takvih saznanja nema. Utoliko naše istraživanje predstavlja jedan od pionirskih pokušaja da se otpočne sa sustavnim znanstvenim praćenjem odnosa djece i masovnih medija u Hrvatskoj. Kao takvo, te uvjetovano i raspoloživim financijskim sredstvima, ono je nužno usmjereno na samo neke aspekte ispitivanog problema i na samo neke segmente dječje populacije. Otuda se može smatrati da je ovo istraživanje zapravo preliminarnog karaktera, jer daje tek početni uvid u vrlo složen problem odnosa djece i medija. No i takav početan uvid pruža valjane informacije o nekim aspektima istraživanog problema. Dakako, da bi se prevladali nužni limiti koji prate sva početna i nevelika istraživanja, trebalo bi intenzivirati i proširiti istraživanja na ovom području. Uvidi u dobivene rezultate mogu nam sugerirati najmanje tri pravca daljnjeg razvoja medijskih istraživanja usredotočenih na djecu. Prvo, istraživanja bi trebalo proširiti na mlađu školsku djecu i djecu u

predškolskoj dobi, a što zahtijeva i uključivanje roditelja kao ispitanika i informatora o dječjem korištenju medija. Drugo, istraživanja bi trebalo produbiti u onom dijelu koji je usmjeren na ispitivanje recepcije medijskih sadržaja od strane djece. S tim je povezan i treći aspekt, a to je analiza sadržaja medijskih priloga koji djecu najviše privlače. To znači da su za pouzdano i sveobuhvatno sagledavanje utjecaja medija na djecu potrebna multidisciplinarna, dugotrajna i skupa istraživanja čija realizacija tek treba uslijediti.

U ovoj studiji predstavljeni su rezultati empirijskog istraživanja provedenog na uzorku starijih učenika osnovnih škola. Istraživanje nije bilo ograničeno samo na ispitivanje korištenja medija i uključilo je propitivanje nekih drugih aspekata svakodnevnog života djece, kao što su obiteljske prilike i način provođenja slobodnog vremena. Usto, ispitan je i njihov vrijednosni sustav te percepcija neprihvatljivih ponašanja. U skladu s ovakvom operacionalizacijom istraživačkog problema koncipirana je i ova knjiga.

U prvom poglavlju elaborirane su teorijske i metodološke osnove istraživanja uz kratak pregled relevantnih spoznaja do kojih su došli istraživači u Hrvatskoj i drugim zemljama. Drugo poglavlje predstavlja analizu podataka o određenim značajkama obiteljskog života, interpersonalnoj komunikaciji i nekim aspektima školskog okruženja. U trećem poglavlju razmatraju se vrijednosti djece i njihovo viđenje neprihvatljivih oblika ponašanja. Četvrto poglavlje bavi se slobodnim vremenom djece, pri čemu je posebna pozornost posvećena masovnim medijima čije se korištenje poglavito zbiva u tom dijelu svakodnevnoga života. Peto poglavlje čine interpretacije podataka o korištenju promatranih medija: tiska, radija, televizije i kompjutora. Šesto poglavlje sadrži kratku rekapitulaciju i zaključna razmatranja dobivenih rezultata.

Nadamo se da će prezentirani nalazi biti korisni onim stručnjacima koji se bave bilo djecom bilo medijima, ali da će zanimati i širu publiku, prije svega roditelje i nastavnike, čiju ulogu i odgovornost za sada nitko ne može adekvatno nadomjestiti.

Ova je knjiga nastala zahvaljujući *Državnom zavodu za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži*, koji je prepoznao problem i inicirao njegovo istraživanje,

kao i *Uredu UNICEF-a za Hrvatsku*, koji je prijedlog istraživanja prihvatio te financirao njegovu realizaciju i objavljivanje dobivenih rezultata. Posebnu zahvalnost dugujemo ravnateljima i nastavnicima škola u kojima je ispitivanje provedeno, jer su svojom susretljivošću uvelike pomogli uspješnom prikupljanju podataka. Dakako, ponajveća zahvalnost pripada učenicima koji su strpljivo i, vjerujemo, iskreno odgovarali na postavljena pitanja.

Zagreb, travanj 2001.

Vlasta Ilišin

KONCEPTUALNI OKVIR ISTRAŽIVANJA

Otkada postoji, ljudska je zajednica zaokupljena pitanjima kako najbolje odgajati djecu, tko u tome treba i može sudjelovati te što sva djeca trebaju svakako učiti. Ovaj interes uvjetovan je nužnošću da se mladi naraštaji osposobe za adekvatno preuzimanje trajnih uloga u danom društvu, kako bi ono moglo optimalno funkcionirati i razvijati se. Kroz ljudsku povijest transformirao se proces odgoja i učenja, mijenjala su se i umnožavala znanja, zahtjevi i norme koje su djeca trebala usvojiti, a povećavao se i broj sudionika u socijalizacijskom procesu. Među postojećim socijalizacijskim faktorima u posljednjem stoljeću minulog tisućljeća, mediji masovnih komunikacija su oni koji su se nametnuli kao neminovnost svakodnevnoga života i jedna od neizbježnih komponenti socijalizacijskog procesa. U suvremenom društvu svaka nova generacija djece odrasta u okolini koja je sve bogatija novim medijima i njihovim sadržajima. Sukladno tome, mijenja se i potencijalni utjecaj medija na djecu ili, točnije rečeno, percepcija tog utjecaja. Stoga su istraživanja mogućeg utjecaja masovnih medija na djecu koliko nužna toliko i uvijek aktualna.

1. Teorijska polazišta

Djeca su onaj segment populacije u kojeg, pravno gledajući, ubrajamo sve osobe u dobi do navršениh 18 godina života. Gledajući, pak, iz sociopsihološkog rakursa, u djecu se ubrajaju svi pojedinci u dobi do 15. godine života kada započinje razdoblje mladosti. Djetinjstvo, dakle, obuhvaća prvih petnaest godina ljudskoga života, a to se životno doba preciznije dijeli u četiri razdoblja: rano djetinjstvo (do 6. godine), djetinjstvo srednje dobi (od 6. do 10. godine) i kasno djetinjstvo (od 10. do 12. godine), nakon čega nastupa rana mladost, tinejdžersko ili rano adolescentsko doba (Gudjons, 1994:97). Ono što obilježava svaku fazu djetinjstva jesu rast, sazrijevanje i razvoj. Razvoj pojedinca je, pak, ona dinamička komponenta koja najviše zaokuplja društvene znanosti budući da je u tom pogledu presudan utjecaj društva. Svako društvo

nastoji osigurati što bolje uvjete za optimalan razvoj djece. Takav razvoj podrazumijeva realizaciju svih individualnih potencijala u cilju ostvarivanja kvalitetnog života i psihičke dobrobiti pojedinca kao i njegova osposobljavanja za preuzimanje odgovarajućih društvenih uloga putem punopravnog uključivanja u život zajednice s ciljem davanja punog doprinosa funkcioniranju i razvoju danog društva. Obje ove dimenzije razvoja djece u prvi plan stavljaju proces socijalizacije.

Socijalizacija, u najširem smislu, znači integriranje pojedinca u društveni život kroz proces prilagođavanja društvenim zahtjevima i normama, a što podrazumijeva proces učenja stavova, vrednota i poželjnih oblika ponašanja. Socijalizacija se, dakle, zbiva posredstvom mehanizma učenja, koje se definira kao “promjena u ponašanju ili u potencijalu ponašanja nekog organizma u određenoj situaciji, koja se vraća natrag u ponovljenim iskustvima organizma u toj istoj situaciji” (Bower i Hilgard, navedeno prema Gudjons, 1994:171). Teorije učenja barataju s četiri osnovna modela: klasično uvjetovanje, operativno učenje, učenje po modelu i kognitivno učenje (Gudjons, 1994) pri čemu se proces učenja realizira kroz četiri oblika: asocijativno učenje, metodu pokušaja i pogrešaka, imitaciju te stjecanje uvida u situacije (Zvonarević, 1989). Svaka od ovih metoda zahtijeva drugi stupanj zrelosti i intelektualnog angažmana involviranih pojedinaca. Iz toga slijedi da što je metoda učenja zahtjevnija, nužno je da su i oni koje se socijalizira i oni koji socijaliziraju sposobni sudjelovati u tom procesu na zadovoljavajući način. Na koncu, učenje se razlikuje i po sadržaju, koji može pripadati jednoj od tri skupine: vještinama i navikama, različitim vrstama znanja te stavovima i shvaćanjima (Zvonarević, 1989). Otuda je logično da se različiti sadržaji učenja usvajaju pomoću njima primjerenih metoda, što znači da za svako područje ljudskih znanja i vještina nisu prikladne iste metode učenja. Isto tako ne treba previdjeti ni saznanje da učenje može biti intencionalno (namjerno) i neintencionalno (nenamjerno) iz čega slijedi da se socijalizacijski učinci mogu postizati i neovisno o volji aktera.

Proces socijalizacije najintenzivniji je u doba djetinjstva i rane mladosti, kada se pojedinac oblikuje kao osoba, no ovaj proces traje i u kasnijim životnim razdobljima, kada “utječe na modificiranje raznih već stvorenih svojstava”

(Zvonarević, 1989:93). Iako je socijalizacija, dakle, permanentan proces, neosporno je da ona presudnu ulogu igra u razdoblju maturacije, koja uglavnom okončava u postadolescentskom razdoblju života pojedinca. Unutar tako ocrtanog gabarita poseban se akcent stavlja na doba djetinjstva. Pritom su važne i biološke (psihofizičke) zadanosti i potencijali pojedinaca, kao i značajke socijalne okoline u kojoj individua sazrijeva. A upravo su utjecaji iz socijalne okoline ono što najviše zaokuplja pažnju znanstvenika i javnosti kada se raspravlja o socijalizaciji djece i mladih.

U tom je kontekstu posebna pozornost usmjerena na socijalizacijske faktore ili agense, koji se dijele u dvije osnovne skupine: primarne i sekundarne agense socijalizacije. Primarni socijalizacijski agensi su roditelji (obitelj) i vršnjaci (prijateljske skupine), dok su sekundarni socijalizacijski faktori škola, crkva i mediji, te radna sredina i razne udruge – političke stranke, sindikati, interesne udruge i sl. (Dekker, 1991). Utjecaj navedenih faktora uvjetovan je nizom okolnosti, od kojih ovdje valja istaći da se važnost pojedinih socijalizacijskih agensa, između ostalog, mijenja i ovisno o dobi pojedinca.

Neupitno je da od trenutka rođenja započinje utjecaj roditelja, koji kroz rano djetinjstvo ostaje bez ozbiljne konkurencije, a traje i do zrele dobi potomstva, premda u većini slučajeva s primjetno smanjenim intenzitetom. No, još je bitnije da je utjecaj roditelja sveobuhvatan budući da se proteže kroz sva područja života: od usvajanja higijenskih navika do formuliranja životnih ciljeva. U suvremenom društvu sve ranije započinje i utjecaj vršnjaka, čemu pogoduje institucionalizirana briga o djeci predškolskog uzrasta. Takvo zbrinjavanje djece pogoduje koncentraciji većih skupina vršnjaka na jednom mjestu (za razliku od ograničenog broja djece iz susjedstva), a ovaj se trend nastavlja do okončanja srednjoškolskog obrazovanja. Uvođenjem obveznog obrazovanja i njegovim produžavanjem na 8 do 10 godina škola je postala najznačajnija socijalizacijska ustanova. Njezin utjecaj započinje u dobi između 6. i 7. godine i traje najčešće 10-12 godina, a za one koji studiraju i visokoškolske ustanove mogu imati veću ili manju socijalizacijsku važnost. Otprilike s početkom institucionaliziranoga obrazovanja započinje i sustavnije djelovanje crkve, posebice u onim društvima gdje je vjeronauk uključen u školsku nastavu. Dakako, taj se utjecaj može

produžiti na cijeli život pojedinca, ovisno o njegovoj religioznosti i upućenosti na učenja crkve. Potencijalni utjecaj medija u suvremenom društvu u najvećem broju slučajeva počinje od najranije životne dobi pojedinca. Naime, djeca dolaze u svijet i roditeljski dom koji je u većoj ili manjoj mjeri napučen medijima i koje članovi obitelji u većoj ili manjoj mjeri koriste, pa im se u tome priključuju i djeca. Utjecaj medija, naravno, nije ograničen samo na dječju i omladinsku dob, a njihov potencijalni utjecaj na široku publiku različitih obilježja – pa i dobnih – dobro je poznata i često diskutirana tema. Utjecaj, pak, različitih organizacija i udruga započinje u skladu s njihovim djelokrugom rada – političke stranke i sindikati, na primjer, izravniji utjecaj mogu početi ostvarivati tek u doba mladosti, i to prije svega na one individue koje su u dotične organizacije uključene. No, razne interesne udruge, osobito one koje okupljaju djecu i mlade (humanitarne i sportske organizacije, izviđači, klubovi, sekcije i sl.) svoj utjecaj počinju ostvarivati i ranije. Na koncu, utjecaj radne sredine pojavljuje se kao kronološki posljednji u nizu socijalizacijskih agensa i faktički ima sužene mogućnosti da u socijalizacijskom procesu tek dopuni neke dimenzije, ponajprije one vezane uz profesionalno ponašanje i etiku.

Prepoznavanje socijalizacijskih agensa i identifikacija životne dobi pojedinca kada on postaje dostupan i prijemljiv za određene socijalizacijske utjecaje još ništa pouzdano ne govori o snazi pojedinih socijalizacijskih faktora. No rezultati niza istraživanja utjecaj roditelja (obitelji) i škole (obrazovanja) smještaju na vrh ljestvice, dok oko utjecajnosti ostalih socijalizacijskih agensa nema konsenzusa stručnjaka niti jednoznačnih nalaza istraživanja. Koji će agens biti istaknut kao vrlo važan, ponajviše ovisi o temama, pristupima i metodama istraživanja, a kako ona tendiraju raznolikosti, u skladu s time dolaze i do različitih rezultata.

Naročito je, međutim, intrigantno kako sami “objekti” socijalizacije vrednuju utjecaj pojedinih socijalizacijskih faktora. Kao ilustracija mogu poslužiti istraživanja hrvatske mladeži 1999. godine¹, gdje je od ispitanika zatraženo da

¹ Radi se o istraživanju *Vrijednosni sustav mladeži i društvene promjene u Hrvatskoj*, što ga realizira istraživački tim Instituta za društvena istraživanja u Zagrebu u sastavu: F. Radin

sami procijene tko ili što najviše utječe na razvoj njihova mišljenja o čovjeku i društvu. Po samoprocjeni mladih, najveći utjecaj ostvaruju obitelj i prijatelji, zatim škola, knjige i crkva, a potom televizija, tisak za mladež, filmovi i Internet.² Sudeći po ovim nalazima, najveći ili bar primjetno veliki utjecaj ostvaruju agensi kojima to i jest namjera (roditelji, škola, crkva). Zanimljiva je visoka pozicija prijatelja, što svjedoči o porastu važnosti vršnjačkih skupina u doba mladosti, kada se intenzivira proces osamostaljivanja od roditelja i njihova utjecaja. Percepciju utjecaja crkve također treba apostrofirati, jer ukazuje na porast odgojne važnosti crkve u proteklom desetljeću.³

Posebno je vrijedno pažnje visoko vrednovanje utjecaja knjiga, što djelomice demantira bojazni M. McLuhana (1968) da će elektronički mediji potisnuti pisanu kulturu. Ovo dodatno intrigira kada se s knjigama usporede masovni mediji (televizija, filmovi, Internet, tisak za mladež) – tih medija je više i utoliko dobivaju na mogućem utjecaju, ali u pojedinačnoj konkurenciji nijedan medij nije dorastao knjizi. Dakako, stanovit oprez spram prikazanih rezultata je nužan već stoga što vlastita prosudba ispitanika ne mora odražavati objektivnu situaciju, pa valja računati s tim da bar dio mladih zapravo nije u stanju točno procijeniti utjecaj različitih socijalizacijskih agensa. Međutim, ako su i (ne)svjesno precijenili utjecaj knjiga a podcijenili utjecaj masovnih medija, to je trend koji ne treba previdjeti. Naime, to znači da u njihovu sustavu vrijednosti knjige kotiraju bolje od masovnih medija, a ukoliko je to točno, onda je to i indikator svojevrzne kritičke pozicije spram masovnih medija. U svakom slučaju, uočljiv je očekivani efekt društveno proklamirane namjere određenih socijalizacijskih faktora da igraju određenu ulogu u životu djece i mladih. Ovaj

(voditelj), B. Baranović, V. Ilišin i H. Štimac Radin. Anketirano je 1700 mladih iz cijele Hrvatske, a uzorkom su obuhvaćeni učenici, studenti, nezaposleni i zaposleni u dobi od 15 do 29 godina.

² Tendencijski slični rezultati dobiveni su i u istraživanju posjetitelja disco klubova u Dalmaciji (Leburić, Relja, 1999:180): roditelji i prijatelji su percipirani kao najutjecajni, dok se svi ostali faktori socijalizacije pojavljuju kao znatno manje važni.

³ Rezultati istraživanja I. Šibera (1991:108) iz sedamdesetih i osamdesetih godina prošloga stoljeća pokazuju da je utjecaj crkve među mladima bio percipiran kao gotovo nepostojeći, pa je i rangiran na posljednjem mjestu. Istodobno, na vrhu ljestvice bili su roditelji, škola i masovni mediji, dok je utjecaj knjiga bio rijetko istican. Usporedba današnjih i ranijih nalaza sugerira da je, po prosudbi mladih, utjecaj medija opao. Premda ne možemo te rezultate uzeti kao potpuno pouzdane, oni možda ipak indiciraju da su suvremene generacije mladih, dolazeći više u dodir s raznim medijima, razvile veću otpornost na njihov utjecaj.

utjecaj je utoliko spontaniji i prirodniiji ukoliko se više odnosi na nesvjesnu ili manje svjesnu recepciju određenih sadržaja, a što je u procesu prihvaćanja vrijednosnih sustava općenito prevladavajuće. Tako se, primjerice, i dobivene razlike pri procjeni uloge crkve u relativno kratkom vremenskom razdoblju mogu razumjeti kao rezultat promjene društvene klime nakon 1990. godine i promijenjenih “poruka” o ulozi crkve koje je društvena okolina mladima odašiljala.

U kontekstu ovog istraživanja u prvome nas redu zanimaju masovni mediji kao socijalizacijski agens. Već je rečeno da njihov potencijalni utjecaj za većinu djece praktički počinje od prvoga dana života. Djeca, naime, odrastaju u okruženju u kojemu su neizbježni televizor i poneki aparat za reprodukciju zvuka, gdje netko od, ili većina, ukućana čita neke novine, a sve češće postoji i kompjutor. Navikavanje na medije zbiva se brzo i neprimjetno, a vrlo rano djeca iskazuju želju da koriste neki medij i nauče baratati njime. Takva sveprisutnost medija od najranije životne dobi potencirala je javne i stručne debate o prirodi i intenzitetu utjecaja medija na djecu.

Diskusije o fenomenu masovnih medija koincidirale su s razvojem elektroničkih medija, koji su postali simbol masovnih medija uopće. Pritom se masovne medije promatra kao: “(1) sredstva saobraćanja među ljudima koja su i sama podložna razvojnim promjenama, što je uvjetovano karakterom znanstveno-tehnoloških revolucija; (2) sredstva proizvodnje, selekcije i distribucije medijskih sadržaja (poruke i obavijesti), prije svega sadržaja masovne kulture” (Žugić, 1988:29). Masovna kultura, pak, definira se kao “kultura stvorena prema masovnim normama industrijske proizvodnje, širena tehničkim sredstvima masovne difuzije (po jednom čudnom anglo-latinskom neologizmu: *mass media*), obraća se društvenoj masi, tj. jednom divovskom aglomeratu jedinki, skupljenih neovisno od unutrašnjih struktura društva (klase, porodice itd.)” (Moren, 1979/I:12). Drugim riječima, masovni mediji stvaraju masovni auditorij, a ne publiku (McLuhan, 1968), pri čemu se masovna kultura naprosto ne bi mogla širiti bez tehnološke osnovice koju čine mediji. Ovdje svakako valja konstatirati da masovna kultura i masovni mediji dijele unekoliko zajedničku sudbinu, bar u prvim desetljećima svoga postojanja. Naime, i jedan i

drugi fenomen su u početnom stadiju razvoja difamirani kao “opijum za mase” i “ispirajući mozga”, da bi s vremenom njihova zloglasna reputacija bila ublažavana novim, objektivnijim uvidima. Upravo je masovna kultura prototip toga procesa, a unutar nje čitav niz produkata s područja filmskog, likovno-grafičkog (primjerice, strip) i glazbenog (poput rock i pop skladbi) stvaralaštva. Svi su ti fenomeni u početku proglašavani pukom masovnom zabavom (uz povremeno prepoznavanje njihova velikog propagandističkog potencijala) koja u konačnici osiromašuje duh i potire bogatstvo individualnosti i kreativnosti. No, tijekom desetljeća u kojima su se ti fenomeni nezaustavljivo širili i razvijali stasale su i generacije novih kritičara čije su estetske prosudbe uspostavile i primjerene kriterije valorizacije umjetničkih dosega u svim tim novim područjima kulturnog stvaralaštva. Dakako, to ne znači da je svakom artefaktu nastalom u okviru tih područja automatski priznat status umjetničke tvorevine, no danas je neosporno da je unutar tih oblika stvaranja nastao respektabilan broj umjetnički, pa otuda i kulturno, relevantnih djela. O tome svjedoči njihova zastupljenost u enciklopedijama i muzejima modernih umjetnosti, ustanovljavanje posebnih nagrada, pridobivanje publike u novim generacijama koje nisu bili suvremenici nastanka fenomena...a sve su to prateći elementi koji su bili ekskluzivno rezervirani za artefakte tzv. elitne (klasične) umjetnosti i kulture.

Slično je i s masovnim medijima: sve ono što oni stvaraju i posreduju nije nužno uniformno i svedeno na “prosječan” ukus bez ikakve kulturne vrijednosti. Problem je, međutim, u pitanju koliko u golemoj količini medijskih produkata ima kulturno vrijednih tvorevina. Njihov broj uvelike ovisi o procjeni koliko publiku (pa potom i oglašivače) takvi sadržaji mogu privući, a što je medijima – među kojima dominiraju komercijalni – krucijalno pitanje opstanka na sve nesmiljenijem tržištu. No unatoč takvom diktatu tržišta postoje mediji koji stvaraju i plasiraju sadržaje koji nadilaze konfekcijsku razinu i koji utiru put uspostavljanju kriterija za valorizaciju kulturnih dosega na području medijskog stvaralaštva.

Ovoj kratkoj raspravi o masovnoj kulturi i masovnim medijima treba tek dodati da je masovna kultura posredovana masovnim medijima glavni supstrat svakodnevnog života u današnjoj civilizaciji, i to onog njegovog dijela koji

obuhvaća slobodno vrijeme (Gibian, 1997). To je ujedno onaj aspekt masovnih medija koji nas u kontekstu ovog istraživanja najviše i zanima.

Od samog početka “komunikacijske teorije i istraživanja bave se dvjema stalnim temama: pitanjima protoka (mreže za difuziju informacija, informacije kao sadržaj, utjecaj medija, tehnologija medija kao oblikujući ili sudjelujući faktor) i pitanjima značenja (selektivnost publike, zadovoljenje potreba publike, upotreba medija ili njihova sadržaja, medijski ili kulturalni tekst, čitanje medija ili poruka, dekodiranje poruka ili konteksta)” (Peruško Čulek, 1999:85). Pritom neke komunikacijske teorije težište stavljaju na samu prirodu medija (primjerice McLuhan, 1966, 1971; Luhman, 2000), a o kakvim se pristupima radi, pregnantno govori čuvena sintagma M. McLuhana “Medij je poruka”. Druga, brojnija skupina teorija usmjerena je na sadržaje posredovane medijima (npr. Kaznev, 1976; McQuail, 1979. i 1997; Moren, 1979; Webster i Phalen, 1997; Lull, 2000). Većina diskusija o raznim aspektima masovnih medija mogu se komprimirati u dvije konstatacije: “(1) da struktura medijske tehnologije pogoduje širenju jednosmjerne komunikacije i da s tim treba računati na duži rok, te (2) da se ambivalentni potencijal sredstava masovnog komuniciranja, autoritarni i emancipacijski, svodi uglavnom na onaj prvi, budući da ova sredstva služe uvećavanju profita u globalnim, svjetskim razmjerama” (Žugić, 1988:34).

Takve značajke medija nužno u prvi plan stavljaju njihove funkcije koje su ipak složenije nego se u vrijeme pojavljivanja medija mislilo. T. Martinić (1994:72-3) prepoznala je i elaborirala šest funkcija masovnih medija: informacijsku (tvorba i skupljanje obavijesti), selekcijsku (izbor i objašnjenje primljenih informacija), eksplikacijsku (korištenje obavijesnih sadržaja za stvaranje koherentnih predodžbi), edukacijsku (prenošenje znanja i kulturnih vrijednosti), zabavnu (odmor, opuštanje i razonoda) i estetsku (stvaranje specifičnih medijskih estetskih oblika). Rasprava o funkcijama masovnih medija naročito je razvijena u okviru funkcionalističke tradicije mišljenja koja je postupno evoluirala do stava da masovni mediji mogu biti i funkcionalni i disfunkcionalni za društvo, preciznije rečeno, “masovni mediji su funkcionalni ili

disfunkcionalni po stupnju i načinu na koji ih primatelji koriste” (Wright, 1975:11).

U sociološkom kontekstu najplodonosnije rasprave i istraživanja proizašla su iz fokusiranja na primatelje medijskih sadržaja i poruka. Koncept medijskih primatelja (*media audience*) dugovječan je (datira od ranih tridesetih godina 20. stoljeća), i utoliko je pretrpio značajne promjene. Kako objašnjava D. McQuail (1997:142), “u ranim danima istraživanja masovnih komunikacija, koncept medijskih primatelja fokusirao se na aktualne ili potencijalne primatelje poruka koji se nalaze na kraju linearnog procesa informacijske transmisije. Ta je verzija postupno zamijenjena promatranjem medijskog primatelja kao više ili manje aktivnog, otpornog na utjecaje i vođenog vlastitim interesima, koji ovise o partikularnom socijalnom ili kulturnom kontekstu.”

U okrilju koncepta medijskih primatelja razvijeno je nekoliko teorija koje su ostavile značajan trag u razvoju medijskih istraživanja. Prva takva bila je teorija direktnih efekata (*direct effects*), unutar koje su propitivana dva osnovna faktora u procesu komunikacije: medijski sadržaj i ponašanje primatelja. Pritom se smatralo da “određeni tipovi sadržaja uzrokuju i predviđaju društvene odgovore” (Lull, 2000:98), što znači da se pretpostavljalo da medijski sadržaji izravno utječu na ponašanje primatelja. No, ta je paradigma doživjela niz kritika, iz kojih se razvila i danas najutjecajnije teorija ograničenih efekata (*limited effects*). Ovu teoriju karakterizira polazište da su mediji “posredovani različitim socijalnim odnosima koji utječu na kontrolu, filtriranje i interpretiranje medijskog iskustva” (McQuail, 1997:8). To faktički znači da “bez obzira koje efekte mediji imaju na primatelje, oni su posredovani i otuda limitirani od strane drugih faktora” (Lull, 2000:101). Ova teorija ne negira da mediji utječu na ljude, ali upozorava da medijski efekti nisu determinirani ni apsolutni, te da primatelje ne treba tretirati isključivo kao “žrtve” medijskog utjecaja, nego kao osobe koje su u većoj ili manjoj mjeri sposobne da budu aktivni sudionici šire shvaćenog medijskog procesa.

Upravo na to upozoravaju J.G. Webster i P. Phalen (1997:116) kada kažu da “mnogi teoretičari pogrešno izjednačavaju masovno s pasivnim”. Aktivnost primatelja u središtu je interesa teorije zadovoljenja potreba (*uses and*

grafifications), koja polazi od toga da ljudi aktivno koriste masovne medije za zadovoljenje specifičnih ljudskih potreba (informiranje, razvijanje socijalnih odnosa, potvrđivanje osobnog identiteta, zabava, bijeg od realnosti itd.). Iz takvog pristupa proizlazi da ljudi medije i njihove sadržaje koriste selektivno – od određivanja ritma do izbora sadržaja na osnovi tema, autora i sličnog – a što svakako upućuje na aktivan odnos i ograničenost medijskog utjecaja na primatelje. Donekle simplificirano rečeno, teorije ograničenih efekata i zadovoljenja potreba često su koncentrirane na pozitivne utjecaje medija, dakle funkcionalne za pojedinca i društvo, dok je teorija direktnih efekata usredotočena na negativne, i na individualnoj i na društvenoj razini disfunkcionalne, utjecaje medija.

Povezana s funkcijama medija jest i već naznačena dilema pogoduju li oni više razvoju kritičke ili autoritarne svijesti primatelja. Viđenje medija kao instrumenata proizvodnja standardiziranog i uniformnog načina razmišljanja i podaničkog mentaliteta trajno je prisutan pravac promišljanja. Već je J. Klapper (1960) zaključio da masovni mediji općenito više pridonose učvršćivanju prethodno postojećeg ljudskog ponašanja nego njegovoj promjeni. Masovni mediji, naime, tendiraju podilaženju pretpostavljenom ukusu što većeg broja primatelja, jer to jamči visoku gledanost, što vodi zacrtanom cilju: privlačenju što većeg broja oglašivača, koji podižu profit. Otuda se očekuje da mediji uvelike doprinose održavanju uvriježenih stereotipa, a što se provlači kroz sve vrste programa – od informativnog preko reklamnog do zabavnog.⁴

Ipak, ima i primjera kako masovni mediji drugačijom prezentacijom određenih sadržaja mogu i dokidati postojeće stereotipe (Košir, Zgrabljic, Ranfl,

⁴ Dobar primjer povezanosti stereotipa i praćenja medija su spolni stereotipi. S. Leinert Novosel (1999:109) ustanovila je da oni studenti koji više prate medije (osobito televiziju) ujedno i više prihvaćaju tradicionalne stavove o spolnoj podjeli uloga, koji podrazumijevaju održavanje domaćinstva kao prvenstveno žensku zadaću, kao i nepotrebnost stimuliranja profesionalnog napredovanja žena. Treba ipak naglasiti kako masovni mediji nipošto nisu jedini krivci održavanja spolnih stereotipa. B. Baranović (2000) je, primjerice, analizom udžbenika književnosti osnovnih škola i gimnazija u Hrvatskoj ustanovila da u njima dominira tradicionalni tretman žene – nju se primarno smješta u obitelj, njezini potencijali svedeni su na ulogu majke i domaćice, a pripisuju joj se isključivo "ženske" osobine. To znači da se spolni stereotipi usvajaju i kroz proces obrazovanja, a kada se tome pribroje uglavnom tradicionalne spolne podjele u obitelji, utjecaj medija pokazuje se tek kao dodatak koji potvrđuje već postojeće stavove i oblike ponašanja.

1999). Dapače, nisu rijetka razmišljanja koja sugeriraju da mediji mogu podizati kritičku svijest primatelja, kao i pridonijeti multiplikaciji različitih auditorija. To se ne odnosi samo na potencijalni utjecaj određenih medijskih sadržaja čija je primarna funkcija obrazovanje i kultiviranje. Neki autori tako smatraju da upravo masovnost auditorija daje ljudima “realnu moć populističkog stila” (Webster, Phalen, 1997:21), tj. da agregacija pojedinaca u medijski auditorij omogućava formiranje kolektivnog mišljenja koje je nužno jače nego individualno iskazani stavovi. Otuda proizlazi da okupljanje u veliku grupu individue više oslobađa nego pokorava. Ovakvi afirmativni stavovi o mogućoj produktivnoj snazi mase i kolektivnog mišljenja nemaju suviše zagovornika, ali svakako ih ne treba potpuno odbaciti.

Međutim, još je intrigantnija, a i prihvatljivija, distinkcija na “stare” i “nove” medije, koja pokazuje kako je potreban oprez u analitičkom promišljanju medija i njihova utjecaja. J.G. Webster i P. Phalen (1997) tzv. stare medije opisuju kao razmjerno malobrojne, manje dostupne i sa sadržajima koji su prilično uniformni, relativno konstantni i prihvatljivi gotovo za svakoga. S druge strane, tzv. nove medije karakterizira gotovo neograničen broj kanala komunikacije, velika dostupnost i sadržaji koji su vrlo različiti, velikim dijelom specijalizirani, a utoliko manje prihvatljivi za masovni auditorij. No takvi novi mediji, po J. Lullu (2000:124), kriju u sebi novu potencijalnu opasnost: oni, naime, vode fragmentaciji i segmentiranju auditorija, a to pak smanjenju zajedničkog iskustva u danom društvu i, dalje, štetnom gubitku zajedništva i nastanku moguće socijalne polarizacije. Očito, najnoviji pravci promišljanja masovnih medija dovode u pitanje glasovitu McLuhanovu tezu o suvremenom svijetu kao globalnom selu, no u najmanju ruku može se reći da se i za njegovo viđenje i za stajališta njegovih oponenta u suvremenom svijetu mogu pronaći argumenti. Koje će tendencije prevladati, ovisi o nizu okolnosti, no čini se da – barem za sada i to u medijski manje razvijenim sredinama – dominira uniformnost naspram diversifikacije.

Ostaje ipak činjenica da je suvremeno društvo sve bogatije i bogatije medijima, a umnožavanje njihova sadržaja tendira tome da zaokuplja sve veći broj ljudi sve više vremena. Zabrinutost zbog fasciniranosti ljudi masovnim

medijima osobito se javljala prilikom pojavljivanja novih medija, posebice elektroničkih – tako je bilo s radijem i kasnije televizijom, a danas s Internetom. Tada obično na važnosti dobiva teorija direktnih efekata, ali iskustvo i istraživanja su pokazala da se s vremenom – kako se zbiva širenje novih medija i osposobljenost njihovih korisnika – početne fascinacije transformiraju u standardnu sastavnicu svakodnevnog života. Tako se upozorava da ljudi medije često koriste simultano (Roberts i drugi, 1999), što znači da se s pojavljivanjem novih medija linearno ne povećava i količina vremena utrošena na korištenje medija uopće. Najtočnije rečeno, dostupnošću novih medija raste ukupna količina vremena posvećena korištenju medija općenito, ali u znatno manjem opsegu nego kada se svaki medij promatra izolirano. Naime, budući da se masovni mediji u velikoj mjeri koriste istodobno (simultano), ukupno utrošeno vrijeme na konzumaciju medijskih sadržaja nije puki zbroj vremena posvećenih svakom mediju ponaosob. Također je pokazano da tzv. hipoteza o potiskivanju vrijedi samo u razmjerno kratkom razdoblju privikavanja na novi medij (Gunter, McAleer, 1997) te da s vremenom svaki medij zadobiva svoje mjesto u strukturi svakidašnjega života. Drugim riječima, potiskivanje starih za račun novih medija je kratkotrajno te se nakon stanovitog razdoblja korisnici vraćaju uobičajenoj upotrebi starih medija, ali uz stjecanje navike upotrebljavanja novog medija. Registrirano je ipak da se to zbiva nauštrb nekih drugih aktivnosti, ponajčešće onih socijalne naravi koje podrazumijevaju izlaske iz kuće i druženja s drugim ljudima.

2. Dosadašnja istraživačka saznanja

Temeljno pitanje koje si ovdje postavljamo jest koliko su dosadašnja saznanja o odnosu medija i njihova auditorija primjenjiva kada se u fokus razmatranja postave djeca. Odmah valja konstatirati da su i u izučavanju relacije djece i medija prethodno ukratko elaborirane teorije i pristupi jednako upotrebljivi, ali uz nužan dodatak da među faktorima koji posreduju potencijalni utjecaj medija vrlo važnu ulogu igra dob. Dob je ona specifična značajka koja djecu čini najranjivijim segmentom populacije, pa tako i kada je u pitanju izloženost potencijalnom utjecaju medija. Vunerabilnost djece proizlazi iz

činjenice da ona prolaze kroz intenzivan proces socijalizacije i da su vrlo podložna različitim utjecajima. Pritom su i unutar skupine djece dobne razlike iznimno važne jer su sposobnosti razumijevanja i otvorenost za sve novo različite kod petogodišnjaka, desetogodišnjaka ili petnaestogodišnjaka. Što su djeca mlađa, to su i manje sposobna zaštititi se od različitih utjecaja. U tom sklopu potencijalni utjecaj medija znatno je više prijeporan nego utjecaji roditelja, škole, crkve, pa i vršnjaka, a to naprosto zato jer se čini da ga je individualnim naporima znatno teže dozirati i kontrolirati.

2.1. Medijska istraživanja u svijetu

Većina analiza koncentriranih na preispitivanje odnosa djece i medija prije svega su fokusirana na televiziju kao savršen egzemplar masovnog medija. Budući da se istraživanja o raznim vrstama medija koje djeca koriste provode tek povremeno, osobito su nam dragocjeni nalazi istraživanja poput američkog *Djeca i mediji* iz 1999. godine (D. Roberts, U. Foehr, V. Rideont i M. Brodie). Ovi istraživači polaze od teze da su mediji potencijalno važan socijalizacijski agens, ali da njihov utjecaj ovisi o većem broju faktora, kao što su: izbor medija, vrijeme korištenja, selekcija sadržaja, uvjeti korištenja i subgrupna obilježja. Svoj pristup zasnivaju na teoriji ograničenih efekata i iz tog rakursa interpretiraju dobivene rezultate. Ispitujući, dakle, povezanost raznih demografskih i socijalnih obilježja s korištenjem medija od strane djece (u dobi od dvije do osamnaest godina, s time da se u ovom tekstu koncentriramo uglavnom na rezultate podskupine djece između osam i trinaest godina), ustanovili su da opremljenost američkih kućanstava medijima (što se zapravo odnosi na posjedovanje kompjutera i video igara) ovisi o materijalnom standardu obitelji, da televiziju više gledaju djeca iz siromašnijih, niže obrazovanih i nepotpunih obitelji, da tiskane medije i kompjutore više koriste djeca bogatijih i obrazovanijih roditelja, da korištenje radija raste s dobi djece i da su mu sklonije djevojčice. Uz to, djeca lošijeg školskog uspjeha više koriste sve masovne medije osim kompjutera i knjiga. Indikativno je da korištenje medija opada s polaskom djece u srednju školu, te da oni koji su vrlo skloni nekom mediju istodobno natprosječno koriste i većinu drugih medija. Od svih

ispitivanih medija američka djeca najčešće gledaju televiziju, potom koriste kompjutor i video igre, onda čitaju knjige, a na koncu slušaju radio i glazbu po izboru. Djeca televiziju češće gledaju sama ili s vršnjacima nego s roditeljima, pri čemu preferiraju dječji i obrazovni program te humoristične serije, dok od filmova najradije gledaju komedije i akcijske filmove. Što se glazbe tiče, najradije slušaju rap/hip-hop i alternativni rock. U časopisima i magazinima najviše prate teme o mladima, sport, događaje iz svijeta estrade i napise o putovanjima, hobijima i slično. Kompjutor znatno više koriste za zabavu (igre) nego za učenje. Vrlo je zanimljivo da djeca koja više koriste medije češće izjavljuju kako iz njih uče, a još je indikativnije da djeca koja su manje zadovoljna životom i slabije socijalno prilagođena više koriste medije. Autori nisu pronašli objašnjenje za ovu povezanost, pa bi se moglo tek spekulirati da je "uronjenost u medije" oblik kompenzacije za neke inhibicije u svakodnevnom životu i okruženju, ponajprije obiteljskom. Ovakva pretpostavka proizlazi naprosto iz nalaza da medije općenito više koriste djeca iz nepotpunih obitelji nižeg materijalnog i obrazovnog standarda, a kako su oni ispitanici koji su zaokupljeniji medijima ujedno socijalno manje prilagođeni i zadovoljni, logičan zaključak mogao bi biti da se u korijenu nezadovoljstva i upućenosti na medije nalazi obiteljska situacija u kojoj ta djeca žive.

Rezultati slovenskih istraživanja odnosa djece spram medija ne odstupaju bitno od već navedenih nalaza u svijetu (Košir, Zgrabljic, Ranfl, 1999). Pokazalo se tako da slovenska djeca najviše koriste televizijski i radijski medij, te da više vremena provedu pred televizijskim ekranom nego u druženjima s bližnjima. Na televiziji najradije gledaju akcijske i horror filmove, te razne serije.

Kao što je već spomenuto, daleko najveći broj istraživanja o djeci i medijima posvećen je analizi odnosa djece spram televizije. To ne čudi jer, unatoč pojavljivanju novih medija (poput Interneta), televizija u planetarnim razmjerima zadržava poziciju najpopularnijeg masovnog medija. Privlačnost televizije leži u njezinim raznolikim svojstvima: posredovanje slike i zvuka, veliki izbor programa, raznovrsnost sadržaja, manja zahtjevnost pri upotrebi, laka dostupnost... Može se reći da je u svijetu odnos djece i televizije dobro ispitan,

što ne znači da su sve dvojbe razriješene. Ono što je zajedničko dosadašnjim istraživanjima jest izučavanje televizije kao socijalizacijskog agensa, prije svega njezina potencijalnog utjecaja na djecu. Pritom se može primijetiti da su se pristupi mijenjali – od početnog stadija, kada je najveća pozornost posvećivana pretpostavljenom negativnom utjecaju televizije na djecu (primjerice Schamm, Lyle, Parker, 1961), postupno je afirmirano stajalište o njezinu značajno pozitivnom utjecaju. Danas dominira balansirani pristup koji podjednako uvažava potencijalno pozitivne i negativne utjecaje televizije, s tim da u kvantitativnom pogledu prevagu imaju potencijalno pozitivni efekti.

Pokušat ćemo prikazati neke od najznačajnijih istraživačkih spoznaja koje predstavljaju recentni analitički okvir za promišljanje odnosa djece i televizije, a djelomično i masovnih medija uopće. Za početak se možemo složiti kako postoji mnogo mitova o djeci i televiziji, krivog shvaćanja o tome kako djeca koriste televiziju i koliko aktivno odgovaraju na sadržaje, te koliko ih i na koji način televizija mijenja (Gunter, McAleer, 1997). Isti autori navode da djeca počinju redovitije gledati televiziju između 2. i 3. godine života, pri čemu prosječna količina vremena posvećena televiziji (za djecu ona iznosi 2,5-3,5 sata dnevno) gotovo linearno raste s dobi (tako da televiziju najviše gleda najstarija, umirovljenička, populacija). Televizijske programe gledatelji najviše prate u ranim večernjim satima. Veće korištenje medija oduzima vrijeme za neke druge aktivnosti (čitanje, hobije i sl.) – premda istodobno može i poticati interes za neke druge aktivnosti – te smanjuje sudjelovanje u društvenim aktivnostima izvan kuće. Djeca televiziju često koriste simultano s drugim medijima i uz neku drugu aktivnost (čitanje, igru, razgovor, jelo i slično). Posebno su korisne spoznaje o tome zašto djeca gledaju televiziju. Paleta razloga gledanja doista je bogata, pa djeca televiziju gledaju iz navike i dosade, radi potrebe za “bijegom” od realnosti, zbog uzbuđenja, zbog potrebe za relaksacijom i zabavom, zato da nauče nešto o svijetu, sebi i drugima, zato da bi imali teme za razgovor s prijateljima, zbog popravljivanja lošeg raspoloženja... Tome se još dodaje uloga televizije kao surogata za dadilju, što naročito koriste roditelji mlađe djece (Clifford, Gunter, McAleer, 1995). Istraživanja su pokazala da su mlađa djeca manje usredotočena na program i češće su paralelno

zaokupljena još nekom aktivnošću, ali s dobi (osobito nakon 10. godine) raste koncentracija, strategija odabira programa (selekcija) i razumijevanje sadržaja (Anderson, Lorch, 1983).

Premda je uvriježeno mišljenje da gledanje televizije ne zahtijeva veliki (intelektualni) napor, logično je da čak i puka relaksacija pretpostavlja sposobnost razumijevanja prezentiranog sadržaja. Pritom je naročito važno saznanje da gledanje televizije nije isključivo pasivno: na to, između ostalog, upućuje činjenica da gledatelji određuju koliko će gledati televiziju i koje će programe pratiti, te da promišljaju prezentirane sadržaje. B. Gunter i J. McAleer (1997:39) drže, dapače, da "je s mnogim zdravo razumskim vjerovanjima povezana implikacija o važnosti televizije, jer ona gledateljima "usađuje" nove stavove i primjere za ponašanje, koje oni preuzimaju bez preispitivanja i otpora. To je vjerovanje najzavodljivije i najviše pogrešno. Gledatelji nisu prazne posude – pa čak ni mladi gledatelji. Oni ne prihvaćaju pasivno sve što televizija kaže ili im pokaže." Diskusije oko pitanja koliko je korištenje masovnih medija aktivno ili pasivno aktualizirale su se osobito pojavom kompjutora kao interaktivnog medija i zato percipiranog kao nužno povezanog s aktivnim pristupom korisnika, no neki medijski istraživači zastupaju tezu da su i mediji koji se smatraju prototipom pasivnog korištenja u međuvremenu obogaćeni programima i sadržajima koji zahtijevaju ili dozvoljavaju aktivnu participaciju primatelja. Riječ je prije svega o radiju, koji zbog sve većeg udjela kontakt-programa postaje doista interaktivni masovni medij (Gibian, 1997a; Pratt, 1997), s tim da se očekuje daljnji ubrzani razvoj dijaloške forme radijske komunikacije (Sapunar, 2000). Slične se promjene zbivaju i s televizijskim medijem, koji se stalno obogaćuje raznim oblicima kontakt-programa (Clifford, Gunter, McAleer, 1995; Gauntlett, 1995), a u ovom se slučaju očekuje da će s razvojem tehnologije doći i do realne mogućnosti da gledatelji sukreiraju program sve do razine odabira kuća snimanja (Lull, 2000).

U kontekstu potencijalno loših utjecaja medija, osobito televizije, najviše zabrinutosti izaziva problem eventualne povezanosti agresivnosti primatelja i nasilja prikazanog na ekranu (Carlsson; Von Feilitzen, 1998). J. Federman (1996) konstatira da je televizija (pre)puna nasilnih prizora, radi čega treba

očekivati da to utječe na gledatelje, naročito mlade. Istraživači utjecaja medijskog nasilja na agresivnost djece polaze iz različitih analitičkih uporišta i zastupaju različita mišljenja. Tako teza o uzbuđenju sugerira da gledanje nasilja može djecu uzbuditi i nadražiti, teza o disinhibiciji upućuje da gledanje nasilja legitimira njegovo korištenje i slabi osjećaj za socijalne sankcije zbog eventualnog nasilnog ponašanja u svakodnevnom životu, teza o imitaciji pretpostavlja da djeca inkliniraju kopiranju agresivnog ponašanja viđenog na ekranu, a teza o desenzibilizaciji upozorava na to da opetovano gledanje nasilja na televiziji vodi reduciranju emocionalnih reakcija i prihvaćanju nasilja u realnom životu (Gunter, McAleer, 1997; Nastran Ule, 2000). Bez obzira na interpretacijski okvir, dosadašnji rezultati ostaju u ravni indicija. Naime, nitko ne osporava signifikantnost problema, ali pod lupu se stavlja validnost istraživačkih podataka o televizijskom nasilju, budući da “prilikom mjerenja nasilja na televiziji istraživači često počinju od “objektivne” definicije nasilja, koja nužno ne reflektira percepciju publike. Fizički incidenti ili brojanje tijela izražavaju mjeru nečega, no ne nužno onoga što prosječni gledatelji smatraju nasilnim” (Gunter, McAleer, 1997:115). Stoga se može zaključiti jedino to da nema potpuno pouzdanih saznanja o razmjerima i karakteru utjecaja televizijskog nasilja na dječje agresivno ponašanje, ali da se na temelju brojnih istraživanja na tu temu ipak došlo do saznanja da postoji slaba korelacija između gledanja nasilja i gledateljeve agresivnosti. Pritom nije razriješeno pitanje da li gledanje nasilja potiče gledatelja na agresivno ponašanje ili se već postojeće agresivne crte gledatelja manifestiraju kroz njegovu veću sklonost gledanju nasilja na televiziji (Gauntlett, 1995). Također, ne treba smetnuti s uma da mediji, pa i televizija, uglavnom reflektiraju nasilje prisutno u društvenoj okolini, pa je prejednostavno optužiti medije za poticanje nasilja, istodobno abolirajući dublje korijene eventualnog rasta nasilja u danom društvu. Mediji naprosto ne mogu biti puno bolji ili drugačiji od okoline u kojoj djeluju.

Druga su česta tema potencijalno lošeg utjecaja televizije na djecu (i druge gledatelje) učinci reklamnih poruka. Oglašavanje raznih proizvoda zauzima znatan vremenski udio, posebice na komercijalnim televizijama, čiji program po definiciji ima osnovnu namjenu privući što veći broj gledatelja.

Djeca i mladi promatraju se kao osobito prijemljivi za sugestije propagandista, zbog čega se pretpostavlja da se u njih rano usađuju klice pretjeranog potrošačkog ponašanja. Istraživanja, međutim, pokazuju da utjecaj reklama ovisi o nizu faktora: osobinama primatelja, sposobnosti procjene različitih izvora informacija, obiteljskom statusu i standardu, te utjecaju vršnjaka a naročito roditeljskog potrošačkog ponašanja i stava spram određenih proizvoda (Smith, Sweeney, 1984; Moore, 1990). Ustanovljeno je i da je reklamiranje nekog proizvoda u minimalnoj korelaciji, a i to tek povremeno, s porastom njegove potrošnje. Djeca su se pokazala specifično rezistentnima na reklamni zov, jer “čak ako reklamiranje može prisiliti djecu da probaju novi proizvod nekim povodom, taj proizvod sam po sebi neće osigurati neophodne razloge da ga dijete ponovo kupi. Ako proizvod propušta ispuniti dječja očekivanja, neće biti kupljen drugi puta, bez obzira na ogromnu količinu reklamiranja” (Young, 1990:84). Sažeto rečeno, učinci reklamnih poruka vrlo često mogu izostati, a ako ih i bude, najčešće je riječ o kratkotrajnim efektima. No, ono što reklame znatno uspješnije posreduju jesu razni stereotipi (o čemu je već bilo riječi) kao i nametanje nekih tipova proizvoda kao statusnih simbola. Utoliko njihov utjecaj jest važan – naime, razmjerno je mali broj gledatelja koje će reklame potaknuti na kupnju točno određenog proizvoda, ali veliki je broj onih koji će nesvjesno interiorizirati, primjerice, poruku da samo žene usrećuje novi svemogućí deterdžent, a muškarce novi model automobila, ili sugestiju da biti uspješan znači odijevati baš određenu marku odjeće.

S druge strane rasprava o potencijalnom utjecaju televizije nalaze se eventualne koristi koje djeci donosi gledanje televizijskog programa. To su, primjerice, poticanje znatiželje i verbalnih sposobnosti (Van Evra, 1990), stjecanje širokog spektra novih znanja – od onih akademskoga tipa do vještina u svakodnevnim odnosima i komunikaciji (i to ne samo kroz obrazovni i znanstveno-popularni program, nego i putem raznih vrsta zabavnog programa, kao što su kvizovi i serije) – i pobuđivanje novih interesa (Davies, 1989; Clifford, Gunter, McAleer, 1995). Sama djeca smatraju da lakše uče iz televizijski prezentiranog nego iz tiskanog materijala, pri čemu drže da su tiskani izvori intelektualno zahtjevniji (Salomon, 1993). Dakle, koliko će djeca doista

“profitirati” od gledanja televizije ovisi o brojnim faktorima, isto kao i kada je riječ o potencijalno negativnim učincima.

Ono što se stavlja u prvi plan pri raspravi o potencijalnom utjecaju televizije, kao i drugih masovnih medija na djecu, svakako jest medijska pismenost i/ili medijski odgoj (Gunter, McAleer, 1997; Košir, Zgrabljic, Ranfl, 1999). Medijska se pismenost definira kao “mogućnost pristupa, analize, ocjene i proizvodnje novinarskih priloga u najrazličitijim oblicima”, a kada su djeca u pitanju, osobito je značajna refleksivna razina koja “omogućava razmišljanje o medijskim sadržajima i oblicima; ona uči kritičnosti prema ponuđenim proizvodima, prema kanalima koji ove proizvode omogućuju i prema vlasnicima koji ih određuju” (Košir, Zgrabljic, Ranfl, 1999:29). To znači da djeca uče razlikovati fikciju i stvarnost, selektivno odabirati sadržaje, propitivati i dokučivati značenja prezentiranog, prepoznavati pozitivne i negativne značajke medija (Gunter, McAleer, 1997:222). Medijski odgoj nužan je naprosto zato jer su masovni mediji neizbježna sastavnica svakodnevnice i jer se njihov broj progresivno uvećava, a takva situacija zahtijeva osposobljenost za adekvatno korištenje. Pritom se nužno postavlja pitanje tko treba i može biti nosilac potrebnoga medijskog odgoja.

Gotovo da nema autora koji se bavio utjecajem masovnih medija na djecu, a da pritom nije apostrofirao ključnu ulogu roditelja. Iako se sve češće prozivaju škole i nastavnici kao mogući moderatori dječje medijske osposobljenosti, roditelji i nadalje ostaju glavnim medijskim socijalizatorima. Istraživanja o tome ukazuju na značajan problem, jer samo 10 do 15 posto djece razgovara s roditeljima o gledanom, slušanom ili pročitanim, a što je manje nego s vršnjacima (Košir, Zgrabljic, Ranfl, 1999:104). Važnost roditeljske intervencije osobito se naglašava kod mlađe djece, koja se tek upoznaju s medijskom ponudom. Istraživanja su pokazala da najslabije rezultate postiže restriktivan pristup, karakteriziran zabranom (prekomjernog) gledanja svih odnosno određenih programa. Istodobno, najbolji je evaluativni pristup, koji uključuje diskutiranje s djecom o onom što je viđeno, s namjerom da se djeci pomogne u vrednovanju značenja, uočavanju moralne poruke i shvaćanju prirode medijskog prezentiranja sadržaja. Razmjerno dobre efekte postiže i

treći, nefokusirani pristup, kojeg obilježava zajedničko gledanje i razgovor o tome s djecom, ali manje kao posljedica roditeljske želje za modeliranjem dječjeg televizijskog iskustva, a više kao posljedica uživanja u istim programima (Desmond i drugi, 1985:476).

Koji će tip roditeljske intervencije prevladati, ovisi i o tipu obiteljske komunikacije. *Obiteljska komunikacija* prepoznaje se kao dvodimenzionalna: *socijalno orijentirana* i *konceptualno orijentirana* komunikacija. Socijalno usmjerenu komunikaciju u obitelji obilježava poticanje na održavanje harmoničnih personalnih odnosa uz izbjegavanje argumenata, bijesa i bilo kojeg oblika kontroverznog izražavanja ili ponašanja, a češće se prakticira u radničkim obiteljima u kojima se televizija gleda više i program odabire manje selektivno. S druge strane, konceptualno orijentirana komunikacija u obitelji podrazumijeva ohrabrivanje djece da iskažu svoja razmišljanja i osjećaje, bez obzira jesu li kontroverzna ili možda neprihvatljiva za okolinu – ovaj se model komunikacije češće prakticira u obiteljima iz srednje klase gdje se televizija manje gleda, programi selektiraju a roditelji iskazuju više nezadovoljstva postojećim medijskim sadržajima (Chaffer, McLeod, Wackman, 1973:83).

S navedenim tipovima obiteljske komunikacije u znatnoj su mjeri povezani i obrasci obitelji, ukupno njih četiri. *Laissez-faire* obitelji ne njeguju ni socijalni ni konceptualni model komunikacije jer s djecom općenito manje komuniciraju, prepuštajući ih više utjecaju vršnjaka i šire okoline. Zaštitničke obitelji preferiraju socijalno orijentiranu komunikaciju i ne potiču djecu na razvoj promišljenog i tolerantnog pogleda na svijet. Konsenzualne obitelji, pak, koriste i socijalni i konceptualni model komunikacije potičući djecu da pokažu interes za zbivanja u svijetu, ali uz izbjegavanje zauzimanja kontroverznih pozicija koje bi ometale unutarnju harmoniju obitelji. Na koncu, pluralističke obitelji primarno su orijentirane na konceptualni model komunikacije, što znači da se djeca potiču na istraživanja i izazivanje postojećih normi i vrijednosti, ali ponovo bez narušavanja unutarobiteljske harmonije (Chaffer, McLeod, Wackman, 1973:96). Očito je da utjecaj roditelja na dječje medijsko iskustvo varira i da je povezan kako s odgojnom praksom koju inače primjenjuju, tako i s njihovom

kompetencijom da valjano interveniraju, što uključuje vlastito opće obrazovanje i medijsku pismenost.

Zaključujući uvodnu raspravu o saznanjima koja se tiču potencijalnog utjecaja medija na djecu, valja još jednom naglasiti da ti utjecaji “mogu biti i dobri i loši, ovisno o tome kako je medij korišten. U oba slučaja, efekti na mlade rijetko su jednostavni i direktni” (Gunter, McAleer, 1997:218). Drugim riječima, osposobe li se da kritički koriste medije, djeca će biti u stanju i sama prepoznati pozitivne kvalitete i odbaciti one negativne. Pritom treba držati na umu da je utjecaj medija, pozitivan ili negativan, uvijek posredovan nizom socijalnih faktora smještenih izvan užeg medijskog prostora, i utoliko nužno ograničen. No, kao i takav, zaslužuje pozornost istraživača, naročito kada je u pitanju segment populacije koji je potencijalno najizloženiji i najneotporniji na utjecaje različitih predznaka.

2.2. Medijska situacija i istraživanja u Hrvatskoj

Opravdano je očekivati da opće postavke i saznanja o odnosu djece i medija u svijetu funkcioniraju i u hrvatskom društvu. No isto tako je logično da svaka sredina ima neke specifičnosti koje valja respektirati kada se istražuju određeni problemi. Već na prvi pogled vidljivo je što medijsku situaciju u Hrvatskoj razlikuje od prilika u SAD-u ili u razvijenim europskim zemljama: siromašnija medijska ponuda.

To se prije svega odnosi na televiziju kao najpopularniji i potencijalno najmoćniji masovni medij, kako u nas, tako i u većem dijelu svijeta. Poznato je da se status tog elektroničkog medija kod nas nastoji riješiti u skladu s europskom tradicijom, koja podrazumijeva postojanje javne televizije te komercijalnih televizija na nacionalnoj i lokalnoj razini. Proces transformacije HTV-a kao glavne medijske kuće u javnu televiziju još nije okončan, i može se reći da je HTV još uvijek “državni monopolist na nacionalnoj razini s ciljevima javne televizije” (Peruško Čulek, 1999:145). Ona, kao najveća i donedavno jedina nacionalna televizijska kuća, emitira program na tri kanala, i to je ono što je dostupno svim gledateljima u Hrvatskoj. Broj komercijalnih televizija varira (od 10 do 15), a gotovo listom su lokalnog doseg (osim Nove Tv), što znači da

nisu podjednako dostupne svim zainteresiranima. Dakako, takav razmjerno nevelik izbor građani Hrvatske dopunjuju prijemom satelitskih programa koje emitiraju inozemne televizijske postaje. Kada je o vrstama programa riječ, HTV prednjači po emitiranju informativnog, obrazovnog, dječjeg, sportskog, igranog i zabavnog programa. Komercijalne televizije nude znatno više reklamnog programa, a dokumentarni i zabavni program podjednako emitiraju obje vrste televizije (Peruško Čulek, 1999:156-60). Takve programske strukture ne čude, naprosto zato što HTV emitira ukupno više programa te zato što kao državna (javna) televizija mora emitirati programe koji možda nemaju mnogo poklonika, ali koji omogućuju da televizija obavi funkciju posrednika informativnih i edukativnih sadržaja. Gledano iz rakursa obilježja televizijskog auditorija, pokazalo se da televiziju podjednako gledaju i djeca i stariji, s tim da u omladinskoj dobi broj gledatelja opada (Košir, Zgrabljic, Ranfl, 1999:56). Zanimljivo je da prosječno obrazovaniji građani više gledaju televiziju od manje obrazovanih, ali to čine selektivnije. Gledanje televizije inače je najučestalija aktivnost hrvatske populacije u slobodno vrijeme, a najviše se prati informativno-politički program te filmovi i serije (Ilišin, 1991; 1999).

Što se radijskog medija tiče, on je u proteklom desetljeću doživio enormnu ekspanziju. Recimo, sredinom osamdesetih bilo je oko 50 radijskih postaja, a danas ih ima oko 120, dok su sati emitiranog programa učetverostručeni (Peruško Čulek, 1999:161; Mučalo, 2000:114). Hrvatski radio je javni medij na nacionalnoj razini s tri razmjerno specijalizirana programa (I. program je orijentiran na informativne i obrazovne sadržaje, II. program je uglavnom okrenut zabavi, dok je III. program posvećen znanosti i kulturi) te osam regionalnih radio-postaja. Naravno, lokalne radio-postaje, ukupno promatrano, emitiraju više sati programa u svim programskim kategorijama nego Hrvatski radio (Peruško Čulek, 1999:173), no kada je riječ o usporedbi pojedinačnih postaja, situacija postaje preglednija. M. Mučalo (2000) je tako ustanovila da na gotovo svim radio-postajama dominira glazbeni program (pogotovo na onima koje program emitiraju non-stop), a unutar govornih sadržaja zabavne teme. Zanimljivo je da se radio-postaje međusobno izrazito razlikuju po odabiru glazbe, i vjerojatno su upravo glazbeni afiniteti ono što

određene ljude čini stalnim slušateljima neke postaje. Zanimljivo je da gotovo polovina ukupnog radijskog auditorija sluša lokalne radio-postaje, a druga polovina Hrvatski radio (uključujući sva tri programa i osam regionalnih programa), te da slušanost radija raste s dobi ispitanika (Košir, Zgrabljčić, Ranfl, 1999:46-7).

Broj tiskanih medija u Hrvatskoj, unatoč nepovoljnim tržišnim okolnostima, ustrajno raste od konca osamdesetih godina prošloga stoljeća – oko 600 naslova raznih dnevnika, tjednika, magazina, časopisa i sličnih publikacija naraslo je za desetak godina na 3000 raznih naslova (Peruško Čulek, 1999:144). Takvo bujanje tiskovina nije popraćeno sličnim porastom tiska za djecu i mladež, tako da danas na tržištu izlazi tek nekoliko specijaliziranih magazina i tjednika namijenjenih djeci i mladima. Zato se može pretpostaviti da djeca bar povremeno posežu i za tiskom koji čitaju roditelji, naročito ako su to specijalizirani sportski ili tzv. ženski časopisi. Usporedi li se pak učestalost korištenja ova tri medija proizlazi da je najgledanija televizija, potom dolazi slušanost radija, a onda čitanost tiskovina (Peruško Čulek, 1999:176).

Kompjutorska tehnologija rapidno se razvija, i sve više poslova danas bi se teško obavljalo bez informatičke podloge. Stvara se paralelni virtualni svijet, a mogućnosti komuniciranja gotovo su neograničene. U tom sklopu, pored proširenih mogućnosti za obavljanje utilitarnih djelatnosti (rad, edukacija), kompjutorska tehnologija omogućava i široku ponudu zabave, pa se u nekim svojim aspektima javlja kao masovni medij usporediv s prethodnicima – tiskom, radijem i televizijom. Ponuda zabave obuhvaća kompjutorske igre, slanje i primanje poruka, snimanje i slušanje zvuka/glazbe, gledanje filmova... Djeci kompjutori prije svega služe za zabavu, no poznato je da ovladavanje vještinom upotrebe kompjutora izravno koristi budućoj profesionalnoj upotrebi. Prema sudu stručnjaka, hrvatsko društvo informatički primjetno zaostaje, a što se posebice odnosi na siromašnu prosvjetu. Većina osnovnih i srednjih škola ne raspolaže informatičkom opremom, pa mogućnosti djece da se upoznaju s novom tehnologijom ovise ponajviše o obiteljskom standardu. Kao indikator stanja na tom planu mogu nam poslužiti podaci iz već navedenog istraživanja o

mladima Hrvatske. Naime, početkom 1999. godine 34% mladih je izjavilo da posjeduju kompjutor, a stalno ili povremeno ga koristi 57% njih (ova diskrepanca proizlazi kako iz činjenice da dobar dio mladeži koja je već zaposlena kompjutor koristi pri obavljanju posla tako i iz činjenice da mladi imaju prilike koristiti kompjutor i kada ga ne posjeduju). Mladi kompjutor najčešće koriste za igranje i pisanje (cca 50% onih koji koriste kompjutor), zatim za učenje, crtanje i slično, dok Internet često ili ponekad koristi njih 27%. S obzirom na postojeću informatičku situaciju u Hrvatskoj, zasad se može pretpostaviti da je utjecaj tog interaktivnog medija razmjerno slab, ali s perspektivom značajnog rasta u bližoj ili malo daljoj budućnosti.

Na kraju ovoga kratkog pregleda treba naglasiti da medijska istraživanja koncentrirana na djecu kao korisnike u Hrvatskoj do sada nisu provođena. Zbog toga ovdje nije referirano o takvim rezultatima, nego o nalazima istraživanja provedenim na uzorcima opće ili omladinske populacije. Te nalaze ujedno koristimo kao osnovni iskustveni okvir unutar kojega možemo promatrati i odnos djece spram medija u Hrvatskoj.

3. Sadržaj i metodologija istraživanja

U ovom empirijskom istraživanju polazimo od dvije temeljne premise koje su prethodno već eksplicirane. Prva je da *masovne medije promatramo kao potencijalno važan socijalizacijski agens*. Druga je da *utjecaj masovnih medija na primatelje – dakako, i djecu – nije izravan, nego je posredovan brojnim socijalnim faktorima*. Unutar ovako određenog pristupa postavljeni su problemi, ciljevi i metode istraživanja, te zadan interpretacijski diskurs za tumačenje dobivenih rezultata.

3.1. Problem, ciljevi i hipoteze istraživanja

Problem ovog istraživanja jest mjesto i uloga masovnih medija u svakodnevnom životu djece. Pritom se mediji poglavito promatraju u onom segmentu svakodnevnoga života kojeg čini slobodno vrijeme, koje se većim dijelom provodi u roditeljskom domu. Stoga istraživanje ne obuhvaća samo masovne medije, nego i neke aspekte obiteljskog i školskog života te slobodnog

vremena djece. A kako bi se stekla bolja predodžba o tome kakva su anketirana djeca, ispitan je i njihov vrijednosni sustav zajedno s percepcijom neprihvatljivih ponašanja.

U istraživanju smo pošli od tri *hipoteze*: 1) masovni mediji zauzimaju istaknuto mjesto u svakodnevnom životu djece; 2) intenzitet korištenja medija i medijski sadržaji koje djeca preferiraju indikatori su potencijalnog utjecaja masovnih medija na djecu; 3) korištenje medija i njihovih sadržaja povezano je s promatranim socijalnim obilježjima djece.

Ciljevi istraživanja su deskriptivne i eksplanatorne naravi. Operacionalizirani su na sljedeći način:

1. ustanoviti i analizirati neke značajke obiteljske situacije djece i njihovih interpersonalnih komunikacija, te školskog okruženja;
2. ustanoviti i analizirati vrijednosni sustav djece i njihov odnos spram društveno neprihvatljivih ponašanja;
3. ustanoviti i analizirati neke značajke slobodnog vremena djece;
4. ustanoviti i analizirati kvantitetu korištenja promatranih masovnih medija (tisak, radio, televizija i kompjutor) i programsko-sadržajne preferencije djece;
5. ustanoviti i analizirati povezanost ispitivanih problema s odabranim sociodemografskim obilježjima djece.

3.2. Instrument i obrada podataka

Za prikupljanje podataka korišten je *instrument* konstruiran kao upitnik s pitanjima zatvorenoga tipa. Pitanja su bila nominalnog i intervalnog tipa (uglavnom Likertove ljestvice), a odgovori su bili jednostruki i višestruki.

Upitnik je sadržavao nekoliko setova varijabli: varijable za ispitivanje sociodemografskih obilježja ispitanika (razred, spol, mjesto stanovanja, stupanj obrazovanja oca i majke, tip obitelji, zaposlenost roditelja i školski uspjeh), varijable za ispitivanje obiteljskog i školskog okruženja te interpersonalnih komunikacija (veličina obitelji, opremljenost domaćinstva, pohađanje vrtića i vjeronauka, obrazovne aspiracije, komunikacija s roditeljima i vršnjacima), varijable za ispitivanje vrijednosnog sustava i neprihvatljivih ponašanja (životni

ciljevi i percepcija neprihvatljivih ponašanja), varijable za ispitivanje slobodnog vremena (izvanškolske obveze, provođenje školskih praznika, raspoloživo slobodno vrijeme, osobna iskustva s psihofizičkim stimulansima, aktivnosti u slobodnom vremenu, obrasci ili stilovi provođenja slobodnog vremena) i varijable za ispitivanje korištenja masovnih medija (koji tisak za mladež i koje teme prate, koliko slušaju radio i koju glazbu preferiraju, koliko gledaju televiziju, koje programe i postaje, kakav im je filmski ukus te koliko i zašto koriste kompjutor).

Anketiranje je provedeno grupno, u pojedinim odjeljenjima (razredima) odabranih osnovnih škola. Anketa je bila anonimna. Ispitanici su dobro surađivali i na sva pitanja odgovorilo je više od 95% anketiranih. Nakon uputa dobivenih od anketara nije bilo nejasnoća, što znači da je djeci upitnik bio zadovoljavajuće razumljiv te da su dobiveni odgovori pouzdani.

Anketiranje je provedeno u svibnju i lipnju 2000. godine.

Obrada podataka obavljena je za 1000 upitnika. Izvršeni su standardni postupci obrade: univarijatna analiza (frekvencije i postoci odgovora), bivarijatna analiza (izračunavanje značajnosti razlika upotrebom χ^2 testa) i multivarijatna analiza (faktorska analiza i analiza varijance). Treba napomenuti da se u interpretaciji rezultata istraživanja u pravilu prikazuju i tumače one razlike (dobivene χ^2 testom i analizom varijance) koje su značajne na razini .0001 i više. Za χ^2 test i analizu varijance u većini dionica istraživanja korišteno je osam tzv. nezavisnih varijabli, a u nekim slučajevima korištene su i neke druge varijable za koje je pretpostavljen relevantni utjecaj.

3.3. Struktura uzorka

U ovom istraživanju *uzorak* je projektiran kao kvotni i namjerni. Osnovni skup iz kojeg je deriviran uzorak od 1000 ispitanika činili su učenici osnovnih škola od 5. do 8. razreda. Uzorak su, dakle, činila starija djeca koja su većinom bila u dobi između 11 i 15 godina. Ta životna dob omogućuje nam da polovicu ispitanika istodobno promatramo kao predadolescente ili stariju djecu koja su u stadiju kasnog djetinjstva, a drugu polovicu (one od 13 godina i više) kao tinejdžere ili mlađe adolescente. Drugim riječima, dio anketirane djece ulazi već

u ranu mladost zbog čega treba očekivati da to utječe na njihove odgovore, te da se oni zacijelo razlikuju i od mlađe djece (školske i predškolske dobi) i od starijih adolescenata (srednjoškolaca). No, bez obzira na specifičnosti maturacijske i razvojne faze u kojoj se naši ispitanici nalaze, nedvojbeno je da oni – i po legislativnim i po većini psihofizičkih kriterija – spadaju u kategoriju djece.

Uzorak djece realiziran je u 10 osnovnih škola u Hrvatskoj. Osnovne škole izabrane su namjerno na osnovi dva kriterija: veličine mjesta u kojem su smještene i regije kojoj određeno mjesto pripada. Na taj način izabrano je po tri osnovne škole iz velikih (Osijek, Split, Zagreb) i malih gradova (Omiš, Petrinja, Vinkovci) te četiri škole iz seoskih naselja (Klara, Lekenik, Otok i Podstrana). Navedeni gradovi i sela smješteni su u četiri hrvatske regije, a to su: Zagreb s okolicom, Dalmacija, Istočna Hrvatska i Središnja Hrvatska. Ove su regije odabrane na osnovi saznanja iz dosadašnjih istraživanja mladih provedenih u Hrvatskoj, čiji su rezultati pokazali da Zagreb s okolicom te Istra i Primorje predstavljaju razvijene hrvatske regije, Istočna i Sjeverna Hrvatska pokazuju se kao razmjerno nerazvijene regije, dok Središnja Hrvatska i Dalmacija uglavnom odgovaraju hrvatskom “prosijeku”. Zato smo pretpostavili da će nam tako konstruiran uzorak omogućiti da baratamo podacima koji su indikativni za stariju školsku djecu u Hrvatskoj, a ne samo za pojedine regije ili urbane aglomeracije.

U 10 odabranih osnovnih škola izabrano je ukupno 40 razreda: po jedan peti, šesti, sedmi i osmi razred u svakoj školi. U svakom razredu anketirana je kvota od 25 učenika, što čini ukupno 1000 ispitanika.

Na ovom mjestu pozabavit ćemo se i *strukturuom uzorka*. To činimo iz dva osnovna razloga: kako bismo se upoznali s osnovnim obilježjima uzorka djece kojim se u istraživanju barata te da se omogući što korektnije praćenje interpretacije dobivenih rezultata.

Osam sociodemografskih obilježja ispitanika prikazano je u tablici 1 (neka od njih u sažetom obliku prilagođenom za daljnju statističku analizu)⁵ jer

⁵ Izvorni, nesažeti postoci odgovora, a koji se tiču pokazatelja o zaposlenosti roditelja, tipu obitelji i školskom uspjehu, navedeni su u upitniku u Prilozima.

su to ujedno varijable koje se u obradi i tumačenju rezultata koriste kao tzv. nezavisne varijable.

Tablica 1: Struktura uzorka djece

Sociodemografska obilježja	%
<i>Razred</i>	
Peti	25,0
Šesti	25,0
Sedmi	25,0
Osmi	25,0
<i>Spol</i>	
Muški	49,3
Ženski	50,7
<i>Mjesto stanovanja</i>	
Veliki grad	30,0
Mali grad	30,0
Selo	40,0
<i>Obrazovanje oca</i>	
Osnovna škola	8,0
Škola za radnička zanimanja	33,7
Srednja škola	31,3
Viša/visoka škola	27,0
<i>Obrazovanje majke</i>	
Osnovna škola	15,2
Škola za radnička zanimanja	19,8
Srednja škola	39,8
Viša/visoka škola	25,2
<i>Zaposlenost roditelja</i>	
Oboje zaposleni	51,8
Jedan zaposlen	37,1
Oboje nezaposleni	11,1
<i>Tip obitelji</i>	
Potpuna obitelj	71,0
Nepotpuna obitelj	10,1
Proširena obitelj	18,9
<i>Školski uspjeh</i>	
Dobar	27,3
Vrlo dobar	38,6
Odličan	34,1

Navedene podatke valja komentirati na dvije razine. Prva je distribucija odgovora. Dobna struktura ispitanika (razred) i rezidencijalni status (mjesto stanovanja, domicil) plod su konstrukcije kvotnog uzorka, pa podaci pokazuju da je uzorak realiziran kako je i planiran. Postoci odgovora u svim ostalim obilježjima slučajni su, točnije nisu unaprijed planirani, i kao takvi predstavljaju pokazatelj strukture ispitane dječje populacije. Spolna struktura uglavnom odgovara statističkim podacima i spolnoj strukturi hrvatskog stanovništva. No to ne vrijedi za obrazovnu strukturu roditelja (tj. i oca i majke), jer se pokazuje da su roditelji naših ispitanika znatno obrazovaniji nego što to pokazuje obrazovna struktura hrvatskog stanovništva.⁶ To se moglo očekivati, budući da su roditelji naših ispitanika većinom u dobi između 30 i 45 godina, što znači da pripadaju generacijama hrvatskog stanovništva koje se školovalo u znatno većem broju nego njihovi roditelji, a dovoljno su stari da su mogli dospjeti do svih stupnjeva obrazovanja. Drugim riječima, naši su podaci jedan od pokazatelja trenda karakterističnog za zemlje u razvoju – ekspanzije obrazovanja i postojanje obrazovne spirale po kojoj je svaka nova generacija obrazovanija od prethodne.

Podaci o zaposlenosti roditelja unekoliko odražavaju aktualne gospodarsko-socijalne prilike u Hrvatskoj, pa tako desetina djece živi u obiteljima nezaposlenih roditelja koji su, inače, u najproduktivnijoj životnoj dobi. Nalazi o tipu obitelji pokazuju da je hrvatska obitelj još uvijek razmjerno stabilna (za razliku od, primjerice, američke) jer 90% djece živi s oba roditelja, bilo da je riječ o potpunim (nuklearnim, inokosnim) ili proširenim (ekstenzivnim) obiteljima. Zbog dobi roditelja možemo pretpostaviti da je život s jednim od njih najčešće posljedica razvoda a ne smrti drugog roditelja. Valja istaći da među samohranim roditeljima u našem uzorku prevladavaju majke (84%). Indikativno je i to da petina ispitane djece živi zajedno s roditeljima i bakom i/ili djedom, što posredno svjedoči o tegobnim socioekonomskim uvjetima (posebice što se tiče osiguranja

⁶ Zasad možemo koristiti samo podatke iz popisa stanovništva 1991. godine (SLjH, 1997:85), po kojima u stanovništvu starijem od 15 godina 55% stanovnika nema nikakve kvalifikacije (završena ili nezavršena osnovna škola), 13% ima neku školu za radnička zanimanja, 23% srednju školu, a 9% višu školu ili fakultet. Iz ovih podataka možemo zaključiti da su roditelji naših ispitanika, ukupno gledano, natprosječno obrazovani.

vlastitog stambenog prostora) i unekoliko prisilnom održavanju tradicionalne obiteljske povezanosti.

Višestruko su zanimljivi podaci o školskom uspjehu naših ispitanika. Čini se, naime, da u hrvatskim osnovnim školama ima jako malo loših učenika.⁷ Preciznije rečeno, po trećina naših ispitanika prethodni razred je završila s odličnim, vrlo dobrim i dobrim uspjehom.⁸ Jesu li kriteriji hrvatskih nastavnika suviše blagi, ili nastavnici akcent stavljaju na samo neka znanja i vještine, ili se, pak, naši učenici više trude, otvoreno je pitanje. No ostaje činjenica da 73% učenika osnovnih škola ima školski uspjeh koji upućuje na vrlo solidnu razinu usvojenih znanja. Takav školski uspjeh nužno potiče obrazovne aspiracije i učenika i njihovih roditelja, no kasnije školovanje (zahtjevnije srednje škole, a osobito visokoškolski stupanj) često zna pokazati da su ambicije bile nerealne⁹.

Školski uspjeh anketirane djece naročito intrigira kada se promatraju međusobni odnosi između svih korištenih sociodemografskih obilježja ispitanika. Rezultati bivarijatne analize, naime, pokazuju da je školski uspjeh najmanje nezavisna varijabla – točnije, da su ocjene povezane gotovo sa svim drugim promatranim obilježjima (osim tipa obitelji). Prije uvida u tom segmentu dobivenih trendova valja istaći da su stupanj obrazovanja oca i majke dva međusobno najpovezanija obilježja ($\chi^2=531,56$; $C=.595$), što svjedoči o opstojnosti tendencije biranja partnera po sličnosti karakteristika, među koje spada i obrazovanost. Dakle, što se školskog uspjeha tiče, ustanovljeno je da on raste s obrazovanjem i majke ($\chi^2=120,67$) i oca ($\chi^2=119,44$), sa zaposlenošću oba roditelja ($\chi^2=55,27$), te sa životom u velikom gradu ($\chi^2=58,03$). Zatim, prosječno bolji đaci su djevojčice ($\chi^2=40,71$), a školske ocjene

⁷ Usporedba sa slovenskim "osmašima" pokazuje da naši učenici dobivaju bolje ocjene. Konkretno, u Sloveniji je ustanovljeno da je po 27% učenika sedmih razreda završilo s odličnim i vrlo dobrim uspjehom, 31% s dobrim, a 15% s ocjenom dovoljan (Ule i drugi, 2000:208).

⁸ Unutar kategorije dobrog školskog uspjeha uvršteni su i oni malobrojni učenici koji su prethodni razred završili s dovoljnim uspjehom. Oni zauzimaju svega 6% udjela u toj skupini.

⁹ Statistički podaci pokazuju da više od 90% završenih osnovaca upisuje i završava neku trogodišnju ili četverogodišnju srednju školu (a to se razlikuje od, na primjer, V. Britanije, gdje oko polovine mladih nakon završenog obveznog obrazovanja ne nastavlja školovanje i ne stječe nikakve kvalifikacije). Problemi nastupaju na fakultetima, koje upisuje oko polovina naših maturanata (poglavito gimnazija i raznih srednjih stručnih škola), ali diplomu stekne oko petine upisanih, i to s prosjekom studiranja od 8 do 9 godina (Ilišin, 1999a).

se kvare na koncu petog i sedmog razreda ($\chi^2=31,09$). Potonje dvije razlike dobro su poznate iz pedagoške prakse: djevojčice su većinom discipliniranije u obavljanju školskih obveza, kao i u ponašanju u razredu, a prelazak na predmetnu nastavu (peti razred) i dobivanje novih zahtjevnih predmeta (sedmi razred) za dio osnovaca se pokazuje teže savladivim načinom rada i količinom gradiva. Međutim, tendencija da se bolji učenici regrutiraju iz obrazovanijih i materijalno situiranijih obitelji te iz urbanih centara sugerira da su obrazovana (akademska) postignuća u velikoj mjeri socijalno uvjetovana.¹⁰ Zašto djeca iz urbanih središta postižu bolji školski uspjeh, djelomice pojašnjava nalaz da su stupanj obrazovanja oca ($\chi^2=147,73$) i majke ($\chi^2=123,20$) povezani s rezidencijalnim statusom – što je mjesto stanovanja urbaniziranije, veća je koncentracija prosječno obrazovanijih roditelja, tako da u selima živi natprosječan broj ispodprosječno obrazovanih roditelja. A kako, očito, obrazovanost roditelja utječe na obrazovna postignuća djece, logično je da su djeca sa sela u tom pogledu prikraćenija. To posredno ukazuje i na to da nastavnici na selima ne pokazuju sklonost bitnog snižavanja kriterija, unatoč činjenici lošijih sociokulturnih uvjeta u kojima učenici žive. Svakako je korisno saznanje da se život djece u nepotpunim obiteljima ne odražava na njihov školski uspjeh, bar na ovoj početnoj razini. Izostanak ovog utjecaja indicira da djeca iz nepotpunih obitelji nisu opterećena psihološkim problemima u mjeri ili na način koji bi se reflektirao na njihovo funkcioniranje u obrazovnom procesu.

Stupanj obrazovanja roditelja i domicil pokazuju se važnim i u eklatantno socioekonomskoj dimenziji – naime, djeca iz obitelji gdje su majka ($\chi^2=123,37$) i otac ($\chi^2=112,65$) prosječno obrazovaniji i nastanjeni u velikim gradovima ($\chi^2=51,48$) ujedno su i ona čija su oba roditelja češće zaposlena. S druge strane, nezaposlenost oba roditelja izraženija je u onim obiteljima gdje su

¹⁰ Takav zaključak podupiru nalazi istraživanja V. Vujčića (1990) provedenog koncem osamdesetih godina prošlog stoljeća. Premda se tadašnje hrvatsko društvo samorazumijevalo kao socijalističko (što je uključivalo minimiziranje socijalnih nejednakosti), pokazalo se da je školski uspjeh više uvjetovan socioekonomskim i sociokulturnim faktorima nego mentalnim sposobnostima (inteligencijom) učenika. Pritom je osobito značajno da je obrazovna mobilnost bila izrazito pod utjecajem socioekonomskog statusa obitelji. Kako današnje, tranzicijsko, hrvatsko društvo treba funkcionirati na načelu kompeticije, koju nužno prati socijalno raslojavanje, valja pretpostaviti da će se obrazovne šanse djece iz obitelji nižeg materijalnog i sociokulturnog statusa još više smanjivati.

roditelji bez kvalifikacija i žive u malim gradovima, dok je jedan zaposlen roditelj karakterističniji za seoske sredine, oca koji ima radničko zanimanje i majku sa srednjom stručnom spremom. Tip obitelji u kojoj djeca žive također je povezan sa zaposlenošću roditelja ($\chi^2=34,40$), kao i s mjestom stanovanja ($\chi^2=33,58$). Konkretno, djeca koja žive s oba roditelja ispodprosječno su suočena s nezaposlenošću roditelja, dok su djeca koja žive u nepotpunim obiteljima (a podsjetimo da je uglavnom riječ o samohranim majkama) natprosječno izložena riziku nezaposlenosti oba roditelja (dakle, osim onoga s kojim žive, i onoga koji bi trebao plaćati alimentaciju). U pogledu mjesta stanovanja dobivene su znane tendencije: natprosječan broj nepotpunih obitelji nalazi se u velikim gradovima, nasuprot selima u kojima je samohrani roditelj rijetkost a natprosječan broj djece živi u proširenim obiteljima (što je, pak, ponajmanje prisutno u malim gradovima).

Sažmemo li sve naznačene tendencije, možemo konstatirati da su u najpovoljnijem socijalnom položaju djeca koja žive u potpunim obiteljima u kojima su oba roditelja zaposlena i visokoobrazovana, te nastanjena u velikim gradovima. Njihov antipod su djeca koja dolaze iz obitelji gdje su roditelji bez ikakvih ili minimalnih kvalifikacija te usto češće nezaposleni i razvedeni, kao i oni koji žive na selu. Te dvije ekstremne skupine djece jasno se razlikuju po školskom uspjehu, koji je pak indikator njihovih budućih obrazovnih postignuća i općenito životnih šansi. Analogno ovdje ustanovljenim trendovima, može se očekivati da će neka obilježja uvelike utjecati i na područja koja ispituje u ovom istraživanju.

Literatura

- Anderson, D.R.; Lorch, E.P (1983): Looking at television: action or reaction?, u: Bryant, J.; Anderson, D.R. (eds.): *Children's Understanding of Television: Research and Attention and Comprehension*. New York: Academic Press
- Baranović, B. (2000): "Slika" žene u udžbenicima književnosti". Zagreb: IDIZ
- Carlsson, U; Von Feilitzen, C. – eds.(1998): *Children and Media Violence*. Yearbook of the UNESCO - International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen. Goteborg: Goteborg University
- Chaffer, S.H.; McLeod, J.M.; Wackman, D. (1973): Family communication patterns and adolescent political participation, u: Dennis, J. (ed.): *Socialization to Politics*. New York: John Wiley

- Clifford, B.; Gunter, B.; McAleer, J. (1995): *Television and Children: Programme Evaluation, Comprehension and Import*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates
- Davies, M.M. (1989): *Television is Good for Your Kids*. London: Hilary Shipman
- Dekker, H. (1991): Political socialization theory and research, u: Dekker, H.; Meyenberg, R. (eds.): *Politics and the European Younger Generation*. Oldenburg: BIS – Verlag
- Desmond, R.J.; Singer, J.L.; Singer, D.G.; Calam, R.; Colimore, K. (1985): Family mediation patterns and television viewing: young children's use and grasp of the medium. *Human Communication Research* 11(4):461-480.
- Federman, J. (1996): *Executive Summary: National Television Violence Study*. Los Angeles, CA: Mediascope, Inc.
- Gauntlett, D. (1995): *Moving Experiences: Understanding Television's Influences and Effects*. London: John Libbey
- Gibian, P. (1997): *Mass Culture and Everyday Life*. London and New York: Routledge
- Gibian, P. (1997a): The Boom in Airwaves Dialogue, u Gibian, P (ed.), 1997
- Gudjons, H. (1994): *Pedagogija: temeljna znanja*. Zagreb: Educa
- Gunter, B.; McAleer, J. (1997): *Children & Television*. London and New York: Routledge
- Ilišin, V. (1991): Neki aspekti društvenog položaja i slobodnog vremena mladih Hrvatske. *Sociologija* 23(1/2):163-177.
- Ilišin, V. (1999): Mladi i televizijski medij. *Napredak* 140(2):143-153.
- Ilišin, V. (1999a): *Mladi na margini društva i politike*. Zagreb: Alinea
- Kaznev, Ž. (1976): *Sociologija radio-televizije*. Beograd: BIGZ
- Klapper, J. (1960): *The Effects of Mass Communication*. New York: Free Press
- Košir, M.; Zgrabljic, N.; Ranfil, R. (1999): *Život s medijima*. Zagreb: Doron
- Leburić, A.; Relja, R. (1999): Kultura i zabava mladih u slobodnom vremenu. *Napredak* 140(2):175-183.
- Leinert Novosel, S. (1999): *Žena na pragu 21. stoljeća*. Zagreb: TOD
- Luhmann, N. (2000): *The Reality of the Mass Media*. Cambridge, UK: Polity Press
- Lull, J. (2000): *Media, Communication, Culture: A Global Approach*. Cambridge, UK: Polity Press
- Makluan, M. (1971): *Poznavanje opština – čovekovih proizvođača*. Beograd: Prosveta
- Martinić, T. (1994): *Postmoderna, svakidašnjica, komunikacija*. Opatija: Naklada Benja
- McLuhan, M. (1966): *Media as Message*. New York: Free Press
- McLuhan, M. (1968): *The Gutenberg Galaxy*. Toronto: University of Toronto Press
- McQuail, D. - ed. (1979): *Sociology of Mass Communications*. Harmondsworth: Penguin books, Ltd.

- McQuail, D. (1997): *Audience Analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage
- Moore, R. (1990): Effects of television on family consumer behaviour, u: J. Bryant (ed.): *Television and the American Family*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates
- Moren, E. (1979): *Duh vremena I, II*. Beograd: BIGZ
- Mučalo, M. (2000): Prikaz rezultata analize programskih sadržaja radijskih postaja na području Zagreba i Zagrebačke županije. *Politička misao* 37(4):113-128.
- Nastran Ule, M. (2000): *Temelji socialne psihologije*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče
- Peruško Čulek, Z. (1999): *Demokracija i mediji*. Zagreb: Barbat
- Pratt, M.L. (1997): Fighting It Out on Call-In Radio, u: Gibian, P. (ed.), 1997.
- Roberts, D.F.; Foehr, U.G.; Rideont, V.J.; Brodie, M. (1999): *Kids & Media*. <http://www.kff.org/content/1999/1535/>
- Salomon, G. (1993): Beyond the formats of television: the effects of student preconceptions on the experience of televiewing, u: Meyer, M. (ed.): *Children and Formal Features of Television*. Munich: K.G. Saur
- Sapunar, M. (2000): Radio u 21. stoljeću. *Politička misao* 37(1):205-210.
- Schamm, W.; Lyle, J.; Parker, E.B. (1961): *Television in the Lives of Our Children*. Stanford, CA: Stanford University Press
- Smith, G.; Sweeney, E. (1984): *Children and Television Advertising: An Overview*. London: Children's Research Unit
- Statistički ljetopis Hrvatske – SLjH* (1997). Zagreb: Državni zavod za statistiku
- Šiber, I. (1991): Political socialization in Yugoslavia, u: Dekker, R.; Meyenberg, R. (eds.), 1991.
- Ule, M.; Rener, T.; Mencin Čeplak, M.; Tivadar, B. (2000): *Socialna ranjivost mladih*. Ljubljana: Urad Republike Slovenije za mladino
- Van Evra, J. (1990): *Television and Child Development*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates
- Vujčić, V. (1990): *Obrazovne šanse*. Zagreb: Školska knjiga
- Webster, J.G.; Phalen, P. (1997): *The Mass Audience: Rediscovering the Dominant Model*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum
- Wright, C.R. (1975): *Mass Communication: A Sociological Perspective*. New York: Random House
- Young, B. (1990): *Television Advertising and Children*. Oxford: Clarendon Press
- Zvonarević, M. (1989): *Socijalna psihologija*. Zagreb: Školska knjiga
- Žugić, Z. (1988): *Informacijsko društvo*. Beograd: CIDID

OBITELJ I ŠKOLA

1. Uvod

Hrvatsko društvo, unatoč procesima modernizacije u vrijeme socijalizma i postsocijalističkom vremenu, karakterizira dominacija tradicionalnih vrijednosti patrijarhalnog sociokulturnog nasljeđa. U tranzicijskom razdoblju, štoviše, dolazi do revitalizacije tradicionalizma i patrijarhalizma. Mnogi se autori slažu da današnje hrvatsko društvo po mnogim osobinama nosi crte predmodernosti ili polumodernizacije (Županov, 1995), a V. Ilišin (1998:36) govori o "diskretnim indikatorima modernizacije"¹¹. Unatoč sve jačem prodoru novovjekovnih procesa pluralizacije i individualizacije, istovremeno postoji i "nagruće prema sve jačem vezivanju uz prošle obrasce katoličke i nacionalne monolitnosti i zatvorenosti u sebe" (Črpić; Kušar, 1998). Rezultati recentnih istraživanja o suvremenom hrvatskom društvu pokazuju takve tendencije. Među faktorima koji utječu na takav razvoj navode se rat kao nametnuto sredstvo nacionalne homogenizacije, osjećaj nesigurnosti unutar novonastalog geostrategijskog okruženja, utjecaj službene ideologije u kojoj nacija zauzima glavno mjesto, te značajan utjecaj tradicijske kulture i odgoja u obitelji kao prijenosa nacionalne i religijske samoidentifikacije (Ilišin, 1998; Labus, 2000). Takve tendencije dovele su do porasta vrednota etnocentrizma, tradicionalizma, autoritarizma, konzervativizma i patrijarhalizma.

Međutim, rezultati novijih istraživanja odražavaju dvojak utjecaj: pokazuje se, naime, da u hrvatskom društvu egzistira sukob vrednota i da se vrijednosni stavovi nalaze u mreži vrlo raznolikih i složenih odnosa. Kod istih ispitanika dodiruju se tradicionalna i izrazito konzervativna svijest i jedna modernija svijest, općeprihvaćena i utemeljena u etičkim stajalištima

¹¹ Ta autorica smatra da modernizaciju čini upitnom etnocentrička vrijednosna orijentacija koja jest manje zastupljena od liberalizma, ali združena s najraširenijim patrijarhalizmom i prilično izraženim autoritarizmom čini potencijalno veliku prepreku modernizaciji (Ilišin, 1998:36).

demokratskog društva (Labus, 2000:179). Dakle, u sferi individualnih sloboda postoji visok stupanj modernije svijesti (tu pripadaju i odluke o osnivanju obitelji i ulasku u brak), ali u sferi već postojećih institucija (nacija, obitelj, crkva) prevladava tradicionalna, konzervativna i patrijarhalna vrijednosna orijentacija.

Rezultati recentnih istraživanja pokazuju da su spomenute vrijednosne orijentacije u vrlo visokom postotku prisutne u općoj populaciji Hrvatske¹², pa stoga i u hrvatskim obiteljima. Navest ćemo samo neke nalaze iz istraživanja *Religijske promjene i vrijednosti u Hrvatskoj* koji se odnose na obitelj:

- ako je samo jedan supružnik zaposlen, prirodnije je da to bude muškarac - tako misli 70% ispitanika;

- većina poslova u domaćinstvu po svojoj prirodi više odgovara ženama – gotovo 64% ispitanika;

- najvažnija stvar za djecu je učiti ih poslušnosti prema roditeljima – 66% ispitanika;

- briga o obitelji treba biti temeljna zadaća svake države – 91% ispitanika;

- dobro je da u braku postoji jednakost između muža i žene, ali je bolje da muž ima posljednju riječ – 40% ispitanika;

- odgoj djece je prije majčina nego očeva dužnost – 41% ispitanika.

Dakle, ovi rezultati upućuju na prisustvo tradicionalnih, autoritarnih i patrijarhalnih stereotipa u hrvatskim obiteljima, što prije svega dolazi do izražaja u visokoj razini interiorizacije nejednakosti spolova.

Obitelj je u Hrvatskoj prevladavajući oblik organizacije domaćinstva¹³ u kojem novi članovi društva dolaze na svijet. Pod utjecajem procesa rastuće

¹² Misli se na rezultate iz istraživanja "Religijske promjene i vrijednosti u Hrvatskoj" Instituta za društvena istraživanja koje je proveo istraživački tim u sastavu: N. Skledar, D. Marinović Jerolimov, A. Marinović Bobinac, M. Labus, I. Cifrić i M. Jilek. (1999).

¹³ B. Dimmock (1997:191) kao bitne osobine "normalne" obitelji navodi sljedeće: 1. čine je odrasli oženjeni muškarac i žena; 2. supružnici su sličnog obrazovnog statusa; 3. imaju između dvoje i četvero djece; 4. obitelj stanuje odvojeno od drugih srodnika i otac je stalno zaposlen, na način koji mu onemogućuje provoditi vrijeme s obitelji, a majka može raditi ukoliko posao ne ugrožava njenu ulogu supruga i majke; 5. nisu ovisni o bilo kakvom obliku državne pomoći.

individualizacije¹⁴ u razvijenom svijetu dolazi do promjena u spolnim ulogama, pluralizma obiteljskih oblika i do sve većeg izjednačavanja obiteljskih i izvanobiteljskih zajednica (Ule, 2000). U Europi je “normalna” obitelj još uvijek dominantan oblik organizacije domaćinstva, ali i drugi oblici se javljaju u visokim postocima (osobito domaćinstva koja čine samci).¹⁵ Osim nuklearne ili tzv. “normalne obitelji”, postoje i alternativni oblici obitelji: kohabitacija (izvanbračna zajednica), zajednica djece i jednog roditelja (samohrani roditelji), obitelji bez djece, samci i homoseksualni parovi.

Neki katolički autori afirmiraju krizu tradicionalne obitelji polazeći od činjenica o kojima svjedoče statistički podaci: smanjena stopa nataliteta, smanjenje broja članova obitelji, porast žena koje ne rađaju, rastuća nestabilnost brakova, popularnost nevjenčanih zajednica, opadanje zanimanja za sklapanje brakova, rođenja izvan braka, rastave brakova, obitelji s jednim roditeljem, druga ili treća ženidba (Baloban; Črpić, 1998:620). Uzroke krize obitelji vide u različitim faktorima – modernom društvu koje je manje sklono obitelji, nižem standardu obitelji s djecom i nekim svjetonazorima i vrijednosnim čimbenicima (sekularizam i pluralizam, emancipacija žena, promjena stava prema djeci...) (Koračević, 2000:119-128).

Spomenute teze o hrvatskom društvu kao tradicionalnom i predmodernom društvu u tranziciji dopunjuju i osnovne karakteristike religijske situacije.

Tradicionalna vezanost za katoličku religiju i crkvu u Hrvatskoj je većinska pojava, na osobnoj i grupnoj razini.¹⁶ Socioreligijska istraživanja zadnjih godina (Teološki fakultet, 1998; Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, 1999) pokazuju da se u razdoblju tranzicije u Hrvatskoj povećao broj onih koji se konfesionalno izjašnjavaju kao katolici. Slični rezultati dobiveni su i

¹⁴ M. Ule (2000) smatra da je bit procesa individualizacije u tome da prenosi na pojedinca iznimno zahtjevnju psihosocijalnu integraciju u društvo, što je do sada bilo u rukama posredujućih institucija – obitelji, posla i različitih referentnih skupina.

¹⁵ Prema podacima iz *British Household Panel Survey*, 11% Britanaca žive sami, u Europskoj uniji (1991) takvih je 27%, a u Danskoj (1996) čak 34% (Dimmock, 1997:191).

¹⁶ Prema Popisu stanovništva iz 1991. godine u Hrvatskoj je bilo 77% katolika, 11% pravoslavnih, oko 1% muslimana, manje od 1% vjernika različitih protestantskih i ostalih kršćanskih denominacija, 5% ostalih vjera i neizjašnjenih i 4% nereligioznih.

kod religijske samoidentifikacije – preko 80% ispitanika smatra se religioznima, a čak oko 50% se smatra uvjerenim vjernicima, koji prihvaćaju sve što njihova vjera uči. Rezultati citiranih, a i nekih prethodnih istraživanja, pokazali su da se radi o crkveno orijentiranoj, tradicionalnoj, kolektivističkoj religioznosti, usko vezanoj za obitelj, tradiciju i naciju, koja je posredovana kroz obiteljsku socijalizaciju, s prepoznatljivima elementima – slijedom sakramenata od krštenja do posljednjeg pomazanja, pohađanja vjeronauka, obiteljskog vjerskog odgoja i bar prigodnog odlaženja u crkvu.¹⁷ Baš ti, temeljni pokazatelji tradicionalne religioznosti, jesu oblici prakse koji su vezani uz razdoblje socijalizacije u obitelji, koja utječe na njihovo prenošenje i usvajanje i koja često čini temelj odnosa prema religiji u kasnijem životu pojedinca.

Jedan od pokazatelja tradicionalne religioznosti je i pohađanje vjeronauka što će biti tema trećeg dijela ove analize.

U kontekstu zadanog predmeta našeg istraživanja - različitih individualnih, grupnih i društvenih obilježja ispitanika koja se dovode u vezu s ulogom medija u njihovu svakodnevnom životu - ispitivana je obiteljska situacija ispitanika. Krenulo se od hipoteze da neki aspekti svakodnevnog obiteljskog i školskog okruženja utječu na dostupnost i frekvenciju korištenja različitih medija. Tako su u ovoj dionici istraživanja postavljeni sljedeći ciljevi:

1. utvrditi i analizirati karakteristike obitelji i domaćinstva ispitanika;
2. utvrditi i analizirati razinu, sadržaj i učestalost komunikacije ispitanika s roditeljima i prijateljima;
3. utvrditi i analizirati školski milje i aspiracije ispitanika;
4. utvrditi i analizirati utjecaj sociodemografskih obilježja ispitanika na sve tri razine ispitivanja.

Obrada i analiza podataka provedene su na način kako je to objašnjeno u uvodnom dijelu ove studije.

¹⁷ Prema rezultatima istraživanja *Religijske promjene i vrijednosti u Hrvatskoj*, u Zagrebu i zagrebačkoj regiji kršteno je 98% ispitanika, prvu pričest primilo je 86%, krizmu 80%, u crkvi se vjenčalo 58% ispitanika, u djetinjstvu je vjeronauk pohađalo njih 87%, 58% djece ispitanika pohađa vjeronauk (s tim da 26% ispitanika nema djece), djecu u vjeri odgaja 60% ispitanika, a jedan do dva puta mjesečno ili jednom tjedno u crkvu odlazi njih 44%. Podaci za Hrvatsku iz istraživanja *Vjera i moral u Hrvatskoj* Teološkog fakulteta u Zagrebu vrlo su slični.

2. Obiteljska situacija i komunikacija

Obitelj je primarna društvena zajednica koja se osniva na trajnoj vezi dviju ili više osoba vezanih brakom ili krvnim srodstvom. Razlikuje se od svih ostalih društvenih grupa, osobito zbog svoje reproduktivne i socijalizacijske funkcije. Kao i svaka društvena grupa, i obitelj ima strukturu koja je određena prije svega tipom braka. Strukturu obitelji određuje i broj njezinih članova pa postoje i dvije vrste obitelji: *ekstenzivna* (velika) obitelj u kojoj nekoliko generacija živi zajedno i *nuklearna* (mala) obitelj sastavljena od roditelja i djece (Živković; Šporer; Sekulić, 1995). U našem uzorku, 70% ispitanika živi u tzv. nuklearnoj obitelji, 18% u ekstenzivnoj obitelji (s bakom i/ili djedom), a 10% sa samohranim roditeljima.¹⁸

Obitelj je socijalni prostor u kojem djeca stječu prva socijalna iskustva, te formiraju vrijednosni okvir i obrasce ponašanja koji im služe kao model ponašanja u životu. Utjecaj obitelji kao primarnog nositelja procesa socijalizacije djece važan je jer formira referentni vrijednosni okvir koji funkcionira kao "konceptualni filter" koji određuje ili utječe na njihovu recepciju iskustava izvan obitelji, uključujući i ona koja se stječu u drugim socijalnim institucijama (Baranović, 2000).

Uz obitelj kao najznačajniji agens primarne socijalizacije, pojavljuje se i *škola* koja je najznačajniji institucionalni nositelj sekundarne socijalizacije. Nekim aspektima utjecaja škole pozabavit ćemo se u trećem dijelu ove analize, a ovdje treba naglasiti da rezultati istraživanja *Vrijednosni sustav mladeži i društvene promjene u Hrvatskoj* (Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, 1999) pokazuju da obitelj i škola, zajedno s prijateljima (vršnjacima), zauzimaju prva tri mjesta na listi nositelja socijalizacijskih procesa (Baranović, 2000).

2.1. Karakteristike obitelji i domaćinstva

U kontekstu ovog ispitivanja najviše nas zanima socioekonomski položaj ispitanika i njihovih obitelji. Pod socioekonomskim položajem u najširem smislu

¹⁸ Prema rezultatima slovenskog istraživanja *Mladina 98* na uzorku od 1687 ispitanika (učenika osmih razreda osnovnih škola), 83% ispitanika živi s oba roditelja, a s jednim roditeljem živi ih 15 % (Renner, 2000).

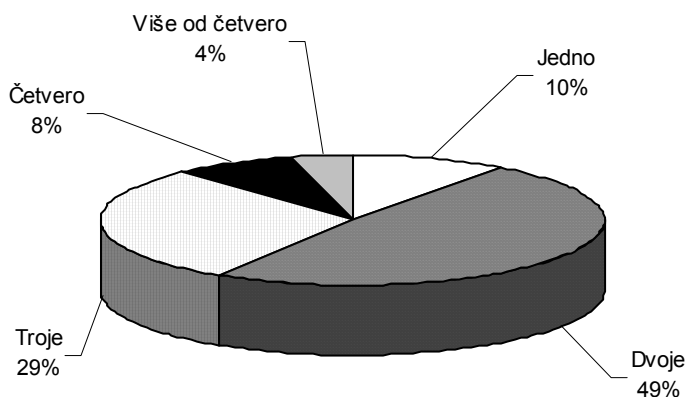
misli se na položaj koji pojedinac ili njegova obitelj, zauzimaju na društvenoj ljestvici. Pojam je multidimenzionalan, a obuhvaća objektivni socioekonomski položaj (stupanj obrazovanja, zanimanje, dohodak) i subjektivni socioekonomski položaj, koji predstavlja doživljaj ili percepciju vlastitog objektivnog socioekonomskog položaja. U suvremenim istraživanjima te dvije skupine varijabli najčešće se promatraju zajednički, i u međusobnom odnosu mogu imati i odvojen i zajednički utjecaj na obiteljske varijable (Čudina-Obradović; Obradović:1998:28).

U ovom radu prikazat ćemo neke pokazatelje objektivnog socioekonomskog položaja ispitanika: obrazovanje oba roditelja, zaposlenost oba roditelja i posjedovanje dobara. Neki od njih su korišteni kao nezavisne (obrazovanje majke i oca, zaposlenost roditelja), a neki kao zavisne varijable (posjedovanje dobara). Karakteristike obitelji i domaćinstva ispitanika ispitivane su pomoću nekoliko indikatora čija analiza slijedi: broj djece u obitelji, pohađanje vrtića, posjedovanje vlastite sobe, te posjedovanje pokretnina i nekretnina.

Broj djece u obitelji

U grafikonu 1 prikazani su odgovori na pitanje o tome imaju li ispitanica djeca braće ili sestara.

Grafikon 1: Broj djece u obitelji



U razvijenim je zemljama sve više obitelji bez djece ili samo s jednim djetetom. Opadanje broja djece je statistički dokazana činjenica i u Hrvatskoj (Puljiz, 2000:301). J. Baloban (2000:135) tvrdi da “tradicija obitelji u Europi ne nestaje, već se obitelj brojčano smanjuje”. Razlozi trendu smanjivanja djece u razvijenom svijetu su brojni, a tiču se prije svega promijenjene uloge žene u društvu (obrazovanje, zaposlenost, karijera), planiranja obitelji, promijenjenog (individualiziranog) sustava vrijednosti i orijentacija potencijalnih roditelja i čitavog niza drugih čimbenika. U specifičnim tranzicijskim okolnostima u Hrvatskoj, i u vezi s rezultatima ovog istraživanja, može se reći da je i kod nas, barem u velikim gradovima, primjetan spomenuti trend.

Rezultati istraživanja su pokazali da su istočnoeuropske zemlje nešto tradicionalnije od zapadnih, kad su vrednote u pitanju (Baloban; Črpić,1998). To vrijedi i za Hrvatsku. Tradicionalne vrijednosti kao što su nužnost prisutnosti djece u braku i rađanje većeg broja djece kao preduvjet uspješnog braka, prisutnije su u rezultatima naših istraživanja (Baloban; Črpić,1998), a podržavaju ih uvjereni vjernici, politički više desno orijentirani, stariji, niže obrazovani, ispitanici rođeni na selu, te oni s nižim primanjima.

Djeca su, dakle, u hrvatskim obiteljima još uvijek jedna od relevantnih vrednota za uspješan brak (Baloban; Črpić, 1998). Iz rezultata našeg

istraživanja odmah je vidljivo da najviše djece potječe iz obitelji s dvoje i troje djece, što se poklapa s nalazima iz više istraživanja prema kojima je prosječna obitelj u Hrvatskoj najčešće četveročlana. Roditelji i dvoje djece su prevladavajući obiteljski oblik.¹⁹

Ukrstili smo to pitanje sa svim nezavisnim varijablama da bismo vidjeli postoje li razlike u broju djece s obzirom na nezavisne varijable, odnosno razlike između teorijski očekivane i dobivene raspodjele rezultata unutar osnovnih sociodemografskih obilježja (tablica 1).

Tablica 1: Broj djece u obitelji i sociodemografska obilježja ispitanika (%)

Sociodemografska obilježja	Broj djece u obitelji			
	Jedno	Dvoje	Troje	Četvero i više
<i>Mjesto stanovanja</i>	$\chi^2 = 85,87$			
Veliki grad	20,3	56,7	19,0	4,0
Mali grad	6,4	47,2	34,8	11,7
Selo	6,3	43,8	33,3	16,8
<i>Obrazovanje oca</i>	$\chi^2 = 38,04$			
Osnovna škola	9,0	29,5	46,2	15,4
KV i VKV	7,3	48,2	29,6	14,9
Srednja škola	9,8	51,5	27,2	11,5
Viša/visoka škola	15,2	52,5	27,0	5,3
<i>Obrazovanje majke</i>	$\chi^2 = 66,97$			
Osnovna škola	5,3	36,4	35,1	23,2
KV i VKV	10,7	43,7	28,4	17,3
Srednja škola	9,1	50,1	31,6	9,1
Viša/visoka škola	15,6	57,6	23,6	3,2
<i>Zaposlenost roditelja</i>	$\chi^2 = 65,80$			
Oboje zaposleni	13,3	56,7	23,6	6,4
Jedan zaposlen	7,6	43,1	32,7	16,6
Oboje nezaposleni	7,3	29,4	45,9	17,4
<i>Školski uspjeh</i>	$\chi^2 = 32,80$			
Dobar	5,5	43,0	33,5	18,0
Vrlo dobar	10,1	50,8	29,8	9,3
Odličan	15,0	50,7	25,8	8,5
UKUPNO	10,5	49,8	29,4	11,4

¹⁹ Rezultati iz istraživanja *Religijske promjene i vrijednosti u Hrvatskoj* pokazuju da 47% ispitanika ima dvoje (37%) ili troje (10%) djece. Rezultati istraživanja *Vjera i moral u Hrvatskoj* pokazuju koliko bi ispitanici htjeli imati djece: 42% ispitanika željelo bi imati dvoje, a 37% troje djece (2.70 po obitelji). Prema rezultatima iz istog projekta, u studentskoj populaciji taj prosjek je nešto niži (2.52) i bliži europskom prosjeku (2.46 djece po obitelji), a u srednjoškolskoj niži od europskog prosjeka (2.36) (Baloban, Črpić, 1998).

U skladu s očekivanjima pokazalo se da postoji statistički značajna razlika u broju djece u obitelji s obzirom na tip naselja u kojem ispitanici žive. Obitelji s jednim djetetom najviše je u velikom gradu²⁰, a obitelji s više od dvoje djece (troje, četvero, petero i više) najviše je na selu (50%). Dakle, na selu, gdje su najprisutnije tradicionalne vrijednosti, gdje su žene najmanje zaposlene i najmanje obrazovane i gdje najčešće zajedno živi više generacija u obitelji, najviše je obitelji s više djece. Očito je da su i u Hrvatskoj primjetne strukturalne promjene u obitelji – osobito u gradskim sredinama, prvenstveno po smanjenom broju djece u obiteljima, ali i po broju generacija koje žive zajedno.

S rezidencijalnim statusom ispitanika povezan je i stupanj obrazovanja roditelja. Što je veće naselje, stupanj obrazovanja roditelja raste. Što je stupanj obrazovanja viši, manje je djece u obitelji. Dakle, očevi s visokim obrazovanjem najčešće imaju obitelji s jednim ili dvoje djece, a najviše djece imaju očevi koji su završili školu za radnička zanimanja. Kod majki je slično. Majke s višim ili visokim obrazovanjem najrjeđe imaju više od tri djeteta, a majke s osnovnom školom i školom za radnička zanimanja imaju češće više od troje djece.

Očekivani rezultati dobiveni su i ukrštanjem broja djece s radnim statusom roditelja. Najviše je djece u obiteljima gdje su oba roditelja nezaposlena. Znači, najviše djece imaju roditelji ispitanika koji žive na selu i nižeg su obrazovanja te obitelji s oba nezaposlena roditelja, a najmanje obitelji ispitanika koji žive u gradu, čiji su roditelji višeg i visokog obrazovanja i oboje zaposleni. Jer očekivano je da s rastom stupnja obrazovanja raste svijest o potrebi planiranja obitelji, o kvaliteti života obitelji itd.

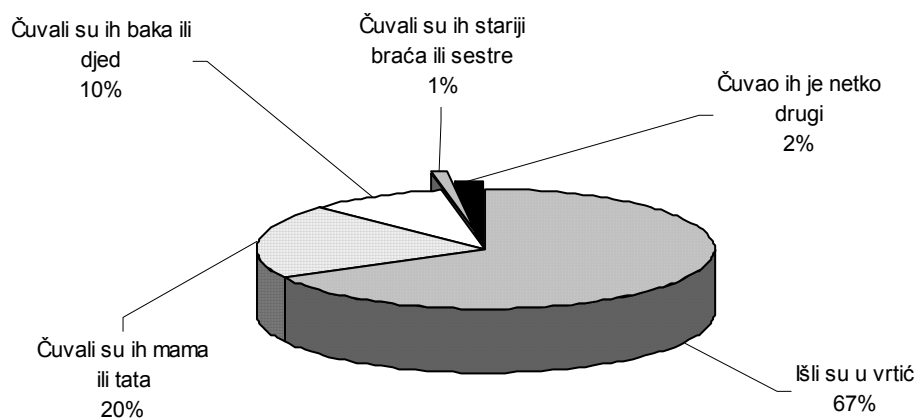
Postoji i statistički značajna razlika u školskom uspjehu djece s obzirom na broj djece u obitelji. Najmanje odličnih i vrlo dobrih učenika potječe iz brojnih obitelji (četvero ili više djece), a najviše iz obitelji s jednim ili dvoje djece. Vidjelo se iz rezultata da su roditelji koji imaju manji broj djece ujedno i najobrazovaniji, i očekivano je da su njihove aspiracije za školovanjem djece (i aspiracije same djece) više.

²⁰ Rezultati istraživanja *European Value Study* pokazali su da postoji razlika u stavu "prema djeci kao uvjetu da bi se žena osjećala ispunjenom" s obzirom na tip naselja. Što je veće naselje, manje je žena koje tako misle i obrnuto (Črpić, Koračević, 2000).

Pohađanje vrtića

U grafikonu 2 prikazani su podaci o tome jesu li ispitana djeca pohađala vrtić ili nisu.

Grafikon 2: Pohađanje vrtića



Više od dvije trećine ispitanika prije škole je pohađalo vrtić, petinu su čuvali roditelji, a samo mali broj ostala rodbina ili netko drugi.

Razlike u pogledu toga tko je djecu čuvao dok su bila mala i jesu li išla u vrtić prikazane su u tablici 2.

Tablica 2: Pohađanje vrtića s obzirom na sociodemografska obilježja ispitanika (%)

Sociodemografska obilježja	Pohađanje vrtića		
	Išli su u vrtić	Čuvali su ih roditelji	Čuvali su ih baka ili djed
<i>Mjesto stanovanja</i>	$\chi^2 = 109,00$		
Veliki grad	88,3	5,7	6,0
Mali grad	72,4	18,3	9,3
Selo	52,2	34,5	13,3
<i>Obrazovanje oca</i>	$\chi^2 = 60,17$		
Osnovna škola	52,7	37,8	9,5
KV i VKV	62,6	27,8	9,6
Srednja škola	65,2	21,4	13,4
Viša/visoka škola	85,5	8,0	6,5
<i>Obrazovanje majke</i>	$\chi^2 = 109,84$		
Osnovna škola	40,6	50,3	9,1
KV i VKV	70,0	21,6	8,4
Srednja škola	70,2	18,4	11,4
Viša/visoka škola	83,7	6,9	9,3
<i>Zaposlenost roditelja</i>	$\chi^2 = 57,82$		
Oboje zaposleni	76,1	11,7	12,1
Jedan zaposlen	63,7	29,9	6,5
Oboje nezaposleni	55,8	34,6	9,6
<i>Školski uspjeh</i>	$\chi^2 = 33,60$		
Dobar	60,0	31,9	8,1
Vrlo dobar	68,6	20,2	12,8
Odličan	77,3	12,8	9,9
UKUPNO	68,4	21,1	10,5

U skladu s očekivanim pokazalo se da su vrtić najviše pohađala gradska, a najmanje seoska djeca. Isto tako, seosku su djecu najviše, a gradsku najmanje, čuvali jedan od roditelja ili bake i djedovi. To je povezano s odgovorima na prethodna pitanja vezana za obiteljsku situaciju djece u različitim vrstama naselja. Naime, ukrštanjem nezavisnih varijabli tipa obitelji i rezidencijalnog statusa pokazalo da su u selu češće obitelji u kojima žive tri generacije – baka i djed, roditelji i djeca.

Isto tako, što je otac obrazovaniji, djeca su više pohađala vrtić. Djecu obrazovanih očeva (VŠS i VSS) najrjeđe je čuvao jedan od roditelja što je i očekivano, jer je među obrazovanim roditeljima najmanje nezaposlenih. Vrtić su najčešće pohađala djeca majki sa srednjim, višim i visokim obrazovanjem, a najmanje djeca majki s osnovnom školom. I to je objašnjivo jer se baš one najčešće odlučuju na status domaćice ili pak najteže nalaze posao.

Potvrdilo se očekivanje da su djeca s oba zaposlena roditelja najviše pohađala vrtić, mada je u sve tri kategorije visok stupanj pohađanja vrtića.

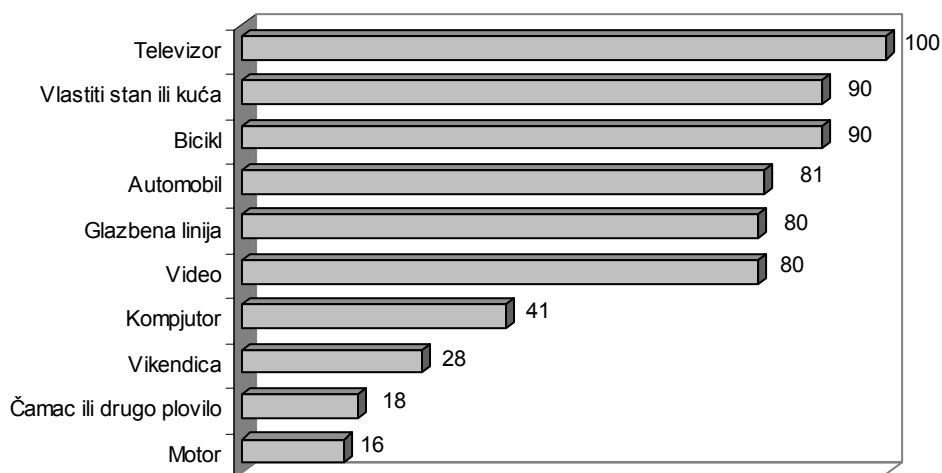
Pokazala se i značajna povezanost pohađanja vrtića i kasnijeg uspjeha u školi. Najbolji uspjeh imaju djeca koja su pohađala vrtić. Bolji je uspjeh djece koju su prije škole čuvali djed ili baka od onih koje je čuvao jedan od roditelja, što je vrlo zanimljiv podatak.

Posjedovanje dobara

Bitan aspekt socioekonomskog statusa u društvu je i posjedovanje određenih dobara u domaćinstvu: pokretnina i nekretnina. U našem istraživanju tome su posvećena dva pitanja.

U grafikonu 3 prezentirano je koliko određenih stvari posjeduju obitelji naših ispitanika.

Grafikon 3: Posjedovanje pokretnina i nekretnina (%)



Vidljivo je da gotovo sva domaćinstva posjeduju televizor, u vrlo visokom postotku vlastiti stan ili kuću, bicikl, zatim video-rekorder, glazbenu liniju²¹ i

²¹ Prema istraživanju *Human Development Report* broj radio aparata na 1000 stanovnika najveći je u SAD (2122), Australiji (1291) i na Bermudima (1270). U Europi na prvom mjestu je Danska (1036), pa Monaco (1016) i Finska (1003). Od tranzicijskih zemalja vodeća je Ukrajina

automobil. U usporedbi s rezultatima iz istraživanja *Vjera i moral u Hrvatskoj* koje je 1997. proveo Teološki fakultet u Zagrebu (postavljeno je gotovo isto pitanje), naši postoci su nešto viši²² (naročito što se tiče posjedovanja stana ili kuće, automobila, glazbene linije, video rekordera, vikendice, čamca i naročito kompjutora)²³. To se može tumačiti specifičnošću istraživane populacije u našem uzorku. Naši ispitanici su školska djeca, dakle, oni žive isključivo u formiranim domaćinstvima s roditeljima koji pripadaju radno aktivnom dijelu populacije u mlađim srednjim godinama, dok je u uzorku Teološkog fakulteta zastupljena opća populacija zbog čega je razumljivo da su postoci nešto niži. Isto tako, u usporedbi s istraživanjem provedenim na uzorku zagrebačkih srednjoškolaca, postoci posjedovanja dobara koja ukazuju na viši materijalni standard, nešto su niži.²⁴

I ovo pitanje ukršteno je s nezavisnim varijablama (tablica 3).

(812), a zatim Moldavija (679), Latvija (662), Češka (631) i Mađarska (625). Hrvatska prema ovom istraživanju ima samo 261 radio aparat na tisuću stanovnika, što je malo neobičan podatak (Carlsson; Von Feilitzen, 1998).

²² To istraživanje je pokazalo, naime, da televizor ima 94%, stan 68%, automobil 65%, video rekorder 56%, a glazbenu liniju 42% ispitanika.

²³ Po podacima istraživanja *Human Development Report* iz 1997. najviše kompjutora na sto stanovnika, imaju SAD (30), Švicarska (29) i Australija (22). Od europskih zemalja iza Švicarske (29) slijede Danska (19) i Norveška (19), pa Švedska (17), Finska (16) i Nizozemska (15). Od tranzicijskih zemalja Češka ima 3 kompjutora na 100 stanovnika, Mađarska isto 3, Poljska 2, Rusija 1 a Ukrajina 0. Za ostale tranzicijske zemlje podaci nisu bili dostupni (Carlsson; Von Feilitzen, 1998).

²⁴ Prema istraživanju koje je provela V. Mandarić (2000) na uzorku od 904 zagrebačka srednjoškolca, televizor posjeduje 99%, kompjutor 50%, vikendicu 48%, automobil 84%, video rekorder 85%, glazbenu liniju 78% i čamac 8% ispitanika.

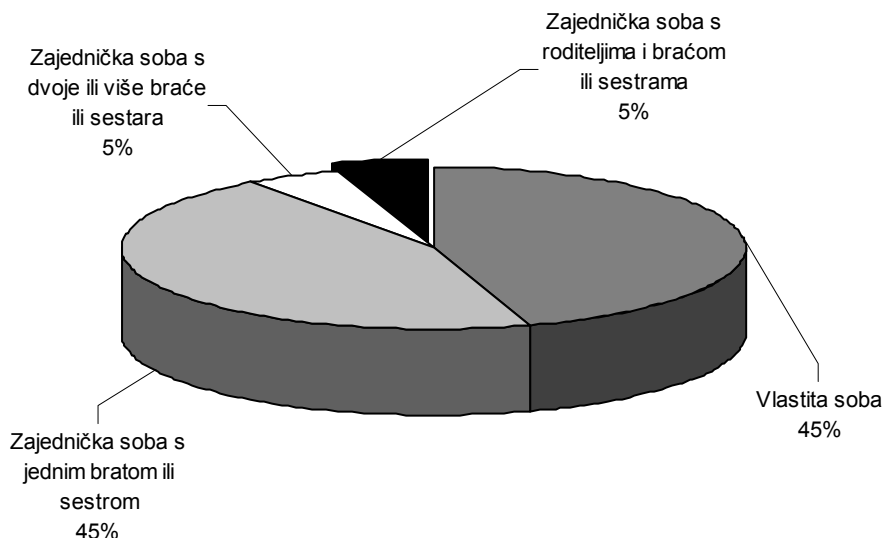
Tablica 3 Posjedovanje nekretnina i pokretnina s obzirom na sociodemografska obilježja ispitanika (%)

Sociodemografska obilježja	Kompjutor	Automobil	Vikendica
<i>Mjesto stanovanja</i>	$\chi^2 = 95,05$		$\chi^2 = 105,10$
Veliki grad	64,3		50,7
Mali grad	30,0		17,3
Selo	32,3		20,0
<i>Obrazovanje oca</i>	$\chi^2 = 149,35$	$\chi^2 = 53,92$	$\chi^2 = 65,16$
Osnovna škola	6,4	57,7	9,0
KV i VKV	29,3	77,4	19,5
Srednja škola	38,0	82,6	29,2
Viša/visoka škola	70,0	92,4	45,6
<i>Obrazovanje majke</i>	$\chi^2 = 163,60$	$\chi^2 = 58,15$	$\chi^2 = 58,10$
Osnovna škola	14,5	67,5	11,9
KV i VKV	26,4	70,1	21,3
Srednja škola	38,7	85,8	27,8
Viša/visoka škola	72,4	91,6	44,8
<i>Zaposlenost roditelja</i>	$\chi^2 = 40,27$	$\chi^2 = 38,11$	
Oboje zaposleni	62,7	55,0	
Jedan zaposlen	31,6	36,7	
Oboje nezaposleni	5,6	8,3	
<i>Školski uspjeh</i>	$\chi^2 = 75,19$		
Dobar	24,9		
Vrlo dobar	37,3		
Odličan	58,7		
UKUPNO	41,2	81,2	28,4

Nije pronađena nikakva statistički značajna veza između posjedovanja televizora, glazbene linije, bicikla, posjedovanja stana ili kuće i nezavisnih varijabli.

U kontekstu posjedovanja stana ili kuće (90% ispitanika) treba komentirati i pitanje o tome da li ispitanici imaju vlastitu sobu koju sami koriste (grafikon 4).

Grafikon 4: Posjedovanje vlastite sobe



Gotovo jednak broj ispitanika ima vlastitu sobu ili je dijeli s jednim bratom ili sestrom. Dakle, ispitanici u prosjeku, bar prema ovom indikatoru, žive u dobrim stambenim okolnostima.²⁵ Ukrstili smo i to pitanje s nezavisnim varijablama. Nije pronađena statistički značajna povezanost nezavisnih varijabli i posjedovanja vlastite sobe. Drugim riječima, ni broj članova obitelji, ni tip obitelji, ni obrazovanje, ni zaposlenost roditelja, ne utječu na razlike u posjedovanju vlastite sobe. Usto, i u selu i u gradu ispitanici podjednako imaju vlastitu sobu.

Posjedovanje preostalih dobara: motora, čamca ili nekog drugog plovila, kompjutera i vikendice upućuje na viši materijalni standard obitelji ispitanika.

Mali broj domaćinstava ispitanika posjeduje motor, čamac ili neko drugo plovilo. Dok kod motora nije nađena značajna razlika s obzirom na posjedovanje, kod posjedovanja čamca ili nekog drugog plovila, ustanovljene su statistički donekle značajne razlike. Očekivano je da postoji visoka korelacija između obrazovanja roditelja i posjedovanja dobara. Tako od 18% domaćinstava ispitanika koji posjeduju čamac najviše njih živi u velikom gradu i najviše ih je s višim i visokim obrazovanjem oba roditelja, što je i očekivano, jer

²⁵ U Sloveniji, na uzorku od 1687 ispitanika (učenika osmih razreda osnovnih škola), čak 74% ima vlastitu sobu, a samo 5% nema niti svoju sobu niti svoj prostor (Rener, 2000).

posjedovanje plovila pretpostavlja viši životni standard. Međutim, tim rezultatima treba pristupiti s izvjesnom rezervom, jer oko trećine naših ispitanika živi u priobalnom području, zbog čega se može pretpostaviti da su oni motiviraniji za posjedovanje plovila a što je često povezano i s poslom (ribarstvo, turizam).

Što se tiče automobila, kojeg posjeduje 81% domaćinstava ispitanika, pokazalo se da malo domaćinstava roditelja s osnovnom školom ima automobil, a ostale obrazovne kategorije imaju ga podjednako. Isto tako, automobil najčešće posjeduju domaćinstva u kojima su oba roditelja zaposlena, a najrjeđe (mada još uvijek u značajnom postotku) domaćinstva u kojima su oba roditelja nezaposlena.

Najznačajnije razlike ustanovljene su kod ukrštanja posjedovanja kompjutora s nezavisnim varijablama (tablica 3).

Vrlo su značajne razlike u posjedovanju kompjutora s obzirom na rezidencijalni status ispitanika. Najčešće ga posjeduju ispitanici iz velikog grada, upola manje obitelji iz malog grada, dok su seoske obitelji između.

Naročito je značajna razlika u posjedovanju kompjutora s obzirom na stupanj obrazovanja oca, a još značajnija s obzirom na stupanj obrazovanja majke. Dvostruko je više obitelji u kojima očevi imaju više i visoko obrazovanje, a posjeduju kompjutor, od obitelji u kojima očevi imaju srednju školu, a posjeduju kompjutor. Obitelji u kojima očevi imaju osnovnu školu gotovo da i nemaju kompjutor. Razlika je kod majki još značajnija. Obitelji majki s višim i visokim, ali i srednjim obrazovanjem u velikom postotku posjeduju kompjutor.

Djeca iz obitelji gdje su oba roditelja zaposlena najčešće imaju kompjutor, dok se s nezaposlenošću roditelja drastično smanjuje i broj kompjutora. Tako, u obiteljima gdje je zaposlen samo jedan roditelj, dvije trećine djece nemaju kompjutor, a u obiteljima gdje su oba roditelja nezaposlena tek svaki dvadeseti učenik posjeduje kompjutor.

Posjedovanje kompjutora značajno je povezano i s uspjehom u školi. Što je bolji uspjeh ispitanici češće imaju kompjutor. To upućuje na veću motiviranost djece i roditelja za nabavku kompjutora. Osim toga, ukrštanje varijabli uspjeh u školi i obrazovanje roditelja pokazalo je da bolji uspjeh imaju djeca

obrazovanijih roditelja, koji imaju i veće materijalne mogućnosti za nabavku kompjutora.

Kod posjedovanja vikendice potvrđena je korelacija između te nekretnine i obrazovanja oca. Što je viši stupanj obrazovanja oca, češća je vikendica u vlasništvu obitelji, što je i očekivano, jer se pretpostavlja da viši stupanj obrazovanja donosi veća primanja (što kod nas, doduše, i nije uvijek slučaj).

Posjedovanje vikendice povezano je i s rezidencijalnim statusom ispitanika. Vrlo je visok stupanj razlike između domaćinstava ispitanika iz velikog grada u odnosu na mali grad i selo. Obitelji iz velikog grada znatno češće imaju vikendice od onih iz malog grada i sela.

2.2. Interpersonalna komunikacija

Komunikacija je proces kroz koji ljudi jedni drugima prenose ideje, informacije, stavove, vjerovanja i slično. Svaka socijalna interakcija uključuje komunikaciju.

Zahtjevi dobre komunikacije su: potreba da oba sudionika budu iskreno uključena u komunikaciju, da znaju slušati jedan drugog, da pokažu poštovanje prema stajalištima sugovornika, da pokažu volju na obje strane za davanje i primanje i da je za svaku osobu uključenu u komunikaciju predviđena podjednaka količina vremena (Sypher; Applegate, 1984). Spomenute pretpostavke komunikacije osobito su važne kad se radi o komunikaciji djece i odraslih. Najčešći razlozi zbog kojih komunikacija između djece i odraslih ne uspijeva su sljedeći: kada jedna osoba nameće svoje stavove, a da ne uzima u obzir stavove druge strane, kada jedna strana nije voljna slušati što druga želi reći i kada jedna strana patronizira i ismijava drugu (u komunikaciji između djece i odraslih to su obično odrasli).

Uvjeti dobre komunikacije (iskrena nakana za razgovorom, tolerantnost, strpljivost i uzajamno uvažavanje) često se dovoljno ne uvažavaju u interakcijama, osobito kada su u pitanju dvije različite generacije. Dapače, često se javljaju spomenute antipretpostavke dobre komunikacije (netolerantnost, podcjenjivanje i patroniziranje), osobito u razgovorima mlađih i starijih (djece i roditelja, djece i nastavnika). Bar su tri moguća tipa odnošenja prema djeci (i

adolescentima) u procesu interakcije u svakodnevnom obiteljskom životu: *autokratski* – kada roditelji izdaju naredbe i traže bezuvjetnu poslušnost; *demokratski* – kada roditelji nude objašnjenja za postojeća pravila i zahtjeve; *permisivni* – kada roditelji ne daju nikakve ograde i objašnjenja djetetu, o tome koji je poželjan oblik ponašanja i koje su želje i prioriteta roditelja, što rezultira nedostatkom kriterija potrebnih za reguliranje djetetova ponašanja (Elder, 1963)²⁶. Oblik komunikacije između djece i roditelja u kojem je roditelj (demokratski) partner najviši je oblik uspješne komunikacije. On pretpostavlja otvoren međusobni odnos koji nije opterećen taštinom i autoritarnošću, već ga odlikuje interakcijski proces zbližavanja s obje strane (Itković, 1995:579). Prijateljski odnos između roditelja i djece faktor je prevencije neželjenog ponašanja i put do lakšeg rješavanja bilo kojeg problema. Isto tako, neriješeni problemi i tabu teme mogu biti izvor nesporazuma, što udaljuje djecu od roditelja i upućuje ih da odgovor na pitanja ili rješenje svog problema traže izvan obiteljskog okruženja.

Ovo istraživanje nije imalo za cilj utvrđivanje kvalitete komunikacije između djece i roditelja (mada bi ono bilo itekako poželjno). Ciljevi su bili utvrditi hijerarhijsku strukturu tema i razinu komunikacije (učestalost razgovora) ispitanika na dvije osnovne razine: s prijateljima i prijateljicama te s roditeljima (majkom i ocem).

Komunikacija s prijateljima i prijateljicama

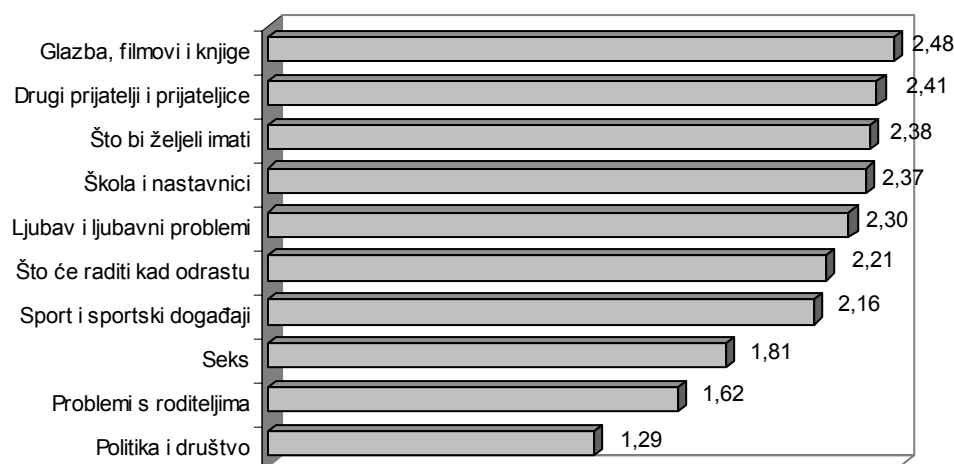
O značenju prijateljstva i druženja među vršnjacima puno je rečeno u istraživanjima mladih. Prijateljstva koja se u toj dobi uglavnom razvijaju između pripadnika istog spola vrlo su važan agens socijalizacije djece i mladih. Proces odrastanja i osamostaljivanja u odnosu na obitelj apostrofira značenje vršnjačkih skupina, što je već spomenuto u prethodnom tekstu. Neki istraživači iz devedesetih smatraju da je to značenje precijenjeno u odnosu na značenje

²⁶ V. Erlich (1964) slično određuje tri glavna tipa roditeljskog odnošenja prema djeci u Hrvatskoj: patrijarhalni (česta upotreba fizičke kazne i komandnog stila, apsolutna moć najstarijeg muškarca koji određuje kazne i vlada upotrebom sile); demokratski – roditelji koriste osvješćivanje i urazumljivanje da pridobiju djecu za modifikaciju ponašanja u skladu s normama obitelji i društva; spontano orijentirani – roditelji ne primjenjuju stroga načela i često donose neočekivane i nedosljedne odluke.

obitelji, osobito roditelja, čemu istraživanja mladih nisu posvećivala dovoljno pozornosti (Rener, 2000:113). U isto vrijeme, T. Rener tvrdi da slovenski podaci pokazuju da mladi vrlo cijene prijateljstvo, koje je uz zdravlje na vrhu hijerarhijske ljestvice njihovih vrijednosti. Istraživanje mladih u Hrvatskoj pokazalo je također visoku poziciju prijateljstva u razdoblju kada je na djelu proces osamostaljivanja od roditelja.²⁷

U grafikonu 5 prikazana je hijerarhija tema u razgovoru ispitanika s prijateljima i prijateljicama. Ispitanici su samoprocjenu deset ponuđenih tema izvršili na trostupanjskoj ljestvici intenziteta (3=često, 2=ponekad, 1=nikada). Zbog ekonomičnosti, ali i zbog boljeg uvida u strukturiranje tema razgovora na spomenutim razinama, korištena je faktorska analiza i analiza varijance.²⁸

Grafikon 5: Teme razgovora s prijateljima i prijateljicama (prosječne vrijednosti)



Ispitanici su najzainteresiraniji za teme koje čine bit njihova druženja (glazba, filmovi, knjige, prijatelji, škola i nastavnici, ljubav, što nemaju a željeli bi imati). Srednje su zainteresirani za teme sporta i vlastite budućnosti, a najmanje

²⁷ Radi se o već spomenutom istraživanju *Vrijednosni sustav mladeži i društvene promjene u Hrvatskoj* (1999) Instituta za društvena istraživanja u Zagrebu.

²⁸ Isti postupak primijenjen je i u analizi komunikacije ispitanika s majkom i ocem.

za teme seksa, eventualnih problema s roditeljima te politike i društva. Dok je razumljivo da u toj dobi nisu zainteresirani za politiku i događanja u društvu, pa ni za seks (jer je polovina ispitanika još u stadiju kasnog djetinjstva), neobično je da u kontekstu drugih interakcijskih tema kao što su prijateljstvo i ljubav, ne razgovaraju više o problemima koje imaju u odnosima s roditeljima, tim više što se radi o godinama kada se javlja kritičnost i potreba za propitivanjem odnosa s drugim ljudima.

Tablica 4: Teme razgovora s prijateljima i prijateljicama

Faktori	Teme
Faktor I (17.9% zaj. varijance) <i>Teme iz svakodnevnog života</i>	.680 Glazba, filmovi i knjige .657 Što će raditi kad odrastu .608 Što bi voljeli imati .509 Škola i nastavnici
Faktor II (16.6% zaj. varijance) <i>Emocionalni aspekti odrastanja</i>	.785 Ljubav i ljubavni problemi .600 Problemi s roditeljima .586 Drugi prijatelji i prijateljice
Faktor III (13,3% zaj. varijance) <i>Muške teme</i>	.762 Sport i sportski događaji .627 Seks .526 Politika i društvo

Rezultati faktorske analize (tablica 4) pokazali su kako se strukturiraju teme iz razgovora s prijateljima i prijateljicama. Proizvedena su tri faktora prvog reda (koji pokrivaju 47.8% ukupne varijance).

Prvi faktor je nazvan *teme iz svakodnevnog života*, jer ga konstituiraju različite teme koje su tipične za svakodnevnicu djece i mladih (glazba, film, knjige, aspiracije za budućnost, škola i nastavnici, što bi sve željeli imati). To su ujedno i najzastupljenije teme razgovora.

Drugi faktor je nazvan *emocionalni aspekti odrastanja*, a konstituiraju ga tri teme koje zaokupljaju djecu i mlade u razdoblju odrastanja – ljubav i ljubavni problemi, problemi s roditeljima i odnosi s prijateljima.

Treći faktor je nazvan *muške teme*, a uključuje teme koje su u tradicionalističkom mentalnom sklopu rezervirane za muškarce - seks, sport i politika.

Tablica 5: Statistički značajne razlike u zastupljenosti tema razgovora s prijateljima i prijateljicama

Sociodemografska obilježja	Teme iz svakodnevnog života	Emocionalni aspekti odrastanja	Muške teme
<i>Razred</i>	<i>F-omjer=13,46</i>	<i>F-omjer=20,72</i>	
Peti	+	-	
Šesti	0	-	
Sedmi	-	+	
Osmi	-	+	
<i>Spol</i>	<i>F-omjer=27,42</i>	<i>F-omjer=56,60</i>	<i>F-omjer=387,97</i>
Muški	-	-	+
Ženski	+	+	-

Legenda: – ispod zajedničkog prosjeka; 0 u zajedničkom prosjeku; + iznad zajedničkog prosjeka

Analiza varijance (tablica 5) pokazala je da je spolna pripadnost dominantna determinanta interesa za teme razgovora s prijateljima i prijateljicama, kod sva tri ekstrahirana faktora. Djevojčice, i to osobito one mlađe, iz petog, nešto manje iz šestog razreda, zainteresirane su više nego dječaci za razgovor s prijateljima o školi i nastavnicima, o tome što će biti kad odrastu, što bi željele imati, o svijetu poznatih. Nasuprot tome, djevojčice iz sedmih i osmih razreda više su zaokupljene emocionalnim problemima odrastanja u odnosu na djevojčice petih i šestih razreda, ali i u odnosu na dječake, što je također objašnjivo fenomenom sazrijevanja koji otvara nova područja (pitanja) koja su najčešće usmjerena na vlastitu osobnost i iz te osviještene točke, na odnose s drugima. Analiza varijance potvrdila je da zaista postoje muške teme. Za teme seksa, sporta i politike izrazito su zainteresirani dječaci. Kod trećeg faktora spol je i jedini čimbenik diskriminacije.

U suvremenim društvima i danas se ženama i muškarcima pripisuju određene različite psihosocijalne osobine, obrasci ponašanja i interesi. Pretpostavlja se da su te razlike svojstvene razlikama u prirodi spolova pa se tako ženama pripisuje pasivnost, emocionalnost, plašljivost, brižnost..., a muškarcima aktivnost, racionalnost, hrabrost, snaga (Baranović, 2000). Kada se dobiveni rezultati promatraju integralno može se konstatirati da izbor tema

diferencira ispitanike prema spolu.²⁹ Javlja se dihotomizacija tema koja već u ovoj dobi upućuje na stereotipne muške i ženske osobine. Postoje muške i ženske teme. Unutar ženskih tema postoje teme za mlađe (Faktor I) i teme za starije djevojčice (Faktor II). Ali sve ženske teme su emocionalne prirode: ljubav, prijateljstvo, maštanje (što bi željele imati, što će biti kad odrastu). Kod dječaka takvih podjela nema. Dob nema utjecaja na izbor tema. Muške teme su seks, sport i politika. Dominacija utjecaja spola pri izboru tema razgovora s prijateljima i prijateljicama upućuje na prisutnost i opstojnost patrijarhalnog modela socijalizacije ispitanika. Odsustvo utjecaja dobi kod dječaka može upućivati na to da se tradicionalne i patrijarhalne vrijednosti rano usvajaju u obitelji i da na njih bitno ne djeluju situacijske okolnosti (rezidencijalni status, obrazovanje roditelja, tip obitelji, uspjeh u školi...). One samo učvršćuju postojeće razlike, nastale u procesu socijalizacije. Na drugom mjestu je dob. Sva ostala sociodemografska obilježja nemaju nikakvog utjecaja na izbor tema razgovora s prijateljima i prijateljicama.

Komunikacija s roditeljima

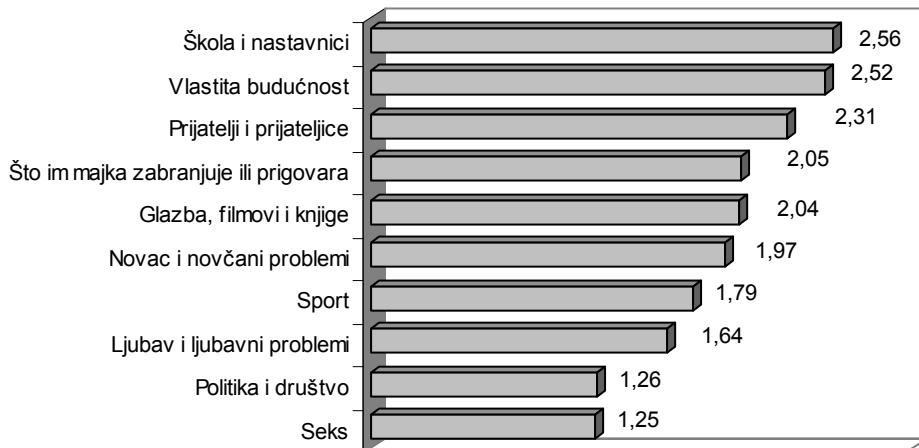
U ispitivanju komunikacije ispitanika s majkom i ocem kao indikatori korištene su jednake varijable kao i pri ispitivanju tema razgovora s prijateljima i prijateljicama. Pritom je tek tema razgovora o roditeljima preformulirana u temu o tome što ispitanicima majka ili otac zabranjuju ili prigovaraju, a tema o tome što bi željeli imati u temu o novcu i novčanim problemima.

Grafikon 6 pokazuje rang tema u razgovorima ispitanika s majkom. Ponuđeni odgovori su gradirani u rasponu od 3=često do 1=nikada.³⁰

²⁹ Analiza udžbenika hrvatskog jezika u osnovnim i srednjim školama pokazala je "da se u strukturi vrijednosnog sustava ženskih likova nalaze i vrijednosti koje se tradicionalno pripisuju ženama i analogno, u strukturi vrijednosnog sustava muških likova vrijednosti koje se tradicionalno pripisuju muškarcima". Ti nalazi upućuju "da vrijednosnu strukturu muških i ženskih likova, osim prisustva općih društveno poželjnih, također karakterizira i stereotipna diferencijacija vrijednosti po spolu" (Baranović, 2000:100).

³⁰ Isti stupnjevi upotrijebljeni su i u ispitivanju komunikacije ispitanika s ocem.

Grafikon 6: Teme razgovora s majkom (prosječne vrijednosti)



Najčešće teme razgovora s majkom su one svakodnevne, uobičajene - škola i nastavnici, budućnost, prijatelji i prijateljice. Srednje su zastupljene teme glazba, film, knjige, novac i novčani problemi, zabrane i prigovori roditelja. Vidljivo je da ispitanici, osim što malo razgovaraju s prijateljima o roditeljima, malo razgovaraju i s roditeljima o problemima koji se tiču baš njihovih uzajamnih odnosa (novčani problemi i zabrane). S majkama ispitanici najrjeđe razgovaraju o seksu, ljubavi i politici i društvu (ali i o sportu).

Kako se teme razgovora s majkom strukturiraju pokazuje faktorska analiza (tablica 6). Jedino su u ovom slučaju dobivena četiri faktora.

Tablica 6: Teme razgovora s majkom

Faktori	Teme
Faktor I (18.2% zaj.varijance) <i>Svakodnevne teme</i>	.734 Škola i nastavnici .685 Vlastita budućnost .633 Prijatelji i prijateljice
Faktor II (15.6% zaj. varijance) <i>Ljubav i seks</i>	.821 Seks .818 Ljubav i ljubavni problemi
Faktor III (13.8% zaj.varijance) <i>Novac i zabrane</i>	.741 Novac i novčani problemi .738 Zabrane i prigovori majke
Faktor IV (12.8% zaj. varijance) <i>Sport, politika i zabava</i>	.773 Sport .574 Politika i društvo .548 Glazba, filmovi i knjige

Faktorskom analizom ekstrahirana su četiri faktora (koji pokrivaju 60% ukupne varijance). Prvi faktor nazvan je i ovdje *teme iz svakodnevnog života*. On obuhvaća niz tema koje okupiraju djecu i mlade i o kojima imaju potrebu razgovarati s roditeljima u svakodnevnoj komunikaciji – kao što su škola, budućnost i prijatelji. To su ujedno i najzastupljenije teme u komunikaciji s majkom, o kojima se razgovara usput, u kontekstu svakodnevnog funkcioniranja.

Drugi faktor nazvan je *ljubav i seks*, a konstituiraju ga upravo te dvije teme, za koje se može reći da su prave tabu teme, jer više od 50% ispitanika nikada s majkom ne razgovara o ljubavi, a skoro 80% nikada ne razgovara o seksu. Skalarni prosjeci pokazuju da se radi o najmanje zastupljenim temama razgovora s majkom.

Treći faktor nosi ime *novac i zabrane*, a čine ga dvije vrlo aktualne teme u životu djece i mladih danas. I to su teme koje su često kamen spoticanja između djece u ovoj dobi i roditelja.

Sport, politika i zabava (glazba, filmovi, knjige) naziv je četvrtog faktora kojeg konstituiraju tri spomenute teme. Pretpostavka za razgovor o glazbi, filmovima i knjigama je prije svega ista “valna dužina” između djece i roditelja, da roditelji nešto znaju (čitaju, slušaju, gledaju) o tome što zanima njihovu djecu. Dakle, potreban je veći angažman roditelja i odvajanje više vremena za djecu. Učestaliji razgovori o tim temama upućuju na viši stupanj komunikacije i pretpostavljaju postojanje dijaloške atmosfere u obitelji.

Teme iz zadnja dva faktora osrednje su zastupljene.

Tablica 7: Statistički značajne razlike u zastupljenosti tema razgovora s majkom

Sociodemografska obilježja	Svakodnevni život	Ljubav i seks	Sport, politika i zabava	Novac i zabrane
<i>Razred</i>			<i>F-omjer=8,52</i>	<i>F-omjer=17,79</i>
Peti			+	-
Šesti			+	-
Sedmi			-	+
Osmi			-	+
<i>Spol</i>	<i>F-omjer=52,36</i>	<i>F-omjer=29,24</i>	<i>F-omjer=26,69</i>	
Muški	-	-	+	
Ženski	+	+	-	
<i>Školski uspjeh</i>	<i>F-omjer=14,67</i>			
Dobar	-			
Vrlo dobar	0			
Odličan	+			

Legenda: – ispod zajedničkog prosjeka; 0 u zajedničkom prosjeku; + iznad zajedničkog prosjeka

Rezultati analize varijance (tablica 7) pokazuju na osnovi kojih se obilježja ispitanici uzajamno diferenciraju u pogledu sklonosti određenim temama.

Samo su dva bitna faktora diskriminacije kod prvog faktora – spol i školski uspjeh. Konkretno, djevojčice više nego dječaci razgovaraju s majkama o svakodnevnim temama. Na razgovor se češće odlučuju odlični nego vrlo dobri, a naročito dobri učenici.

I kod drugog faktora, o temama ljubavi i seksa, djevojčice više nego dječaci razgovaraju s majkama, mada i one, što treba naglasiti, vrlo rijetko, naročito kada je u pitanju seks.

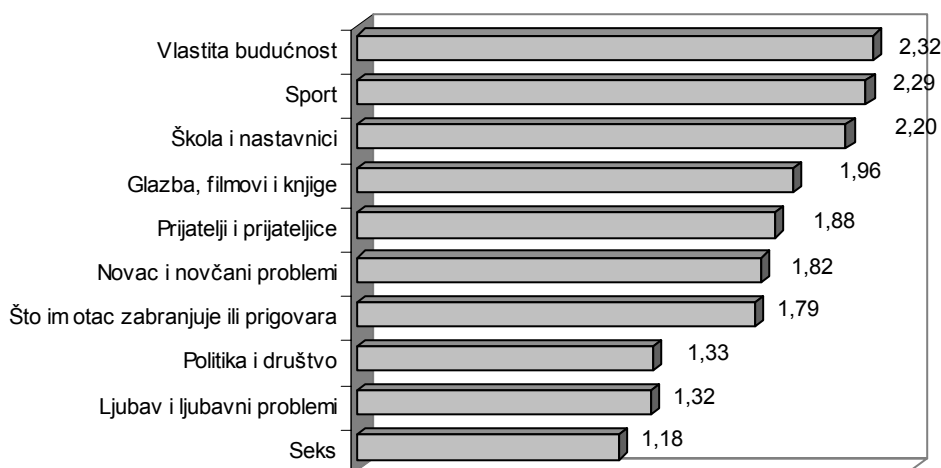
Kod trećeg faktora samo je jedan diskriminativni element – dob. Dakle, dječaci i djevojčice sedmog i osmog razreda puno više razgovaraju o temama novca i zabrana s majkama, nego što to čine djevojčice i dječaci iz petog i šestog razreda. To ne iznenađuje jer su to godine prvih izlazaka, osvješćivanja vlastitog izgleda, što za sobom povlači i veće troškove iz obiteljskog fonda.

U četvrtom faktoru analiza varijance je pokazala da dječaci puno više od djevojčica razgovaraju s majkama o sportu, zabavi i politici (mada o politici vrlo malo). I to više dječaci nižih nego viših razreda (kao što je i očekivano, i tu dječaci pokazuju veći interes za sport koji je eminentno muška tema).

Ukratko, i u komunikaciji s majkom najdiskriminativnija su obilježja spol i dob. Diferencijacija na osnovi spola upućuje na dominaciju utjecaja socijalizacijskih procesa u obitelji (i u školi) u kojem su registrirane spolne razlike koje upućuju na razlike u sklonostima i preferencijama dječaka i djevojčica (djevojčice više zanimaju ljubavne teme, dječake sport), ali i u spolnosti kao kriteriju razgovora s roditeljima o određenim temama.

U grafikonu 7 prezentiran je rang tema u komunikaciji ispitanika s ocem.

Grafikon 7: Teme razgovora s ocem (prosječne vrijednosti)



Najčešće teme razgovora ispitanih učenika s ocem su sport, budućnost, škola i nastavnici. O svim ostalim temama ispitanici rijetko razgovaraju s ocem. Osrednje su zastupljene teme glazba, filmovi, knjige, prijatelji i prijateljice, zabrane i novčani problemi, a naročito rijetko razgovaraju o seksu, ljubavi te politici i društvu.

Tablica 8: Teme razgovora s ocem

Faktori	Teme
Faktor I (25.5% zaj.varijance) <i>Svakodnevne teme</i>	.757 Škola i nastavnici .756 Vlastita budućnost .685 Glazba, filmovi i knjige .668 Prijatelji i prijateljice .566 Sport
Faktor II (16.1% zaj. varijance) <i>Ljubav i seks</i>	.837 Seks .834 Ljubav i ljubavni problemi
Faktor III (15.2% zaj.varijance) <i>Novac i zabrane</i>	.735 Politika i društvo .641 Novac i novčani problemi .625 Zabrane i prigovori oca

Faktorska analiza (tablica 8) proizvela je tri faktora prvoga reda (koji pokrivaju 56.9% ukupne varijance).

Prvi faktor, naziva *teme iz svakodnevnog života*, konstituira nekoliko tema koje karakteriziraju svakodnevne interese djece i mladih – škola i nastavnici, budućnost, glazba, film, knjige, prijatelji i sport. To su uglavnom i najzastupljenije teme u razgovorima s ocem.

Drugi faktor, pod nazivom *ljubav i seks*, konstituira te dvije teme, inače najrjeđe prisutne u razgovorima s ocem. Preko 70% ispitanika, naime, nikada s ocem ne razgovara o ljubavi, a skoro 90% nikada ne razgovara o seksu.

Novac i zabrane naziv je trećeg faktora, a čine ga tri teme – novac i novčani problemi, roditeljske zabrane i politika i društvo.

Analiza varijance (tablica 9) pokazala da ima više sociodemografskih obilježja koja diskriminiraju ispitanike kod komunikacije s ocem nego u slučaju majke.

O svakodnevnim temama (faktor I) s ocem najviše razgovaraju ispitanici iz petog i šestog razreda (bez obzira na spol), djeca iz obitelji u kojoj su zaposlena oba roditelja i djeca koja imaju odličan uspjeh. Manje razgovaraju djeca iz sedmog i osmog razreda, iz obitelji gdje su oba roditelja nezaposlena i djeca s dobrim uspjehom.

Tablica 9: Statistički značajne razlike u zastupljenosti tema razgovora s ocem

Sociodemografska obilježja	Svakodnevne teme	Ljubav i seks	Novac i zabrane
<i>Razred</i>	<i>F-omjer=11,23</i>		<i>F-omjer=17,27</i>
Peti	+		-
Šesti	+		-
Sedmi	-		+
Osmi	-		+
<i>Spol</i>		<i>F-omjer=62,88</i>	
Muški		+	
Ženski		-	
<i>Zaposlenost roditelja</i>	<i>F-omjer=9,25</i>		
Oboje zaposleni	+		
Jedan zaposlen	0		
Oboje nezaposleni	-		
<i>Školski uspjeh</i>	<i>F-omjer=10,61</i>		
Dobar	-		
Vrlo dobar	0		
Odličan	+		

Legenda: – ispod zajedničkog prosjeka; 0 u zajedničkom prosjeku; + iznad zajedničkog prosjeka

Mada o ljubavi i seksu djeca vrlo malo razgovaraju s očevima, kada to i čine, ipak više razgovaraju dječaci, nego djevojčice, a s majkama, kao što smo vidjeli, više djevojčice, nego dječaci.

Kod trećeg faktora pokazalo se slično kao i u prethodnom pitanju. Djeca iz sedmog i osmog razreda više su okupirana tim temama, jer su njima izlasci koji su povezani s novčanim troškovima puno važniji nego djeci iz petih i šestih razreda.

S ocem se inače malo razgovara. U razgovorima s ocem najdiskriminativniji faktor nije spol, nego dob, a po jedanput se javljaju i obilježja zaposlenosti roditelja i uspjeha u školi.

Nalazi o interpersonalnoj komunikaciji ispitanika dosljedno su pokazali da na svim razinama komunikacije, u obitelji i izvan nje, postoji podjela po spolu, što je jedan od pokazatelja ukorijenjenog tradicionalnog i patrijarhalnog mentaliteta u obiteljima. O tome svjedoči više rezultata.

U razgovoru između roditelja i djece postoje tabu teme, a to su prije svega ljubav i seks.

One postoje u većini obitelji, bez obzira na njihove sociodemografske karakteristike: rezidencijalni status, obrazovanje roditelja, zaposlenost i tip obitelji.

Da je seks tabu tema u obiteljima ilustrira i činjenica da se o njemu relativno malo razgovara i s prijateljima i prijateljicama (43% ispitanika nikada ne razgovara o seksu s prijateljima i prijateljicama). U vrijeme odrastanja kada je stav prema drugom spolu i seksu bitan za formiranje zdrave osobe (taj stav uvelike utječe na kasniji odnos osobe prema spolnosti), o seksu nikada s djecom ne razgovara čak 87% očeva i 80% majki. Čak i o ljubavi, što je vrlo važno za emocionalni razvoj djeteta u toj dobi i, dalekosežno, za emocionalni razvoj osobe, s majkom nikada ne razgovara 52% djece, a s ocem čak njih 75%.

Odgovore na pitanja o tabu temama koji su vrlo važni u razdoblju odrastanja djeca u većini slučajeva ne dobivaju u obitelji, već negdje drugdje (najčešće u elektroničkim i tiskanim medijima).

Nekom vrstom tabu teme pokazala se i tema razgovora o roditeljima, o čemu čak 49% ispitanika nikada ne razgovara s prijateljima i prijateljicama.

Uloge u obitelji podijeljene su na muške i ženske³¹ – rezultati i ovog istraživanja pokazuju da se majke više bave djecom i stoga im pripada i više razgovora s njima. U studijama obiteljske komunikacije došlo se do zaključka da spol roditelja utječe na to kako će tretirati adolescente. Majke su aktivnije u dječjem životu, očevi su znatno manje uključeni. Majke su pristupačnije, prijateljskije i više zainteresirane za životne probleme djece nego što su to očevi (Heaven, 1994). I naši rezultati su pokazali da djeca u prosjeku više razgovaraju s majkom nego s ocem.

Kad se već razgovara o tabu temama onda se zna tko je zadužen za koga – djevojčice češće razgovaraju s majkama, a dječaci s očevima.

³¹ U društvu je prihvaćeno mišljenje da je obitelj i briga za obitelj primarno žensko područje, da je žena ta koja treba "čuvati ognjište" (Baranović, 2000:37) I udžbenici književnosti za osnovne škole i gimnazije, prema spomenutoj analizi, transferiraju socijalizacijski obrazac žene kao majke.

Postojanje izrazito muških i ženskih tema također je dijelom proizvod patrijarhalne obitelji u kojoj se uloge gotovo i ne preklapaju.

Uz podjelu na muške i ženske teme, postoji i tradicionalna podjela na svijet odraslih i svijet djece – odrasle i dječje teme. U teme za odrasle tako spada politika, događanja u društvu i slično, što objašnjava zašto se sveprisutnost politike u svakoj porici života ne odražava i u komunikaciji djece s roditeljima. Bez obzira na rezidencijalni status i obrazovanje roditelja, s ispitanicima o tim temama nikada ne razgovara 79% majki i 75% očeva (ipak nešto više očeva jer politika je ipak muška tema).

Može se zaključiti da je orijentacija roditelja naših ispitanika više nedijaloška nego dijaloška: naime, postoje teme koje ni u kojem slučaju nisu zabranjene i koje su jako važne za zdrav emocionalni razvoj djece (glazba, filmovi, knjige), a o kojima se vrlo malo razgovara – gotovo trećina ispitanika nikada o tome ne razgovara s ocem, a petina s majkom.

Nedijaloška orijentacija roditelja, bar što se tiče određenih tema, odražava se i na nedijalošku orijentaciju djece po istim temama – teme seksa i problema s roditeljima rjeđe su zastupljene u razgovorima s prijateljima mada se radi o temama koje u toj dobi zanimaju djecu.

Dijaloška orijentacija roditelja ne raste s porastom obrazovanja (bar što se tiče tabu tema), a što bi se moglo očekivati. To je svakako važan nalaz koji upućuje na dublje korijene nedostatno otvorenog dijaloga između djece i roditelja u suvremenom hrvatskom društvu.

3. Školski milje i obrazovne aspiracije

Već je rečeno da je škola jedan od glavnih agensa socijalizacije. Škola opstoji u konkretnom socijalno-povijesnom kontekstu koji je značajno obilježava. Obrazovni sadržaji u školi uvjetovani su, osim općim rezultatima razvoja temeljnih ljudskih znanja, i tradicijom i kulturom konkretnog društva. Svaka država se brine da škola prenosi vrijednosti i norme koje su u temelju društvenog života. No, i druge institucije mogu utjecati na rad škole. Primjer za to je znatan utjecaj Katoličke crkve u Hrvatskoj početkom devedesetih godina na sadržaj obrazovanja u javnim osnovnim i srednjim školama.

Izbor predloženih mogućih nastavnih predmeta, za koje smo pitali učenike, uklapa se u tezu o današnjem hrvatskom društvu kao predmodernom u tranziciji prema modernom, demokratskom društvu. S obzirom na prisutnost i snagu patrijarhalnog kulturnog nasljeđa u hrvatskom društvu, bilo je značajno vidjeti koliko ispitanici prihvaćaju moguće moderne predmete u nastavi (seksualni odgoj, zaštitu okoliša i odgoj za demokraciju), a koliko već postojeći, tradicionalni predmet (konfesionalni vjeronauk). Odnos prema postojećim i mogućim nastavnim predmetima propitivan je pomoću dva pitanja: pohađanja nastave vjeronauka i predmeta za koje učenici misle da ih treba uvesti u nastavu.

Odnos prema vjeronauku

Religija i religioznost kao jedan od načina čovjekova odnosa prema svijetu, kao jedan od mogućih odgovora na bitna pitanja čovjekove egzistencije i kao praktično–vrijednosna orijentacija u životu, integralni je i aktivni dio kulture. Kao i ostali oblici ljudskog duha, i religija je aktivni čimbenik svakog sociokulturnog miljea, stoga i razvoja duhovne i materijalne kulture. Veliki je broj praktičnih implikacija religije na ponašanje, kako religioznih ljudi i pripadnika određene religijske zajednice, tako i onih koji su izvan nje. Sve to upućuje na važnost upoznavanja mladih s religijskim fenomenom i kroz obrazovanje u školi. Posredovanje religijskih sadržaja u školama može biti ostvareno bar na dva načina: kao religiozna kultura (konfesionalni vjeronauk) ili kao religijska kultura, kao poseban predmet ili u sklopu ostalih predmeta (nastave materinjeg jezika, umjetnosti, povijesti...). Jedan od pokazatelja tradicionalne religioznosti je i pohađanje vjeronauka, koji je iz crkve u školu uveden kao izborni nastavni predmet devedesetih godina prošloga stoljeća, a u crkvi danas egzistira tek kao priprema za pristupanje sakramentima prve pričesti i krizme, u trećem i osmom razredu osnovne škole. Vjeronauk kao katehisis³² zapravo je “inicijacija i

³² Vjeronauk je dio vjerskog odgoja, koji se usvaja kroz socijalizaciju u obitelji. Prema podacima iz istraživanja *Religijske promjene i vrijednosti u Hrvatskoj*, 91% ispitanika iz Zagreba i zagrebačke regije smatra da je vjerski odgoj sastavni dio vjerske tradicije i da je potreban, 3% drži da je vjerski odgoj dio vjerskog i nacionalnog identiteta, a 80% da je roditeljska obveza, dok 91% ispitanika smatra da je vjeronauk obveza crkvene zajednice. Iako čak polovina ispitanika

vođenje katekumena u njihovom istinskom rastu i razvoju u vjeri (kultiviranje vjere). On treba biti konfesionalno koncipiran, ekumenski i dijaloški orijentiran” (Skledar, 2001:246). Konfesionalni vjeronauk postoji u mnogim europskim zemljama kao nastavni predmet u školama, s uglavnom dugom tradicijom, a i tranzicijske zemlje u većini su se odlučile za konfesionalni pristup religijskom fenomenu u nastavi. Samo rijetke postsocijalističke zemlje (Slovenija, na primjer) odlučile su se za moderniju i, društvu koje želi otvarati prostore demokracije, inherentniju varijantu posredovanja religijskih sadržaja. Dakle, suprotno od konfesionalnog vjeronauka, takva škola učenicima posreduje religijski neutralan, interdisciplinarni ili transdisciplinarni pristup svijetu različitih religija i svjetonazora. Sličnom pristupu sklon je i N. Skledar (2001), koji se zalaže za humanistički neideologizirani odgoj i izobrazbu, sukladno demokratskim pluralističkim zahtjevima i pravima, slobodi savjesti i vjeroispovijesti, koji dopuštaju i omogućuju slobodan izbor i određenje prema vjeri. Hrvatska se odlučila za konfesionalni vjeronauk kao izborni školski predmet.

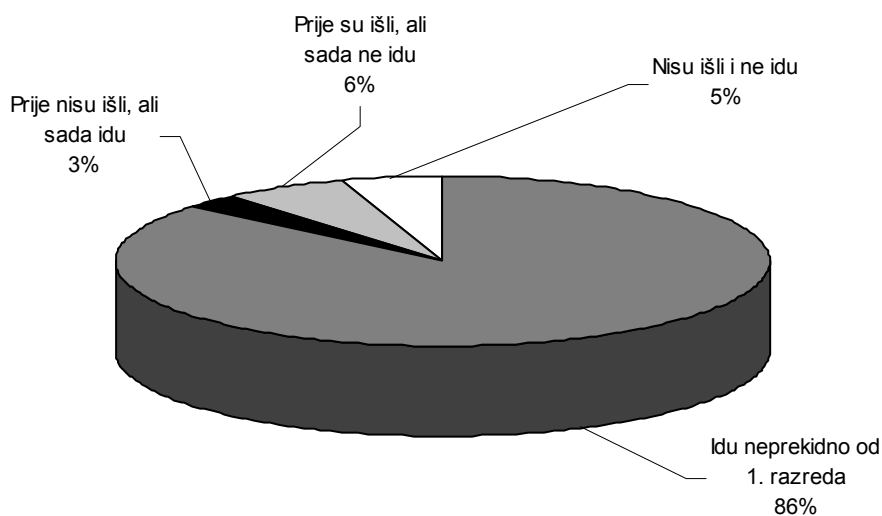
Kao indikatori odnosa prema vjeronauku u školi poslužile su dvije varijable: pohađanje školskog vjeronauka i stav prema vjeronauku kao školskom predmetu.

Iz grafikona 8 vidi se koliko učenika pohađa nastavu vjeronauka.

Rezultati pokazuju da vjeronauk u školi pohađa čak 89% ispitanih učenika. Treba spomenuti da je dvostruko više ispitanika koji su išli na vjeronauk a sada ne idu, od onih koji nisu išli a sada idu. Radi se, dakle, o blagoj, ali primjetnoj tendenciji odustajanja od nastave vjeronauka.

misli da vjeronauk nije obveza društvene zajednice niti škole, vjeronauk je pohađalo 87% ispitanika, a 58% svoju djecu šalje na vjeronauk (postotak bi bio i viši da nije 21% neoženjenih).

Grafikon 8: Pohađanje nastave vjeronauka



Varijablu pohađanja vjeronauka ukrstili smo sa svim nezavisnim varijablama (tablica 10).

Tablica 10: Pohađanje nastave vjeronauka s obzirom na sociodemografska obilježja ispitanika (%)

Sociodemografska obilježja	Pohađanje nastave vjeronauka		
	Pohađaju	Prije jesu, sada ne	Nikada nisu pohađali
<i>Mjesto stanovanja</i>	$\chi^2 = 78,77$		
Veliki grad	76,3	11,7	12,0
Mali grad	92,7	4,3	3,0
Selo	96,5	2,3	1,3
<i>Obrazovanje oca</i>	$\chi^2 = 32,937$		
Osnovna škola	90,9	6,5	2,6
KV/VKV	93,2	3,4	3,4
Srednja škola	92,1	4,9	3,0
Viša/visoka škola	80,2	9,5	10,3
UKUPNO	89,2	5,8	5,0

Pokazalo se da statistički značajna razlika u pohađanju vjeronauka postoji samo u pogledu rezidencijalnog statusa ispitanika i obrazovanje njihova oca. S obzirom na empirijski dokazanu činjenicu da je ruralni ambijent više okrenut tradiciji i tradicionalnom sustavu vrijednosti, a urbani ambijent više načinu života i sustavu vrijednosti suprotstavljenom tradicionalnim vrijednostima, ovi rezultati ne iznenađuju. Već je dobro poznata razlika s

obzirom na tip naselja u kojem pojedinci žive, tj. s obzirom na lokaciju na urbano–ruralnom kontinuumu (Vrcan, 1999). Budući da je pohađanje vjeronauka jedan od indikatora tradicionalne religioznosti, razumljivo je da se nepohađanje, pa i odustajanje od vjeronauka, događa u većoj mjeri u velikom gradu nego u selu. Među ispitanicima koji na vjeronauk idu neprekidno od prvog razreda najviše ih je u selu, a najmanje u velikom gradu. Među onima koji su išli na vjeronauk a više ne idu i među onima koji nikada nisu išli najviše je djece iz velikog grada, a najmanje iz sela.³³

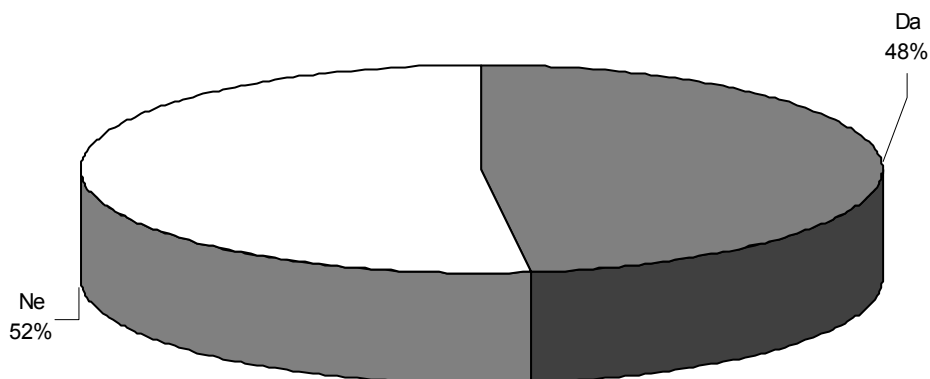
Pretpostavljeno je da će kritički odmak od crkve kao institucije i od vjeronauka kao školskog predmeta, biti češći kod obrazovanijih roditelja. Istraživanja ukazuju na linearnost odnosa obrazovanja i religioznosti³⁴. Udio religioznih u porastu je kako se smanjuje stupanj školske spreme i obrnuto, udio religioznih opada s porastom stupnja stručne spreme. To donekle pokazuju i naši rezultati. Među onima koji nisu nikada išli na vjeronauk ili su išli ali više ne idu, najviše je djece čiji očevi imaju više i visoko obrazovanje, a najmanje onih čiji su očevi završili samo osnovnu školu. Mada, treba naglasiti, radi se o vrlo visokom postotku pohađanja školskog vjeronauka. Još jedan podatak govori u korist teze o bitno patrijarhalnim obiteljskim odnosima. Naime, obrazovanje majke ne utječe na pohađanje vjeronauka djece. I tu otac, očito je, ima glavnu riječ, čak i kod najobrazovanijih.

Ispitanicima smo, kako je već rečeno, ponudili ukupno četiri predmeta za koje su mogli izabrati treba li ih ili ne treba imati u školi. Tri su potpuno nova i, moglo bi se reći moderna, koja odgajaju za život slobodne osobe u demokratskom društvu: seksualni odgoj, zaštita okoliša i obrazovanje za demokraciju. S druge strane je konfesionalni vjeronauk naveden kao predmet koji već postoji i koji je po svojoj biti tradicionalan. Zato ga ovdje analiziramo u kontinuitetu s pitanjem o pohađanju vjeronauka.

³³ Prema istraživanju S. Vrcana (1999), samo 9% ispitanika rođenih na selu ne šalje svoju djecu na vjeronauk, dok je takvih 30% rođenih u Zagrebu ili u regionalnim centrima.

³⁴ Istraživanje provedeno među srednjoškolicima pokazalo je također povezanost između obrazovanja roditelja i odnosa prema vjeronauku. Među ispitanicima koji su zadovoljni stanjem vjeronauka u školi više je onih koji imaju roditelje s niskom ili srednjom naobrazbom nego onih čiji roditelji imaju visoku naobrazbu (Mandarić, 2000).

Grafikon 9: Zadržavanje vjeronauka u nastavi



Dobiveni su vrlo zanimljivi rezultati. Iako gotovo devet desetina ispitanika pohađa školski vjeronauk, više od polovine njih misli da ga ne treba zadržati kao školski predmet. I u istraživanju zagrebačkih srednjoškolaca dobiveni su slični rezultati (Mandarić, 2000): od ispitanika koji pohađaju vjeronauk, 55% ih misli da ga treba zadržati, 13% da bi bilo bolje da je u nastavi umjesto vjeronauka povijest religija ili religijska kultura, 11% da vjeronauku nije mjesto u školi, a 21% ispitanika nije odgovorilo (nisu odgovarali oni koji ne pohađaju vjeronauk).

U tablici 11 navedeno je o kojim sociodemografskim obilježjima učenika ovisi njihov stav spram zadržavanja vjeronauka u školi.

Tablica 11: Zadržavanje vjeronauka u nastavi s obzirom na sociodemografska obilježja ispitanika (%)

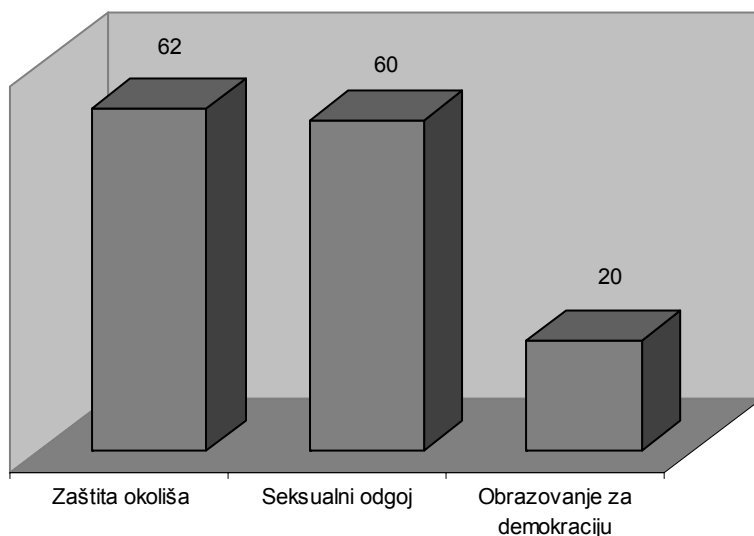
Sociodemografska obilježja	Zadržavanje vjeronauka
<i>Razred</i>	$\chi^2 = 30,38$
Peti	58,8
Šesti	54,8
Sedmi	41,6
Osmi	38,0
<i>Mjesto stanovanja</i>	$\chi^2 = 17,41$
Veliki grad	39,3
Mali grad	48,0
Selo	55,3
UKUPNO	48,3

Značajne statističke razlike ustanovljene su s obzirom na rezidencijalni status i dob ispitanika. Za zadržavanje vjeronauka u školi najviše su djeca sa sela, a najmanje iz velikog grada, što je u suglasju s prethodnim rezultatima. Razlike u dobi ispitanika pokazale su se važnima. Kako raste dob (s prelaskom u viši razred) sve je više onih koji su protiv vjeronauka kao školskog predmeta. Je li tome razlog zasićenost gradivom koje iz razreda u razred postaje sve obimnije, a vjeronauk se javlja samo kao još jedan predmet više (s još jednom, nerijetko i lošom ocjenom više) ili je to povezano s razvojem kritičkog mišljenja i sposobnosti samostalnog prosuđivanja, teško je zaključiti iz ovih podataka.

Uvođenje novih predmeta u nastavu

Kao indikatori uvođenja novih predmeta u nastavu poslužile su tri varijable: odnos prema seksualnom (spolnom) odgoju, odnos prema zaštiti okoliša i odnos prema obrazovanju za demokraciju (grafikon 10).

Grafikon 10: Uvođenje novih predmeta u nastavu (%)



Gotovo dvije trećine ispitanika je za uvođenje seksualnog odgoja u nastavu, što upućuje na znatizelju imanentnu toj dobi kad su u pitanju teme vezane za područje spolnosti, ali isto tako može se govoriti i o potrebi da se ta tabu tema u obiteljima demistificira u okviru školskog predmeta.

Očito je zaštita okoliša tema koja je ispitanicima ušla u uho preko medija i kroz nastavu, pa gotovo dvije trećine učenika želi školski predmet s tom tematikom.

Što se tiče odgoja za demokraciju, tek petine ispitanika pokazala je senzibilitet za taj potencijalni školski predmet.

Tablica 12: Uvođenje novih predmeta u školu s obzirom na sociodemografska obilježja ispitanika (%)

Sociodemografska obilježja	Zaštita okoliša	Seksualni odgoj
<i>Razred</i>	$\chi^2 = 53,15$	$\chi^2 = 132,79$
Peti	76,6	32,4
Šesti	69,6	56,8
Sedmi	51,6	76,0
Osmi	50,4	74,0
<i>Spol</i>	$\chi^2 = 31,27$	$\chi^2 = 35,19$
Muški	53,5	68,8
Ženski	69,8	51,1
UKUPNO	61,8	59,8

Uvođenje seksualnog odgoja kao predmeta prva je varijabla čije je ukrštanje sa spolom i dobi pokazalo pozitivnu korelaciju. Naime, za seksualni odgoj zalažu se više dječaci nego djevojčice. I to se može tumačiti na više načina. Jedno od mogućih tumačenja je da se radi o odrazu tradicionalnog katoličkog odgoja u obitelji iz kojeg proizlazi specifičan odnos prema temi seksa i specifičan, različit tretman djevojčica i dječaka.

I kod dobi se pokazala vrlo značajna razlika u prihvaćanju seksualnog odgoja. Što su djeca starija više prihvaćaju seksualni odgoj kao mogući predmet u školi (sedmi i osmi razredi znatno više u odnosu na pete i šeste), što je razumljivo jer u procesu odrastanja te teme i pitanja vezana uz njih postaju sve aktualnije.

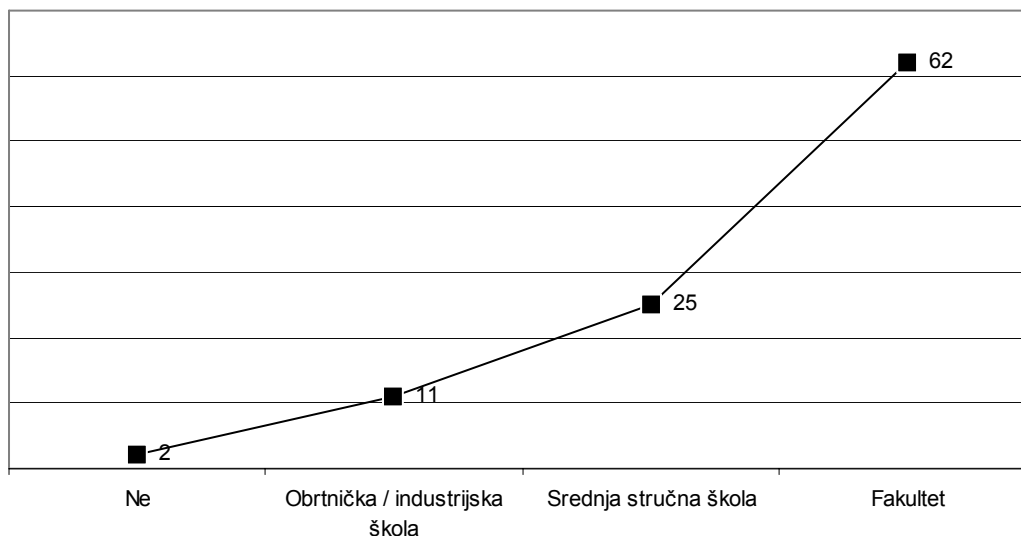
Kod predmeta zaštita okoliša također se ukrštanjem pokazala korelacija spomenute varijable sa spolom i dobi ispitanika. Djevojčice pokazuju veći senzibilitet za ekološke teme. Dakle, i zaštita okoliša pokazala se bitno ženskom temom (možda zato jer je prva asocijacija čišćenje?). Isto tako, što su ispitanici stariji, sve manje smatraju da im je potreban u nastavi zasebni predmet ekološkog sadržaja. Tu se vjerojatno radi o zasićenosti nastavnim materijalom i brojnim predmetima, ali i rastu interesa za druge brojne izvanškolske teme.

Obrazovanje za demokraciju kao školski predmet podjednako (ne) zanima sve skupine ispitanika.

Aspiracije prema školovanju nakon osnovne škole

Kao indikator odnosa prema daljnjem školovanju poslužila je jedna varijabla – željeni najviši stupanj obrazovanja (grafikon 11).

Grafikon 11: Aspiracije za postizanjem određenog stupnja obrazovanja (%)



Odmah su vidljive vrlo visoke aspiracije ispitanih učenika. Gotovo dvije trećine ispitanih učenika želi završiti fakultet, a samo ih cca 2% ne želi nastaviti školovanje nakon osnovne škole.

Ukrštanje obrazovnih aspiracija sa sociodemografskim pokazateljima pokazalo je nekoliko statistički značajnih razlika.

Pronađena je razlika između tipa naselja u kojem ispitanici žive i aspiracija za nastavkom školovanja. Djeca sa sela češće se odlučuju za radnička zanimanja i srednje stručne škole, premda polovina te djece izražava i želju za studiranjem. Dakako, znatno više aspiranata na visoko obrazovanje ima među učenicima koji žive u velikim gradovima.

Tablica 13: Željeni stupanj obrazovanja s obzirom na sociodemografska obilježja ispitanika (%)

Sociodemografska obilježja	Željeni stupanj obrazovanja		
	Obrtnička/industrijska škola	Srednja stručna škola	Fakultet
<i>Spol</i>	$\chi^2 = 36,09$		
Muški	14,3	31,4	54,3
Ženski	7,0	20,0	73,0
<i>Mjesto stanovanja</i>	$\chi^2 = 40,92$		
Veliki grad	4,4	19,0	76,6
Mali grad	10,5	27,5	62,0
Selo	15,9	29,3	54,8
<i>Obrazovanje oca</i>	$\chi^2 = 120,60$		
Osnovna škola	18,6	47,1	34,3
KV/VKV	16,9	34,1	49,0
Srednja škola	9,3	26,1	64,6
Viša/visoka škola	3,4	9,2	87,4
<i>Obrazovanje majke</i>	$\chi^2 = 114,00$		
Osnovna škola	22,9	40,3	36,8
KV/VKV	13,0	34,2	52,8
Srednja škola	9,1	26,5	64,4
Viša/visoka škola	4,9	8,9	86,2
<i>Zaposlenost roditelja</i>	$\chi^2 = 35,21$		
Oboje zaposleni	9,1	19,3	71,6
Jedan zaposlen	12,3	29,5	58,2
Oboje nezaposleni	15,0	40,1	44,9
<i>Školski uspjeh</i>	$\chi^2 = 328,77$		
Dobar	30,1	46,3	23,6
Vrlo dobar	7,1	28,1	64,8
Odličan	0,3	7,1	92,6
UKUPNO	10,8	25,6	63,6

Vrlo je visoka statistička značajnost razlike po stupnju obrazovanja oca u pogledu aspiracija djece prema daljnjem školovanju. To su pokazala i neka druga istraživanja. Obrazovanje se, kao bitan aspekt socioekonomskog statusa pojedinca i obitelji, bez obzira na kulturne razlike i stupanj razvijenosti društva, pokazuje bitnim čimbenikom aspiracija roditelja, ali i djece, prema daljnjem obrazovanju (Previšić; Serdar, 1978). Što je otac obrazovaniji i djeca češće žele studirati i obrnuto, što je niže obrazovanje oca, niže su i aspiracije djece (naime, češće se odlučuju za radničke i srednje stručne škole završetkom kojih će steći zanimanje i zaposliti se). Slično je i s utjecajem obrazovanja majke.

Aspiracije za nastavkom školovanja povezane su i s varijablom zaposlenosti roditelja. Studirati najčešće žele djeca iz obitelji u kojima su

zaposlena oba roditelja, a najrjeđe djeca iz obitelji u kojima su oba roditelja nezaposlena. Vjerojatno je da obrazovanje i što brže zapošljavanje u obiteljima gdje su oba roditelja nezaposlena i gdje se teško živi, ima drugačije konotacije.

4. Zaključne napomene

Ispitivanje svakodnevnog obiteljskog i školskog okruženja djece u Hrvatskoj omogućilo je uvid u neke osobitosti njihova svakodnevnog života.

U prvom dijelu, u kojem su analizirane osobine obitelji i domaćinstva, najviše statistički značajnih razlika proizvode varijable obrazovanje oca i majke i rezidencijalni status ispitanika. Može se rezimirati da obitelji iz velikih gradova, u kojima su oba roditelja zaposlena, s višim i visokim obrazovanjem imaju manji broj djece (najčešće jedno ili dvoje), da su njihova djeca najčešće pohađala vrtić, da osim što posjeduju (kao i većina ostalih) vlastiti stan ili kuću, televizor, glazbenu liniju, video rekorder, bicikl i automobil, češće od ostalih posjeduju i čamac ili neko drugo plovilo, vikendicu i kompjutor. S druge strane, obitelji sa sela, nezaposlenih roditelja ili s jednim zaposlenim roditeljem i nižeg obrazovanja oba roditelja imaju više djece, a djeca su rjeđe (mada u relativno visokom postotku) pohađala vrtić. Osim što posjeduju već spomenuta dobra kod kojih se nisu pokazale razlike s obzirom na nezavisne varijable, rjeđe posjeduju čamac ili neko drugo plovilo, u manjoj mjeri automobil, vikendicu i kompjutor. Dakle, s jedne strane su obitelji višeg socijalnog statusa iz urbanih sredina, a s druge obitelji iz ruralnih i malogradskih sredina, te nižeg socioekonomskog statusa (pretežno radničkih i obrtničkih zanimanja).

U drugom odjeljku, koji se bavi temom interpersonalne komunikacije u obitelji i izvan nje, ključnim varijablama koje su proizvele najviše statistički značajnih razlika pokazali su se na prvom mjestu spol, pa onda dob ispitanika. Dominantni utjecaj spola ukazuje na dva prepoznatljiva trenda: prvi se odnosi na postojanost razlika u sklonostima prema određenim temama između dječaka i djevojčica, a drugi se tiče očigledne opstojnosti tradicionalnog i patrijarhalnog mentaliteta u obiteljima ispitanika. On se očituje na svim razinama komunikacije a upućuje na internalizaciju saznanja o postojanju, sadržaju i značenju muških i

ženskih uloga te predodžbe o muškosti i ženskosti kroz proces socijalizacije u obitelji i to od najranijeg djetinjstva.

U trećem dijelu ove dionice istraživanja, koja je tretirala školski milje i aspiracije ispitanika, najviše statistički značajnih razlika ponovo su proizvele varijable rezidencijalnog statusa i obrazovanja oca. To upućuje na dominantan utjecaj socijalizacijskog procesa i na tezu da socijalno porijeklo umnogome utječe na aspiracije ispitanika prema budućnosti. Tako, što se tiče daljnjeg školovanja, najviše djece iz velikog grada čiji roditelji imaju više ili visoko obrazovanje želi nastaviti školovanje na fakultetu, u odnosu na djecu iz malih gradova i sela. Među onima koji ne idu na vjeronauk i nisu nikada išli i među onima koji su išli, ali više ne idu, prevladavaju djeca iz velikog grada (mada je i u gradu postotak pohađanja vjeronauka vrlo visok). Ta djeca su i najmanje za zadržavanje vjeronauka kao školskog predmeta. S druge strane, djeca sa sela u najvećem broju idu na vjeronauk (od prvog razreda) i najviše su za njegovo zadržavanje u nastavi. Može se stoga zaključiti da su djeca iz grada od obrazovanih očeva u procesu socijalizacije više bila izložena utjecaju modernijih sociokulturnih čimbenika, a djeca sa sela, čiji su očevi nižeg obrazovanja, utjecaju sociokulturnih faktora tradicionalne provenijencije.

Literatura

- Baloban, J. – ur. (2000): *Izazovi civilnog društva u Hrvatskoj*. Zagreb: Centar za promicanje socijalnog nauka crkve – Kršćanska sadašnjost
- Baloban, J.; Črpić, G. (1998): Relevantne vrednote za uspješan brak i željeni broj djece u Hrvatskoj. *Bogoslovska smotra*. 68(4):313-342.
- Baranović, B. (2000): *“Slika” žene u udžbenicima književnosti*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja
- Carlsson, U.; Von Feilitzen, C. – eds. (1998): *Children and Media Violence*. Yearbook from the UNESCO – International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen. Goteborg: Goteborg University
- Črpić, G.; Koračević, K. (2000): Stavovi hrvatskih građana prema djeci. *Bogoslovska smotra*. 70(2):343-358.
- Črpić, G.; Kušar, S. (1998): Neki aspekti religioznosti u Hrvatskoj. *Bogoslovska smotra*. 68(4):513-563.

- Čudina, Obradović, M.; Obradović, J. (1998): Utjecaji socio-ekonomskog položaja obitelji na bračne, obiteljske i socijalizacijske procese. *Revija za sociologiju*. 29(1-2):27-48.
- Dimmock, B. (1997): Young People and Family Life: Apocalypse Now or Business as Usual?, u: *Youth in Society* (ed. J. Roche and S. Tucker). London: Sage
- Elder, G. (1963): Parental Power Legitimation and its Effect on the Adolescent. *Sociometry*. 26:50-65.
- Erllich, V. (1964): *Porodica u transformaciji*. Zagreb: Naprijed
- Heaven, P. (1994): *Contemporary Adolescence*. London: Mcmillan
- Ilišin, V. (1998): Demokratska tranzicija u Hrvatskoj. *Sociologija sela*. 36(1-4): 27-52.
- Itković, Z. (1995): Roditelji kao odgajatelji. Uloga obiteljskog odgoja u prevenciji zloropotrebe droga. *Društvena istraživanja*. 4(4-5):563-574.
- Koračević, K. (2000): Situacija braka i obitelji u suvremenom društvu, u: J. Baloban (ur.), 2000.
- Labus, M. (2000): Vrijednosne orijentacije u hrvatskom društvu. *Sociologija sela. Supplement*. 38(1-2):169-204.
- Mandarić, V. (2000): *Religiozni identitet zagrebačkih adolescenata*. Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar
- Previšić, V.; Serdar, V. (1978): *Studentska omladina danas. Rezultati istraživanja u Hrvatskoj*. Zagreb: Centar iz izučavanje obrazovanja
- Puljiz, V. (2000): Civilno društvo u svijetu i u Hrvatskoj, u: J. Baloban (ur.), 2000.
- Renner, T. (2000): Ranljivost, mladi in zasebno okolje, u: M. Ule (ur.), 2000.
- Skledar, N. (2001): *Čovjek i kultura*. Zaprešić: Matica hrvatska
- Sypher, H.; Applegate, J. (1984): *Communication between Children and Adults*. London: Sage
- Ule, M. (2000): *Socialna ranljivost mladih*. Ljubljana: Urad Republike Slovenije za mladino
- Ule, M. (2000): Spremembe mladosti ob koncu stoletja, u: M. Ule (ur.), 2000.
- Vrcan, S. (2000): Bog je pobijedio u Hrvatskoj. *Fokus*. 23. listopada 2000.
- Živković, I.; Šporer, Ž.; Sekulić, D. (1995): *Asimilacija i identitet*. Zagreb: Školska knjiga
- Županov, J. (1995): *Poslije potopa*. Zagreb: Globus

VRIJEDNOSTI I NEPRIHVATLJIVA PONAŠANJA

Djetinjstvo je razdoblje heteronomije identiteta, karakterizirano percepcijama o sebi koje su uglavnom pod utjecajem roditelja ili onih koji obnašaju njihovu funkciju (često djedovi i bake). Prva adolescencija je doba kada pojedinac počinje izgrađivati svoj identitet na osnovi povratnih informacija koje mu dolaze od grupe vršnjaka. Zato, dominantna karakteristika ovog životnog razdoblja je disgregacija identiteta, koji će se kasnije postepeno restrukturirati kao rezultat interakcije između unutarnjih procesa i djelovanja okoline.

Naši ispitanici, u dobi od 11 do 15 godina, nalaze se, dakle, u predvorju svog najburnijeg životnog razdoblja, kada psihofizičko i socijalno sazrijevanje najčešće nisu usklađeni, kada roditelje počinju percipirati na nov način, kada je odnos prema obitelji ambivalentan, jer je njen utjecaj još jak ali su već prisutni impulsi emancipacije, i kada se javljaju prvi otkloni od vjerovanja stečenih u obitelji i otpori autoritetima.

Predadolescentsko je razdoblje obilježeno i fiziološkim promjenama koje najčešće nazivamo pubertetom i koje su nekada označavale gotovo neposredni prijelaz od djetinjstva u odraslo doba. Naime, samo kratki rituali inicijacije još i danas u nekim primitivnim društvima obilježavaju preuzimanje uloga odraslih, ali to nije slučaj u kompleksnijim civilizacijama, gdje preuzimanje takvih funkcija s jedne strane zahtijeva dugu pripremu, a s druge je produženo sve dubljim jazom između fizičke i seksualne odraslosti s jedne i nemogućnosti socijalnog, što znači i ekonomskog, emancipiranja, s druge strane.

Životno razdoblje između 11 i 15 godina je, dakle, od iznimne važnosti, jer se u njemu odvijaju posljednje pripreme za suočavanje s onim životom u kojem će pojedinac, prije ili poslije, ostati sam i ovisiti gotovo isključivo o svojim snagama. Drugim riječima, primarna socijalizacija postepeno prelazi u sekundarnu, i ova tranzicija je prepuna nepoznanica, preispitivanja i kriza.

1. Vrijednosti

Iz prethodno rečenoga razumljivo je da se vrijednosti djece i predadolescenata često ne ispituju, jer je njihova osnovna karakteristika – stabilnost – dovedena u pitanje samim odnosom te populacije prema društvenoj stvarnosti. S druge strane, međutim, takve informacije su od iznimne važnosti. I mada možda, upravo zbog svoje podložnosti promjenama, imaju prije odlike mnijenja nego stavova ili vrijednosti, dobro ih je ispitati kako bi se pojedinac što bolje pratio u ovom osjetljivom životnom razdoblju.

Prije analize vrijednosti ispitane djece potrebno je navesti nekoliko definicija, tek toliko da znamo o čemu će biti riječi na sljedećim stranicama.

M. Rokeach (1973), smatra da je vrijednost “kognicija poželjnoga”, dok English i English (1959), još jednostavnije, kažu da su vrednote “apstraktni pojmovi koji označavaju koji su ciljevi poželjniji za pojedinca ili grupu” ili “mišljenja o tome što je poželjno ili nepoželjno, što je dobro i što je loše”. Većina definicija vrijednosti (a ima ih mnogo) sadrži slijedeće elemente: poželjnost (vrijednost se određuje kao vrsta ili oblik motivacije), selekcija (vrijednost djeluje na ponašanje pojedinca), stabilnost (vrijednosti predstavljaju relativno trajnu karakteristiku ljudske svijesti), težnja ka sustavnosti (one tvore šire sustave, koje imaju hijerarhijski karakter) i pozitivnost (jer, za razliku od stavova, one mogu biti prihvaćene u različitoj mjeri, ali nikada odbačene).

Vrijednost je, dakle, paradigma ponašanja odnosno, na psihološkoj ravni, motivacija za akciju ili angažiranost. Ona se razlikuje od vjerovanja, ideologije i ideala (Vaccarini, 1987), jer vjerovanja ne sadrže nužno praktični aspekt, koji se odnosi na akciju, ideologije su usmjerene postizanju i zadržavanju određenog sistema vlasti, ideali imaju konotacije nedostižnosti, dok se norme obavezno odnose na zahtijevanu ili zabranjenu aktivnost.

Neosporno je, dakle, da vrijednosti imaju veliku usmjeravajuću funkciju u pogledu ponašanja. Osim što utječu na zauzimanju stavova spram relevantnih društvenih problema, one djeluju na svakodnevnicu pojedinca. Potiču ga u njegovim odlukama i sudovima, pomažu mu u nastojanju da racionalizira i

oblikuje stavove i mnijenja, olakšavaju mu komunikaciju s drugima te predstavljaju važna uporišta u njegovu shvaćanju društvene okoline.

Dugo smo razmišljali koje formulacije vrijednosti koristiti s obzirom na mladu dob ispitanika. Prevladalo je mišljenje da ćemo najmanje pogriješiti ako primijenimo pojednostavljenu standardnu bateriju koju smo koristili s mladima od 15 do 29 godina (Radin, 1988). I nismo se prevarili, jer je ona izvrsno funkcionirala, te nije bilo posebnih pitanja koja bi upućivala na eventualne nejasnoće.

Evo rezultata, prikazanih tabelarno (tablica 1) i grafički (grafikon 1).

Tablica 1: Vrednote* (%)

Vrednote	Jako važno	Donekle važno	Nevažno
Postati bogat	24,0	62,9	13,1
Postati poštovan u društvu	75,5	22,1	2,4
Postati poznati stručnjak ili umjetnik	20,1	43,0	36,9
Postati važan rukovodilac	14,7	42,9	42,4
Postati poznati političar	6,3	15,3	78,4
Postati poznati glazbenik ili sportaš	38,6	33,4	28,0
Osnovati sretnu obitelj i mirno živjeti u krugu obitelji	87,5	9,8	2,7
Puno putovati i zabavljati se po volji	44,0	41,4	14,6
Biti neovisan i baviti se samo onim što želim	47,9	31,8	20,3
Biti dobar vjernik	55,4	33,3	11,3
Biti ponos svoga naroda	48,3	35,3	16,4

*Prvi stupac je istaknut jer označava postotak velike važnosti koja se pridaje određenoj vrednoti, i koji je zapravo najbolji indikator prihvaćenosti određene vrijednosti.

Grafikon 1: Hijerarhija vrednota – stupanj “jako poželjno” (%)



Prve četiri vrijednosti (obitelj, respektabilnost, vjera i ponos), prihvaćene od polovine (ponos) do gotovo svih ispitanika (obitelj), neosporno pripadaju setu tradicionalnih vrednota, ali ostaje dvojbeno koliko su ti rezultati izraz aktualnog društvenog stanja, a koliko karakteristika upravo te životne dobi, u kojoj su, kao što smo već rekli, mladi još uvijek pod velikim utjecajem obitelji.

Takva privrženost institucijama primarne socijalizacije, međutim, ambivalentna je, jer su ti najmlađi adolescenti zapravo pred razdobljem u kojem će mišljenje grupe vršnjaka biti daleko važnije od riječi roditelja, i želja za emancipacijom i samostalnošću rast će iz dana u dan. Takvo stanje vidljivo je iz grupe vrijednosti koje su “srednje” prihvaćene, od jedne četvrtine do polovice ispitanika (samosvojnost, dokoličarenje, medijski i materijalni uspjeh).

Zanimljivo je da vrednote povezane s profesionalnom karijerom (postati poznati stručnjak, umjetnik ili manager) spadaju među najslabije prihvaćene,

kao da ti pojedinci koji se tek pripremaju za društveni život, ne vjeruju da će kvaliteta njihove egzistencije ovisiti od njihove profesije.

Na kraju, očekivani rezultat predstavlja i posljednje mjesto politike, jer je to naprosto takvo doba (ne ispitanika, već politike).

Tražili smo neke zajedničke dimenzije među samim varijablama, koje bi bolje protumačile dobivene rezultate, te smo faktorizacijom dobili tri latentne strukture (prikazane u tablici 2).

Tablica 2: Faktorska struktura vrednota

Vrednote	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
Postati bogat	.370		.558
Postati poštovan u društvu	.302	.390	
Postati poznati stručnjak ili umjetnik	.703		
Postati važan rukovodilac	.713		
Postati poznati političar	.627		
Postati poznati glazbenik ili sportaš	.496		
Osnovati sretnu obitelj i mirno živjeti u krugu obitelji		.592	
Puno putovati i zabavljati se po volji			.814
Biti neovisan i baviti se samo onim što želim			.739
Biti dobar vjernik		.757	
Biti ponos svoga naroda		.338	.614

Dobivene strukture ukazuju na grupe vrijednosti koje su doživljene od ispitanika kao da imaju neku vrstu zajedničkog nazivnika. Rezultati, međutim, potvrđuju saznanja koja su bila jasna već na osnovi frekvencijske analize. U stvari, zbunjuje samo dobro saturirana vrijednost “biti ponos svoga naroda”, koja, na osnovi odgovora ispitanika, spada u faktor zajedno sa samosvojnošću i dokoličarenjem, jer smo očekivali da će isključivo biti sastavni dio “tradicionalnih vrednota”. Ostale su latentne dimenzije više nego objašnjive.

Tri faktora, koja zajedno “tumače” 47.2% zajedničke varijance svih odgovora na varijable, mogu se prikazati zasebno.

Faktor *vrijednosti profesije*, kao što smo vidjeli, nije jako zastupljen, ali je zato dobro strukturiran. On sadržava kao dobro zasićene sljedeće vrijednosti:

Postati poznati stručnjak ili umjetnik	.703
Postati važan rukovodilac	.713
Postati poznati političar	.627
Postati poznati glazbenik ili sportaš	.496
Postati bogat	.370
Postati poštovan u društvu	.302

Faktor *tradicionalne vrijednosti*, koji je sastavljen od sljedećih vrednota:

Biti dobar vjernik	.757
Osnovati sretnu obitelj i mirno živjeti u krugu obitelji	.592
Postati poštovan u društvu	.390
Biti ponos svoga naroda	.338

Faktor *samosvojnost i dokoličarenje*, sastavljen od sljedećih vrednota:

Puno putovati i zabavljati se po volji	.814
Biti neovisan i baviti se samo onim što želim	.739
Biti ponos svoga naroda	.614
Postati bogat	.558

Svaki mladi pojedinac zahvaćen istraživanjem, a u mjeri u kojoj je uzorak reprezentativan, svaki mladi adolescent u Hrvatskoj u dobi od 11 do 15 godina, trebao bi se u određenoj mjeri prepoznati u tim modelima, mada oni iscrpljuju tek dio idealno zamišljenog prostora vrijednosti.

Stranice koje slijede pokazuju rezultate koji se odnose na razlike između ispitanika u zastupanju vrednota. Sociodemografske varijable koje su korištene su: spol, dob (razred), stanovanje (u ruralno-urbanom kontinuumu), obrazovanje oca (ne i majke, budući da su te dvije karakteristike u visokoj korelaciji) te zaposlenje roditelja. U velikim tablicama (3 i 4) koje slijede dobivene razlike prikazane su skupno.

Iz tablica 3 i 4 je jasno da se nalazimo pred populacijom koja je, u pogledu zastupanja vrijednosti, prilično homogena. Samo neke sociodemografske varijable, i samo kod pojedinih vrijednosti, proizvode

zapažene razlike. Statistički značajnih razlika ima, naravno, znatno više, ali budući da one nisu ujedno i velike, nećemo se posebno baviti njima.

Tablica 3: Vrijednosti prema spolu, školskom razredu i rezidencijalnom statusu ispitanika (%)

Vrijednosti		Spol		Razred				Mjesto stanovanja			UKUPNO
		Muški	Ženski	Peti	Šesti	Sedmi	Osmi	Veliki grad	Mali grad	Selo	
Postati bogat	Nevažno	10.1	16.0	16.4	16.0	12.4	7.6	9.3	14.3	15.0	13.1
	Donekle važno	59.6	66.1	60.8	64.4	61.6	64.8	64.0	60.3	64.0	62.9
	Jako važno	30.2	17.9	22.8	19.6	26.0	27.6	26.7	25.3	21.0	24.0
Postati poštovan u društvu	Nevažno	3.0	1.8	1.2	3.2	1.6	3.6	2.0	1.7	3.3	2.4
	Donekle važno	23.5	20.7	26.0	18.0	22.0	22.4	25.3	20.7	20.8	22.1
	Jako važno	73.4	77.5	72.8	78.8	76.4	74.0	72.7	77.7	76.0	75.5
Postati poznati stručnjak ili umjetnik	Nevažno	36.7	37.1	41.6	34.8	34.8	36.4	44.3	33.3	34.0	36.9
	Donekle važno	39.1	46.7	38.0	43.6	46.0	44.4	36.0	45.7	46.3	43.0
	Jako važno	24.1	16.2	20.4	21.6	19.2	19.2	19.7	21.0	19.8	20.1
Postati važan rukovodilac	Nevažno	40.0	44.8	49.6	47.6	42.4	30.0	42.7	43.0	41.8	42.4
	Donekle važno	41.2	44.6	36.8	39.2	40.0	55.6	43.7	40.3	44.3	42.9
	Jako važno	18.9	10.7	13.6	13.2	17.6	14.4	13.7	16.7	14.0	14.7
Postati poznati političar	Nevažno	73.8	82.8	77.2	82.0	77.6	76.8	76.0	77.7	80.8	78.4
	Donekle važno	16.4	14.2	16.0	14.0	15.2	16.0	17.3	15.3	13.8	15.3
	Jako važno	9.7	3.0	6.8	4.0	7.2	7.2	6.7	7.0	5.5	6.3
Postati poznati glazbenik ili sportaš	Nevažno	21.3	34.5	25.6	19.2	29.6	37.6	33.7	26.7	24.8	28.0
	Donekle važno	28.0	38.7	34.8	36.0	34.8	28.0	32.3	32.0	35.3	33.4
	Jako važno	50.7	26.8	39.6	44.8	35.6	34.4	34.0	41.3	40.0	38.6
Osnovati sretnu obitelj i mirno živjeti u krugu obitelji	Nevažno	3.0	2.4	1.2	2.8	2.4	4.4	2.3	3.7	2.3	2.7
	Donekle važno	12.0	7.7	7.6	9.6	9.6	12.4	10.0	12.0	8.0	9.8
	Jako važno	85.0	89.9	91.2	87.6	88.0	83.2	87.7	84.3	89.8	87.5
Puno putovati i zabavljati se po volji	Nevažno	16.0	13.2	17.6	18.8	12.0	10.0	13.7	14.7	15.3	14.6
	Donekle važno	40.2	42.6	44.8	40.4	40.0	40.4	38.7	38.7	45.5	41.4
	Jako važno	43.8	44.2	37.6	40.8	48.0	49.6	47.7	46.7	39.3	44.0
Biti neovisan i baviti se samo onim što želim	Nevažno	21.9	18.7	24.0	22.0	21.2	14.0	19.7	19.3	21.5	20.3
	Donekle važno	31.6	32.0	33.2	30.0	31.6	32.4	34.7	32.0	29.5	31.8
	Jako važno	46.5	49.3	42.8	48.0	47.2	53.6	45.7	48.7	49.0	47.9
Biti dobar vjernik	Nevažno	15.4	7.3	7.2	4.8	12.0	21.2	22.3	9.0	4.8	11.3
	Donekle važno	33.5	33.1	25.2	28.4	38.4	41.2	39.7	30.7	30.5	33.3
	Jako važno	51.1	59.6	67.6	66.8	49.6	37.6	38.0	60.3	64.8	55.4
Biti ponos svoga naroda	Nevažno	15.6	17.2	12.4	17.2	16.0	20.0	24.0	11.3	14.5	16.4
	Donekle važno	29.8	40.4	26.8	33.6	39.6	40.8	36.3	34.3	35.0	35.2
	Jako važno	54.6	42.2	60.8	49.2	44.0	39.2	39.7	54.0	50.5	48.3

Tablica 4: Vrijednosti prema obrazovanju oca i zaposlenosti roditelja (%)

Vrijednosti		Obrazovanje oca				Zaposlenost roditelja				UKUPNO
		Osnovna škola	KV/VKV	Srednja škola	Viša ili visoka	Oboje zaposleni	Samo otac	Samo majka	Oboje nezaposleni	
Postati bogat	Nevažno	14.1	15.5	11.5	10.6	11.7	14.6	7.5	17.3	12.8
	Donekle važno	56.4	64.0	63.0	65.4	64.1	61.7	67.5	59.1	63.1
	Jako važno	29.5	20.4	25.6	24.0	24.2	23.7	25.0	23.6	24.0
Postati poštovan u društvu	Nevažno	2.6	3.0	2.6	1.1	2.1	2.1	5.0	2.7	2.4
	Donekle važno	15.4	22.9	22.0	22.4	24.4	17.8	28.8	19.1	22.2
	Jako važno	82.1	74.1	75.4	76.4	73.5	80.1	66.3	78.2	75.4
Postati poznati stručnjak ili umjetnik	Nevažno	34.6	34.5	38.4	38.4	38.2	31.7	43.8	39.1	36.9
	Donekle važno	48.7	43.9	43.6	39.9	40.2	48.8	40.0	43.6	43.0
	Jako važno	16.7	21.6	18.0	21.7	21.6	19.5	16.3	17.3	20.1
Postati važan rukovodilac	Nevažno	43.6	45.4	40.7	39.2	43.3	40.8	36.3	44.5	42.1
	Donekle važno	44.9	43.9	40.0	45.2	41.9	43.9	53.8	39.1	43.1
	Jako važno	11.5	10.7	19.3	15.6	14.8	15.3	10.0	16.4	14.7
Postati poznati političar	Nevažno	75.6	81.7	78.0	75.3	78.9	76.7	80.0	79.1	78.4
	Donekle važno	16.7	13.4	14.4	18.6	15.0	17.8	15.0	10.9	15.4
	Jako važno	7.7	4.9	7.5	6.1	6.0	5.6	5.0	10.0	6.3
Postati poznati glazbenik ili sportaš	Nevažno	30.8	25.0	27.9	31.6	29.0	24.0	33.8	28.2	27.9
	Donekle važno	32.1	35.1	35.7	29.3	32.9	32.8	28.8	40.0	33.3
	Jako važno	37.2	39.9	36.4	39.2	38.0	43.2	37.5	31.8	38.8
Osnovati sretnu obitelj i mirno živjeti u krugu obitelji	Nevažno	3.8	2.7	1.6	3.4	2.3	2.4	6.3	2.7	2.7
	Donekle važno	9.0	9.5	9.2	10.6	10.7	5.2	15.0	12.7	9.7
	Jako važno	87.2	87.8	89.2	85.9	86.9	92.3	78.8	84.5	87.6
Puno putovati i zabavljati se po volji	Nevažno	12.8	20.4	10.2	13.3	14.8	14.6	12.5	13.6	14.4
	Donekle važno	55.1	38.7	42.3	40.7	42.1	41.8	33.8	42.7	41.4
	Jako važno	32.1	40.9	47.5	46.0	43.1	43.6	53.8	43.6	44.1
Biti neovisan i baviti se samo onim što želim	Nevažno	20.5	24.7	18.0	17.9	19.7	22.6	13.8	20.0	20.1
	Donekle važno	29.5	36.3	31.5	27.8	33.3	28.9	33.8	31.8	31.9
	Jako važno	50.0	39.0	50.5	54.4	47.0	48.4	52.5	48.2	48.0
Biti dobar vjernik	Nevažno	7.7	7.9	8.9	19.8	13.6	6.6	16.3	10.0	11.4
	Donekle važno	28.2	32.3	34.8	35.7	36.1	30.3	38.8	24.5	33.3
	Jako važno	64.1	59.8	56.4	44.5	50.3	63.1	45.0	65.5	55.3
Biti ponos svoga naroda	Nevažno	11.5	13.1	16.7	21.7	19.5	12.5	17.5	11.8	16.5
	Donekle važno	37.2	39.9	33.4	31.9	33.7	36.9	42.5	33.6	35.4
	Jako važno	51.3	46.6	49.8	46.4	46.6	50.5	40.0	54.5	48.1

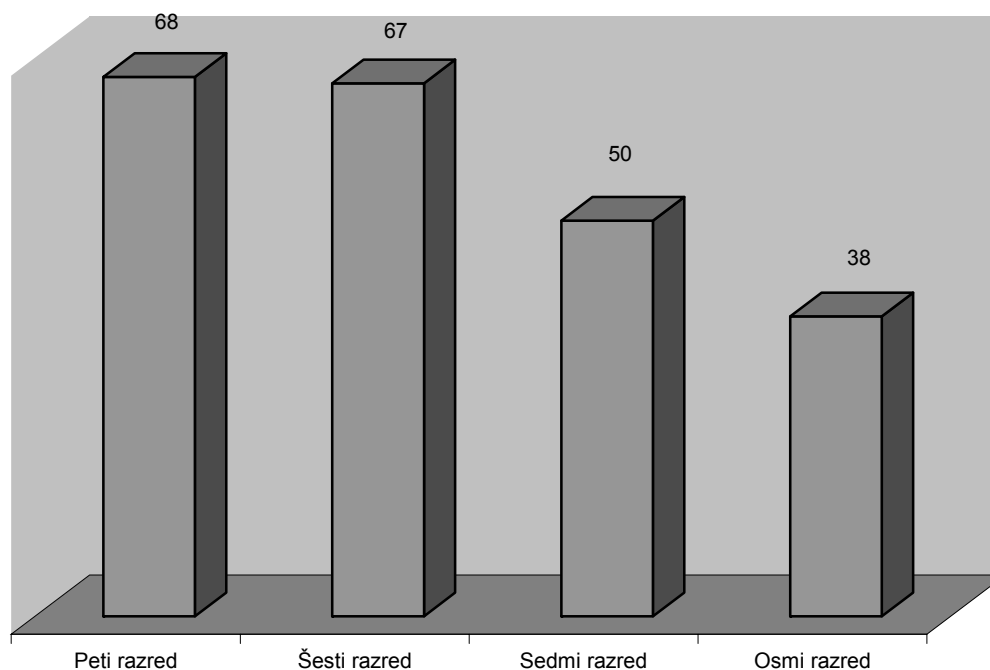
Spol proizvodi možda najjače razlike, što je tipično za ovu životnu dob, u kojoj se formiraju ne samo osobni i društveni identiteti, već i spolne uloge, koje su, kao što svi znamo, različite. To se sigurno odražava na onom idealnom prostoru gdje se formiraju stavovi i vrijednosti, tako da su vjerojatno te razlike proizvod snažnih promjena koje se dešavaju u svakom pojedincu u tim godinama.

Tako je postati bogat jako važno za 30% dječaka i samo 18% djevojčica, postati rukovodilac za 19% muških i 11% ženskih, dok su ti podaci za postati poznati političar 10% i 3%. Biti sportska ili muzička zvijezda je presudno za polovinu dječaka i samo jednu četvrtinu djevojčica (cca 51% i 27%).

Od svih vrijednosti, s druge strane, ona koja proizvodi najzanimljivije razlike je vjera.

Grafikon 2 pokazuje kako je “biti dobar vjernik” u 11. godini važno za dvije trećine mladih ispitanika, a u 15. godini za njih 38%.

Grafikon 2: Vrijednost vjere s obzirom na dob ispitanika (%)



Osim toga, vjera je važna za 38% mladih stanovnika velikih gradova, za 60% onih iz malih gradova i za 65% seoskih stanovnika.

Napokon, obrazovanje oca i zaposlenost roditelja povezani su s vjerom. Tako oko 45% djece koje imaju oca s visokom stručnom spremom podržava tu vrijednost i čak 64% djece očeva s osnovnom školom. Kada su oba roditelja zaposlena, što je često povezano s relativnim materijalnim blagostanjem, oko polovine ispitanika jako zastupa vrijednost vjere, kada radi samo otac 63%, a kada je zaposlena samo majka 66%.

2. Percepcija neprihvatljivih ponašanja

Odnos prema “nedozvoljenim” ili društveno neprihvatljivim ponašanjima govori o prihvaćanju normi, što kod starije djece i mlađih adolescenata ima naročitu važnost jer se oni nalaze u procesu formiranja ne samo svoje ličnosti, nego i svog odnosa prema društvu.

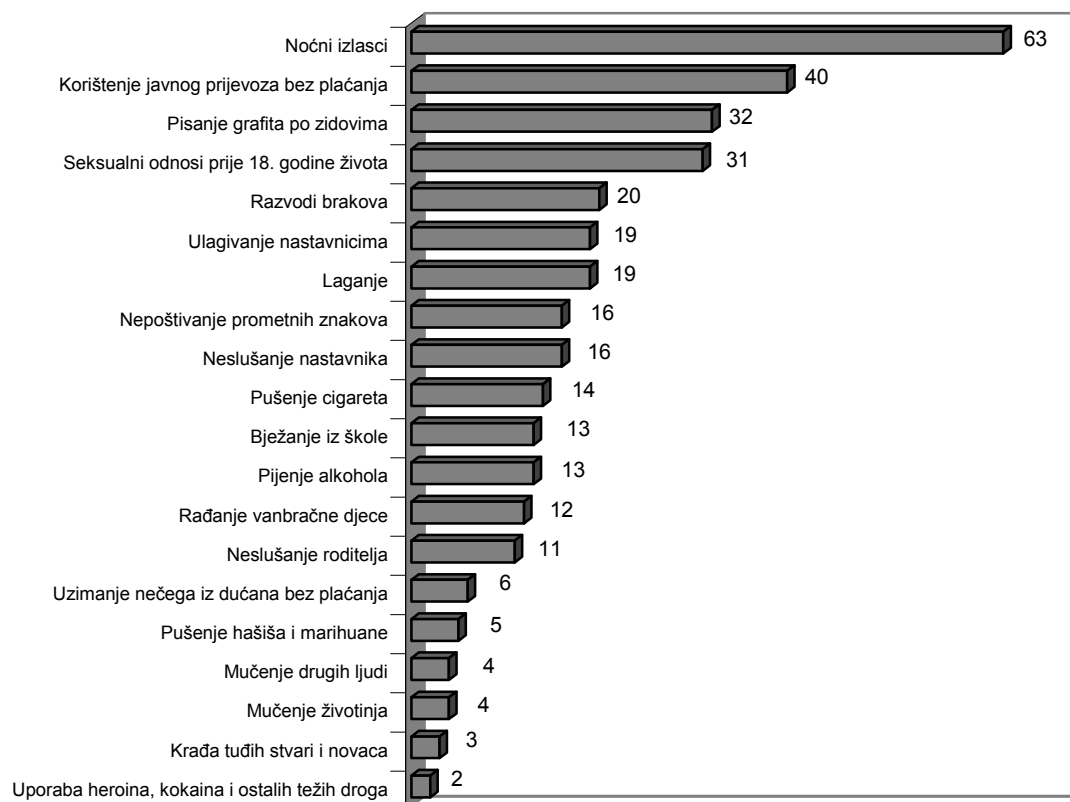
Grafikon 3 prikazuje dobivene frekvencije odgovora izražene u postocima.

Noćni izlasci (cca 63%) predstavljaju daleko najprihvaćeniju kategoriju “nedozvoljenih” ponašanja, pokazujući na taj način koliko je stil života po kojem društveni život počinje negdje oko ponoći, zastupljen među današnjom mladeži. Drugo po rangu popularnosti, među ponašanjima kojima se krše neke društvene norme, jest korištenje javnog prijevoza bez plaćanja (40%).

Nešto manje od jedne trećine preferencija ima pisanje grafita (32%) i seksualni odnosi prije 18. godine (31%), dok karakterne osobine kao laganje i ulagivanje imaju istu frekvenciju prihvaćanja kao razvodi brakova (oko jedne petine ispitanika).

Krađa, mučenja i uživanje droga na kraju su ranga prihvaćenih oblika kršenja normi, s vrlo niskim preferencijama (od 6 do 2 posto).

Grafikon 3: Prihvaćanje “nedozvoljenih” ili društveno neprihvatljivih ponašanja (%)



Treba na kraju reći da stav ispitanika o dozvoljenosti određenih ponašanja kojima se krše društvene norme nisu ujedno i pouzdani pokazatelj spremnosti da se takva ponašanja i upražnjavaju, nego da prije svega predstavljaju specifičan pogled starije djece i tinejdžera na općeprihvaćena društvena pravila i na njihovu održivost, odnosno mogućnost da se ona ruše.

Modeli takve specifične percepcije društvenih normi postaju jasniji nakon provedene faktorske analize.

Tablica 5: Faktorska struktura "nedozvoljenih" ponašanja

Varijable ponašanja	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4	Faktor 5
1 Korištenje javnog prijevoza bez plaćanja			.418	.502	
2 Bježanje iz škole		.394	.464	.312	
3 Neslušanje roditelja			.764		
4 Neslušanje nastavnika			.750		
5 Uzimanje nečega iz dućana bez plaćanja	.592				
6 Noćni izlasci				.745	
7 Pušenje cigareta		.716			
8 Pijenje alkohola		.705		.313	
9 Pušenje hašiša i marihuane		.727			
10 Uporaba heroina, kokaina i ostalih težih droga	.538	.527			
11 Krađa tuđih stvari i novca	.688	.347			
12 Pisanje grafita po zidovima				.662	
13 Ulagivanje nastavnica					.346
14 Laganje			.383	.365	.416
15 Seksualni odnosi prije 18. godine starosti				.665	
16 Rađanje vanbračne djece					.766
17 Razvodi brakova					.812
18 Mučenje životinja	.704				
19 Mučenje drugih ljudi	.747				
20 Nepoštivanje prometnih znakova	.312		.541		

Pet faktora (prikazana je rotirana varimax solucija latentnih dimenzija dobivenih metodom glavnih komponenti) pokriva 56.5% ukupne varijance.

Prvi model (dobro zasićene varijable 5, 10, 11, 18, 19 i, manje, 20) uključuje najmanje prihvaćene varijable, i ujedno one koje ukazuju na najteže oblike kršenja društvenih normi (krađa, upotreba teških droga i mučenja). Nazvat ćemo ga *faktorom devijantnosti*.

Druga dimenzija (varijable 7, 8, 9, 10 te, manje, 2 i 11), poklapajući se s prvom u jednoj varijabli (upotreba teških droga), u sebi sadrži i lakše oblike ovisnosti (uživanje alkohola, pušenje cigareta i hašiša, odnosno marihuane) te, djelomično (odnosno manje zasićenu), varijablu krađe. Nazvat ćemo ovaj model *faktorom ovisnosti*.

Treći faktor uključuje varijable 1, 2, 3, 4, 20 i, manje, 14, dakle lakše oblike kršenja društvenih normi (vožnja bez plaćanja, markiranje, neslušanje roditelja i nastavnika, nepoštivanje prometnih znakova te laganje). Nazvat ćemo ga *faktorom neposlušnosti*.

Četvrti set varijabli, uključujući u sebi varijablu 1 (vožnja bez plaćanja) i varijablu 6 (noćni izlasci), varijable 12 (pisanje grafita) i 15 (seksualni odnosi) te, manje, 2 i 14 (bježanje iz škole i laganje), čini dobro strukturiranu latentnu dimenziju koja ocrtava i vrlo prepoznatljiv stil života. Nazvat ćemo je *faktorom buntovništva*.

Prihvaćajući razvode brakova i vanbračnu djecu, te laganje i (manje) ulaganje nastavnici, posljednja dobivena struktura je zapravo rezidualna, i samo donekle objašnjiva. Nazvat ćemo je po bolje zasićenim varijablama, *faktorom obiteljske razorenosti*.

Možemo zaključiti da su relativno najzastupljeniji oblici odnosa prema društvenim normama oni koji se mogu prepoznati u faktorima buntovništva i neposlušnosti a najmanje oni koji čine faktor devijantnosti. Pritom je prihvaćanje društvenih normi od strane ispitane djece i predadolescenata zapravo u skladu s onima koje možemo nazvati općim etičkim principima, posebno u modernim urbanim sredinama.

Literatura

English, H.; Eghlish, A. (1959): *A Comprehensive Dictionary of Psychological and Psychoanalytical Terms*. New York: Longmans, Green and C.

Radin, F. (1988): Hijerarhije i strukture društvenih vrijednosti, u Radin, F. (prir.): *Fragmenti omladine*. Zagreb: CDD/IDIS

Rokeach, M. (1973): *The Nature of Human Values*. New York: Free Press

Vaccarini, I. (1987): *Dizionario di sociologia*. Milano: Edizioni paoline

SLOBODNO VRIJEME

1. Uvodne napomene

U kontekstu ovoga istraživanja *slobodno vrijeme* nas prije svega zanima kao onaj vremenski okvir svakodnevnoga života djece u kojem se zbiva i korištenje masovnih medija. Dakle, polazimo od pretpostavke da se najveća izloženost potencijalnom utjecaju medija događa u slobodnom vremenu kao poligonu za posvećivanje aktivnostima po vlastitom izboru.

Prije analize dobivenih rezultata nužno je ukratko pojasniti fenomen slobodnog vremena i pristup njegovu istraživanju. Za početak, treba imati na umu da je slobodno vrijeme fenomen koji je nastao u industrijskoj civilizaciji, kada dolazi do ubrzanog tehnološkog razvoja i masovnog zapošljavanja te, paralelno s tim, i do skraćivanja radnog vremena (Martinić, 1977). Otuda se slobodno vrijeme prvenstveno promatra u relaciji spram društveno obveznoga rada, ali i kao relativno osamostaljena sfera svakodnevnog života (Božović, 1979). Dihotomija rad – dokolica najčešće se tumači kroz diskurs o “carstvu nužnosti” naspram “carstva slobode” pri čemu je dokolica ono područje svakodnevnoga života u kojem je načelno moguće da čovjek realizira neke sposobnosti koje u profesionalnom obavljanju posla nisu apsorbirane. To znači da slobodno vrijeme nudi znatno više mogućnosti za razvoj ljudskih potencijala nego veliki broj poslova koje ljudi moraju obavljati, no to ne znači da se te mogućnosti doista i koriste. Upravo zato može se reći da je “slobodno vrijeme prostor u kojem se, možda bolje nego u drugim prostorima, aktivnostima i segmentima društvene strukture, zrcale bezbrojne mogućnosti čovjekova napretka i nazatka, samootuđenja i razotuđenja u beskonačnoj 'igri' njegovih antropoloških karakteristika” (Žugić, 2000:59).

U istraživanjima slobodnoga vremena poseban se akcent stavlja na dvije dimenzije: na njegovu kvalitetu te na dimenziju vremena kao takvog (Parker, 1985). Osnovna distinkcija u određivanju sadržaja slobodnog vremena proizlazi iz toga da li se u njega ubrajaju sve aktivnosti izvan društveno obveznoga rada

(uz aktivnost prema vlastitu izboru, tu su još društvene i obiteljske obveze, dodatni rad i učenje i sl.), ili samo one koje pojedinac bira isključivo svojom voljom. Potonje se shvaćanje slobodnog vremena označava terminom *dokolica*, čime se naglašava razlika od tzv. poluslobodnog vremena, a koji zajedno čine šire shvaćeno slobodno vrijeme (Dumazedier, 1972). U ovom istraživanju ispitujemo tako shvaćeno slobodno vrijeme, no naglasak se stavlja na onaj njegov dio koji faktički predstavlja dokolicu, definiranu kao “zanimanje kojem se pojedinac može posvetiti po miloj volji, izvan profesionalnih, obiteljskih i društvenih nužnosti i obveza, da bi se odmorio, zabavio i kultivirao” (Lefebvre, 1988:153). Navedeno određenje, dakle, upućuje na tri osnovne funkcije slobodnoga vremena: odmor (rekuperacija), zabava i razvoja te razvoj ličnosti (Dumazedier, 1967).

Uloga slobodnoga vremena u svakodnevnom životu osobito se aktualizira kada su u žiži promatranja djeca. Razlog je jednostavan: djeca prolaze kroz intenzivno socijalizacijsko razdoblje, pa na važnosti dobivaju svi potencijalni utjecaji. Implikacija ovoga stava jest da se djeca socijaliziraju i kroz aktivnosti u svom slobodnom vremenu, i to razmjerno lako i spontano, jer se uglavnom radi o aktivnostima neobligatornoga karaktera. No, za djecu važi isto što i za druge segmente populacije: slobodno vrijeme nije apsolutno neuvjetovano. Drugim riječima, izbor aktivnosti u slobodnom vremenu ovisi o tzv. subjektivnim (društveni status roditelja, osobno obrazovanje, sposobnosti i stečene navike) i objektivnim faktorima (kulturno nasljeđe uže i šire okoline, postojeća ponuda i dostupnost određenih sadržaja i slično). Pritom empirijski podaci pokazuju da je način provođenja slobodnoga vremena pod snažnim utjecajem pripadnosti društvenim grupama, tj. pod utjecajem socioklasne pripadnosti pojedinaca i grupa (Čolić, 1991).

Ovdje treba naznačiti da osnovni sadržaj slobodnoga vremena (točnije, dokolice) čine različite kulturne aktivnosti (Božović, 1979). U suvremenom društvu unutar tih aktivnosti najveći dio zauzimaju različiti oblici masovne ili pop kulture koji su najčešće posredovani masovnim medijima. Stoga se može pretpostaviti da je slobodno vrijeme današnjih generacija djece i mladih pretežno ispunjeno sadržajima masovne kulture i masovnih medija.

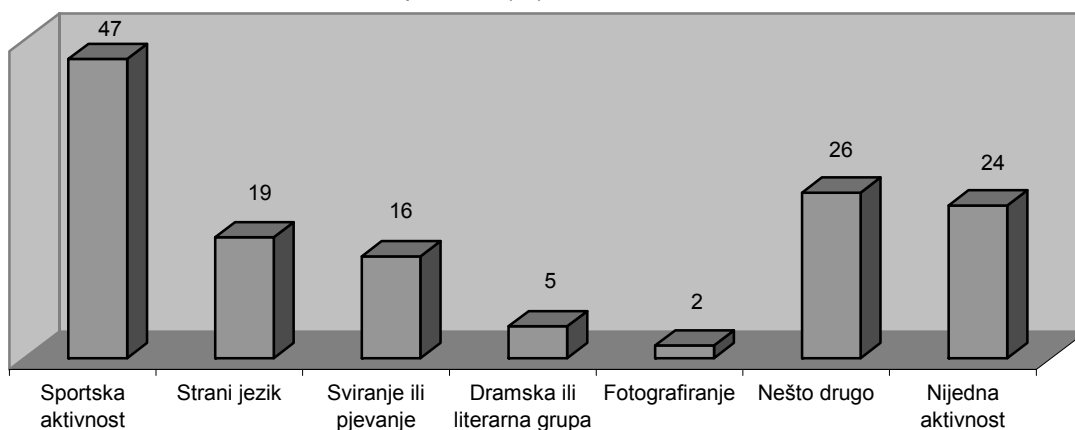
Kada je riječ o djeci postavlja se pitanje koliko okolina svjesno utječe na njihovo korištenje slobodnoga vremena. Valja pretpostaviti da su intervencije uže okoline (roditelja i škole prije svega) u slobodno vrijeme djece znatno prisutnije nego kod omladine, kao i to da tip intervencija znatno ovisi o društvenom statusu roditelja. Istodobno, možemo pretpostaviti da obrasci provođenja slobodnog vremena kod djece još nisu ustaljeni i da, kao takvi, mogu biti podložni značajnim promjenama. Da li, i koliko, roditelji i nastavnici kontroliraju slobodno vrijeme djece, ovisi pak o ciljevima i sposobnostima socijalizatora da ponukaju djecu na (ne)bavljenje određenim aktivnostima, ali i o tome što se uopće djeci može ponuditi na izbor.

U interpretaciji rezultata koja slijedi analizira se nekoliko indikatora slobodnoga vremena djece: uključenost u izvanškolske aktivnosti, količina vremena koje provode sami kod kuće, omiljeni oblici druženja, način provođenja školskih praznika, iskustva s psihoaktivnim supstancama, te količina dnevnog slobodnog vremena i aktivnosti u tom vremenu (dokolici). S obzirom na temu istraživanja, među aktivnostima je posebno mjesto dano korištenju raznih masovnih medija, dok su neke aktivnosti svjesno izostavljene (npr. aktivno bavljenje sportom, koje je apsolvirano pitanjem o izvanškolskim aktivnostima). Pritom se nastoji ustanoviti koliko su navedeni indikatori pod utjecajem osam promatranih sociodemografskih obilježja ispitanika, a u nekim slučajevima koriste se još neke varijable čije dovođenje u vezu s ispitivanim pokazateljima može dati jasniju sliku postojećih tendencija u načinu provođenja slobodnog vremena djece.

2. Neki aspekti korištenja slobodnog vremena

Već je rečeno da se u šire shvaćeno slobodno vrijeme ubrajaju i razne (polu)obvezne aktivnosti. Prototip takvih aktivnosti za učenike jesu razne izvanškolske aktivnosti. Stoga je i nas zanimalo u koje se takve aktivnosti ispitanici uključuju i o kojim to obilježjima ovisi.

Grafikon 1: Izvanškolske aktivnosti ispitanika (%)



Iz grafikona 1 vidljivo je da četvrtina djece nije okupirana nikakvim izvanškolskim aktivnostima, a da je najpopularnije aktivno bavljenje nekim sportom. Petina djece uči neki strani jezik, a nešto manje ih pohađa glazbenu školu ili tečaj, a tek svaki dvadeseti se nastoji literarno ili glumački izraziti.³⁵

Rezultati prikazani u tablici 1 pokazuju o čemu barem djelomice ovisi hoće li se i kojim izvanškolskim aktivnostima djeca baviti. Veća vjerojatnost da se neće baviti nijednom izvanškolskom aktivnošću postoji za djecu koja dolaze iz obitelji u kojima roditelji nisu akademski obrazovani i čiji je školski uspjeh slabiji, te za one koji završavaju osnovnu školu. Potonji trend upućuje na to da pripreme za novi stupanj obrazovanja, a vjerojatno i pojava novih interesa, odvraća učenike osmih razreda od angažmana izvan obaveznog školskog programa. Istodobno, djeca koja odrastaju u obiteljima visokoobrazovanih roditelja i postižu odličan uspjeh u školi u primjetno su većoj mjeri stimulirani da se bave bar nekom izvanškolskom aktivnošću.

³⁵ Ostale aktivnosti kojima se posvećuju, većina ispitanika nije precizirala, tako da kategoriju "nešto drugo" izostavljamo iz daljnje analize. Zbog malog broja ispitanika koji se bave fotografijom, i oni će u analizi koja slijedi biti izostavljeni.

Tablica 1: Izvanškolske aktivnosti s obzirom na sociodemografska obilježja ispitanika (%)

Sociodemografska obilježja	Nijedna aktivnost	Treniranje sporta	Učenje glazbe	Strani jezik	Dramska ili literarna grupa
<i>Razred</i>	$\chi^2 = 21,93$				
Peti	24,3				
Šesti	16,1				
Sedmi	21,8				
Osmi	34,2				
<i>Spol</i>		$\chi^2 = 48,22$	$\chi^2 = 31,04$	$\chi^2 = 13,24$	$\chi^2 = 18,08$
Muški		58,4	10,2	14,9	2,1
Ženski		35,7	23,1	24,3	7,8
<i>Mjesto stanovanja</i>				$\chi^2 = 52,96$	
Veliki grad				33,4	
Mali grad				16,2	
Selo				10,8	
<i>Obrazovanje oca</i>	$\chi^2 = 23,56$			$\chi^2 = 104,54$	
Osnovna škola	32,9			3,8	
KV/VKV	30,1			11,6	
Srednja škola	26,3			13,8	
Viša/visoka škola	13,8			40,3	
<i>Obrazovanje majke</i>	$\chi^2 = 29,65$			$\chi^2 = 84,99$	
Osnovna škola	36,2			5,1	
KV/VKV	24,4			10,4	
Srednja škola	26,1			16,7	
Viša/visoka škola	13,3			38,3	
<i>Zaposlenost roditelja</i>				$\chi^2 = 36,12$	
Oboje zaposleni				26,4	
Jedan zaposlen				13,8	
Oboje nezaposleni				5,2	
<i>Školski uspjeh</i>	$\chi^2 = 20,17$		$\chi^2 = 57,87$	$\chi^2 = 99,56$	
Dobar	32,7		7,3	5,8	
Vrlo dobar	24,2		12,1	13,6	
Odličan	16,8		27,6	36,1	
UKUPNO	24,1	47,1	16,1	19,2	5,0

Kojom će se izvanškolskom aktivnošću djeca baviti, u najvećem broju slučajeva gotovo da ne ovisi ni o jednom obilježju, izuzev spola. Konkretno, dječaci preferiraju sportske aktivnosti, a djevojčice glazbeno obrazovanje i dramske ili literarne aktivnosti. Jedino što ovdje treba primijetiti jest da je očito da razlike u afinitetima nastaju već u djetinjstvu, pa se može pretpostaviti da roditelji i škola više potiču tradicionalnu spolnu podjelu uloga nego što su spremni na razbijanje stereotipa kod svoje djece od malih nogu.

Izvanškolska aktivnost koja se pokazuje izrazito socijalno uvjetovanom jest učenje stranog jezika – uz spolne razlike (i to ponovo u korist učenica) pojavljuje se i utjecaj obrazovanja oca i majke, školskog uspjeha, mjesta

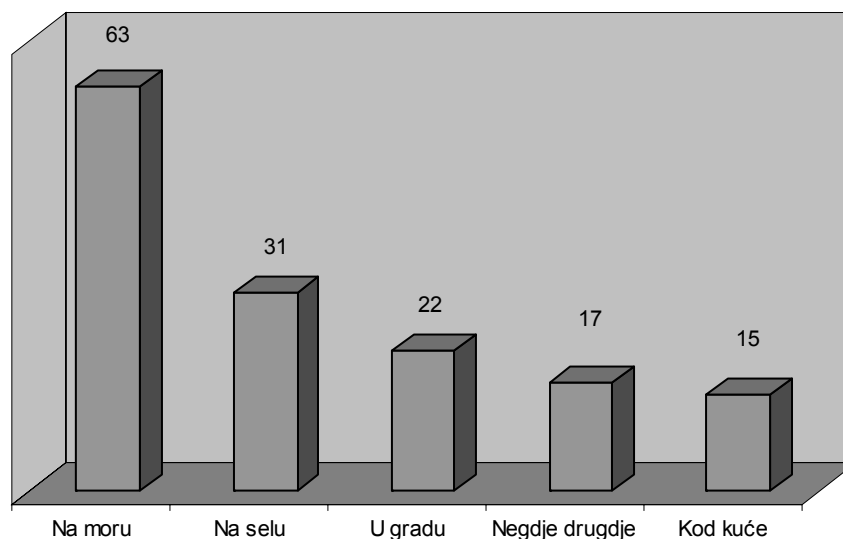
stanovanja i zaposlenosti roditelja. Preciznije rečeno, strani jezik izvan redovne nastave više uče djeca najobrazovanijih i zaposlenih roditelja, nastanjena u gradovima i ona koja su bolji đaci. Ovi trendovi ukazuju na rano uspostavljanje razlika u obrazovnim šansama i kada je riječ o izvanškolskoj edukaciji, pa utoliko na važnosti zadobivaju nastojanja, primjerice, da se u sve osnovne škole uvede drugi strani jezik. Očito je da su djeca iz sociokulturno depriviranih sredina (lošiji socijalni i obrazovni status roditelja, ruralno okruženje) više zakinuta u mogućnostima dodatnoga obrazovanja – na koncu konca, škole stranih jezika koštaju, a roditelji, koji ionako nemaju dovoljno novca za egzistencijalne potrebe i koji sami nisu naročito obrazovani, teško će izdvojiti sredstva za neki oblik dodatnog obrazovanja svoje djece.

Zanimljivo je da je usporedba (ne)bavljenja izvanškolskim aktivnostima i raspoloživim dnevnim slobodnim vremenom pokazala da u tom pogledu nema statistički značajnih razlika. To znači da djeca koja nisu okupirana nekom izvanškolskom aktivnošću nemaju više slobodnog vremena (što bi bilo očekivano), a razlog tome je vjerojatno što su ta djeca zaokupljena nekim drugim obvezama (npr. pomaganjem u kućnim i sličnim poslovima).

Socijalna uvjetovanost uočljiva je i u drugim aspektima slobodnoga vremena djece, kao što je provođenje ljetnih školskih praznika.

Grafikon 2 zorno pokazuje da ipak značajna većina djece uspijeva bar dio tog godišnjeg školskog predaha provesti izvan mjesta stalnog boravka.

Grafikon 2: Mjesta provođenja školskih praznika (%)



Vidimo da je otprilike svaki sedmi učenik ljetne praznike proveo doma, što je svakako više nego kada su u pitanju mladi i ostala populacija³⁶. Socioekonomske prilike uvelike otežavaju potrebu naših građana da se bar jednom godišnje odmore negdje drugdje, a ne kod kuće, no čini se da, kada su njihova djeca u pitanju, većina roditelja ulaže posebne napore da svojoj djeci omogući bar malo putovanja i promjena. Očito je da je more najpopularnija ljetna destinacija, potom seoska područja pa gradovi (vjerojatno povezano s tim gdje djeca imaju rođake kod kojih mogu otići).³⁷ Ovdje treba napomenuti da je tako veliki broj djece koja su ljetne praznike provela na moru vjerojatno posljedica strukture našeg uzorka u kojem je gotovo trećina ispitanika nastanjena u mjestima na jadranskoj obali. Stoga taj podatak treba uzeti sa stanovitom rezervom, tj. broj djece iz kontinentalnih krajeva, koja su dio ljeta provela na moru, zacijelo je primjetno manji.

³⁶ Za usporedbu možemo se poslužiti nalazima istraživanja socijalne strukture hrvatskog stanovništva koji pokazuju da sredinom devedesetih godina prethodnog stoljeća čak 69% zaposlene i nezaposlene mladeži nije nikamo išlo u vrijeme godišnjih odmora, a među starijima takvih je bilo gotovo četiri petine (Ilišin, 1999:28). Situacija se nije bitno popravila ni potkraj posljednjeg desetljeća, kada 62% svih mladih nikamo nije išlo na godišnji odmor (podatak je preuzet iz već navedenog istraživanja mladih iz 1999. godine).

³⁷ Budući da su u kategoriji "negdje drugdje" ispitanici navodili različita mjesta (jezera, planine, inozemstvo) ili nisu precizirali gdje su išli, taj odgovor također izostavljamo iz daljnje analize.

Iz tablice 2 vidi se o čemu ovisi da li će i kamo djeca otputovati za školskih praznika.

Tablica 2: Mjesto provođenja ljetnih praznika s obzirom na sociodemografska obilježja ispitanika (%)

Sociodemografska obilježja	Nisu nikamo išli	Išli su na more	Išli su na selo
Razred			$\chi^2 = 21,93$
Peti			29,3
Šesti			40,8
Sedmi			24,6
Osmi			27,1
Mjesto stanovanja	$\chi^2 = 30,17$	$\chi^2 = 71,23$	
Veliki grad	7,2	81,7	
Mali grad	22,9	53,2	
Selo	16,3	55,6	
Obrazovanje oca	$\chi^2 = 30,33$	$\chi^2 = 75,75$	
Osnovna škola	30,2	35,7	
KV/VKV	19,4	53,2	
Srednja škola	14,8	62,4	
Viša/visoka škola	7,3	81,3	
Obrazovanje majke	$\chi^2 = 35,07$	$\chi^2 = 88,07$	
Osnovna škola	29,1	40,3	
KV/VKV	19,1	48,9	
Srednja škola	13,4	65,7	
Viša/visoka škola	8,2	81,1	
Zaposlenost roditelja	$\chi^2 = 22,53$	$\chi^2 = 44,65$	
Oboje zaposleni	10,3	72,4	
Jedan zaposlen	18,1	56,2	
Oboje nezaposleni	26,1	41,7	
Školski uspjeh	$\chi^2 = 25,22$	$\chi^2 = 44,55$	
Dobar	24,1	48,2	
Vrlo dobar	14,4	62,6	
Odličan	8,9	74,1	
UKUPNO	15,1	62,7	30,5

Odabir nekog grada kao odredišta za provođenje dijela ljetnih praznika ne ovisi ni o jednoj promatranoj sociodemografskoj značajki ispitanika. U izboru sela kao mjesta provođenja praznika izdvajaju se jedino učenici šestih razreda, što se čini kao plod čiste slučajnosti, budući da se ta skupina učenika inače ni po čemu drugome ne izdvaja kao specifična.

Potpuno je drukčija slika onih koji nisu nikamo išli i onih koji su bili na moru, i to na način da se pojavljuju kao dvije sociodemografski dijametralno različite skupine djece. Tako su doma češće ostajala djeca niže obrazovanih i

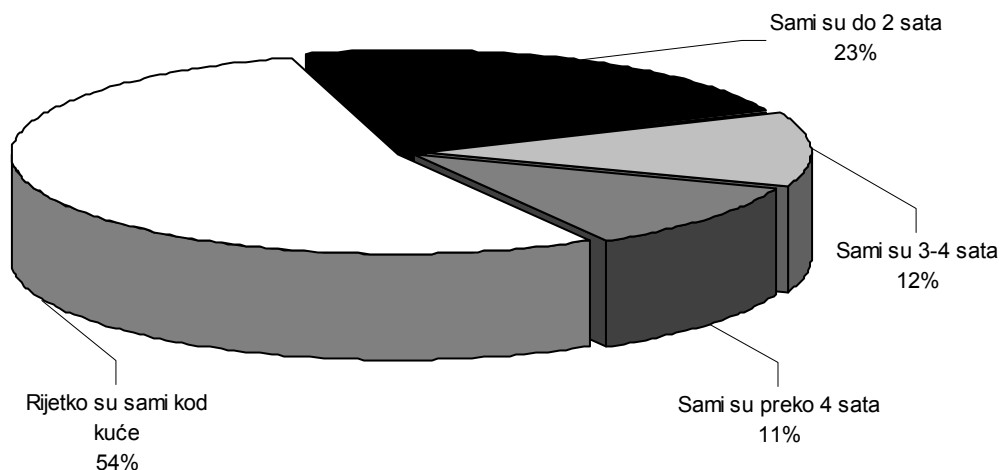
nezaposlenih roditelja, koja žive u malim gradovima i imaju razmjerno slabiji školski uspjeh. Na suprotnoj strani su oni koji su više od drugih išli na more. To su posebice djeca visokoobrazovanih i zaposlenih roditelja, koja žive u velikim gradovima i imaju najbolje školske ocjene. Unutar ovih nalaza uočljiva je linearnost tendencija: kako raste razina obrazovanja roditelja, zaposlenost (oba roditelja umjesto samo jednog) i školski uspjeh učenika, raste i broj onih koji su bili na moru – nasuprot tome, s opadanjem obrazovne razine roditelja, njihove zaposlenosti i školskog uspjeha ispitanika raste broj onih učenika koji su praznike proveli doma. Iz ovih je podataka jasno da presudnu ulogu igra socijalni status obitelji (uključujući stupanj obrazovanja i zaposlenost roditelja, što rezultira većim primanjima), a da se školski uspjeh djece može promatrati kao dodatni poticaj roditeljima da nagrade svoju djecu za trud u školi. Intrigantna je situacija djece iz malih gradova, jer se ovdje pokazuje da su ona u još lošijoj poziciji nego djeca sa sela. Možda bi se ovo dijelom moglo objasniti višestruko nepovoljnim posljedicama učestalog propadanja industrijskih pogona u manjim gradovima, a čiji je gospodarski i socijalni život u pravilu bio i izravno i neizravno organiziran i ovisan od jednog ili nekoliko takvih poduzeća.

Školski praznici ipak su specifičan dio godišnjeg “fonda” slobodnog vremena, a nas poglavito zanima dnevna rutina. Vidjeli smo već da dvije trećine djece dio svog slobodnog vremena (vjerojatno jednom ili nekoliko puta tjedno) izdvaja za razne izvanškolske aktivnosti. No kako njihov život, uključujući slobodno vrijeme, izgleda svakodnevno?

Kao prvo, ispitali smo koliko vremena dnevno djeca provode sama doma, i to iz dva razloga: zbog suvremene tendencije zapošljavanja žena javlja se tjeskoba da su djeca suviše vremena prepuštena sama sebi, te zbog toga što vrijeme koje provode sama najčešće spada u njihovo slobodno vrijeme.

Grafikon 3 predočava koliko djeca prosječno vremena dnevno provedu sama kod kuće.

Grafikon 3: Prosječno dnevno vrijeme koje ispitanici provode sami kod kuće



Upečatljiva je slika da nešto više od polovine učenika gotovo nikada nije sama kod kuće. Jedna četvrtina njih sami su najviše dva sata dnevno, a druga četvrtina tri sata i više. Na osnovi ovakve distribucije odgovora može se konstatirati da većina učenika ipak nije dugo vremena bez nadzora roditelja ili nekih drugih ukućana.

Rezultati navedeni u tablici 3 zapravo su i očekivani.

Najveći utjecaj, dakako, ima tip obitelji – život u proširenoj obitelji najsigurnije je jamstvo da djeca neće biti sama doma, dok život samo s jednim ili oba roditelja pokazuje slične efekte, tj. podjednak broj djece koja (ne)ostaju sama kod kuće. Očekivan je i smjer utjecaja zaposlenosti roditelja – ako su oba roditelja zaposlena, veća je vjerojatnost da će djeca više vremena provoditi sama kod kuće. S druge strane, ne pokazuju se velike razlike između obitelji u kojima je nezaposlen jedan roditelj i onih u kojima su nezaposlena oba roditelja. Ovo je veoma zanimljiv nalaz – on pokazuje da hendikep nezaposlenosti u obitelji (oba roditelja) sobom ne nosi ni bar utješnu prednost da ti roditelji imaju više vremena koje bi mogli posvetiti svojoj djeci. Karakter anketirane grupe (djeca) nije nam dozvolio da uz kategoriju stalne zaposlenosti ispitamo i rad “na crno”, honorarni rad itd., pa ovakav iznenađujući rezultat treba ipak uzeti uvjetno. Vjerojatno je, naime, da formalno nezaposleni roditelji pokušavaju

priskrbiti nekakva sredstva za život obavljajući razne poslove izvan kuće, pa utoliko nemaju puno više vremena za svoju djecu.

Tablica 3: Prosječno dnevno vrijeme koje ispitanici provode sami kod kuće s obzirom na njihova sociodemografska obilježja (%)

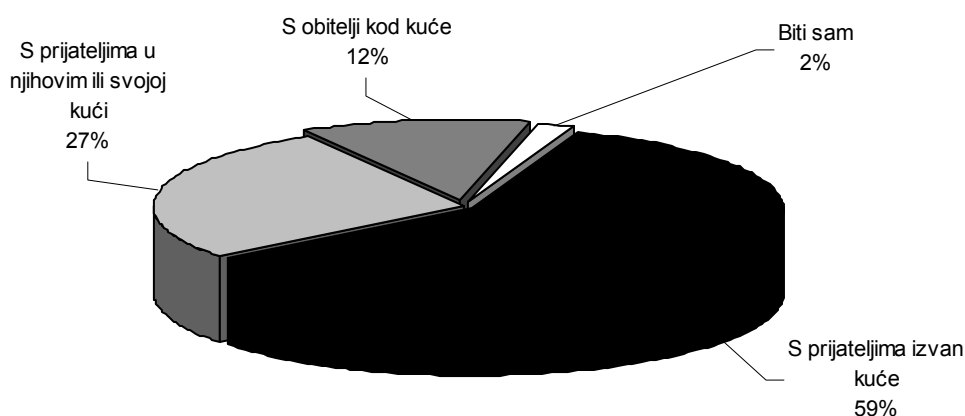
Sociodemografska obilježja	Dnevno sami kod kuće		
	Rijetko su sami	Do 2 sata	3 i više sati
<i>Mjesto stanovanja</i>	$\chi^2 = 23,56$		
Veliki grad	42,5	25,1	32,4
Mali grad	59,1	25,8	15,1
Selo	58,9	20,1	21,0
<i>Obrazovanje oca</i>	$\chi^2 = 28,37$		
Osnovna škola	69,7	11,9	18,4
KV/VKV	57,8	21,3	20,9
Srednja škola	54,8	25,2	20,0
Viša/visoka škola	43,1	26,1	30,8
<i>Obrazovanje majke</i>	$\chi^2 = 28,62$		
Osnovna škola	67,3	17,8	14,9
KV/VKV	58,9	18,9	22,2
Srednja škola	53,9	24,0	22,1
Viša/visoka škola	42,1	28,2	29,7
<i>Zaposlenost roditelja</i>	$\chi^2 = 31,66$		
Oboje zaposleni	45,8	25,3	28,9
Jedan zaposlen	61,1	22,6	16,3
Oboje nezaposleni	65,6	19,4	15,0
<i>Tip obitelji</i>	$\chi^2 = 41,34$		
Potpuna obitelj	49,1	25,3	25,6
Nepotpuna obitelj	52,9	25,0	22,1
Proširena obitelj	74,2	17,1	8,7
UKUPNO	54,0	23,5	22,5

Život u velikom gradu također značajno povećava vrijeme koje djeca provode sama kod kuće. Isto vrijedi i za obrazovanje oba roditelja: udio učenika koji ostaju sami kod kuće linearno raste s porastom stupnja obrazovanja majke, odnosno oca. Ovo ne treba tumačiti kao veću nebrigu obrazovanijih roditelja za svoje potomstvo, nego kao odraz spleta već ustanovljenih okolnosti. Naime, upravo su natprosječno obrazovani roditelji koncentrirani u velikim gradovima i češće su oboje zaposleni, a pokazalo se da su to faktori koji primjetno utječu na to hoće li i koliko vremena djeca biti sama kod kuće.

Budući da su neka istraživanja pokazala da djeca najviše vole provoditi vrijeme kod kuće s obitelji (Košir, Zgrabljic, Ranfl, 1999), a mladi vani s prijateljima (Ilišin, 1988), ispitali smo kako u tom pogledu reagiraju anketirani učenici.

Grafikon 4 jasno pokazuje da su naši ispitanici, a to su starija djeca, u pogledu preferencija u druženjima uveliko zakoračili u mladenačku dob.

Grafikon 4: Omiljeni način druženja



Više od polovine ispitanika već daje prednost druženjima s prijateljima, i to bez ikakva supervizorstva bilo čijih roditelja, dok trećina voli biti s prijateljima kod svoje ili njihove kuće. Obitelj (roditelje) samo desetina djece pretpostavlja prijateljima, dok zanemariva manjina ne želi bilo kakvo društvo³⁸. Dakle, očito je da kod starije djece roditelji “gube bitku” s njihovim vršnjacima i da se njihovo sudjelovanje u svakodnevnom životu potomstva počinje reducirati na područja u kojima djeca i dalje ovise o njima. Drugim riječima: ako je propuštena prilika većeg provođenja zajedničkog vremena s djecom dok su bila mlađa, njihovim ulaskom u tinejdžerske godine šanse za “popravak” i “nadoknadu” izgubljenog vremena su minimalne.

³⁸ Tih 2% ispitanika radi statistički malog broja isključeno je iz daljnje obrade. Bilo bi svakako zanimljivo doznati nešto o osobinama te djece, primjerice igraju li presudnu ulogu određene psihičke karakteristike ili u tome značajno sudjeluju i specifične socijalne okolnosti.

Usporedbe u tablici 4 zorno potvrđuju navedene pretpostavke.

Tablica 4: Omiljeni način druženja s obzirom na sociodemografska obilježja ispitanika (%)

Sociodemografska obilježja	Omiljeni način druženja		
	S prijateljima kod kuće	S prijateljima izvan kuće	S obitelji kod kuće
<i>Razred</i>	$\chi^2 = 58,16$		
Peti	32,1	48,9	19,0
Šesti	34,0	50,2	15,8
Sedmi	22,3	70,8	6,9
Osmi	19,5	73,1	7,4
<i>Mjesto stanovanja</i>	$\chi^2 = 20,82$		
Veliki grad	18,2	70,7	11,1
Mali grad	31,3	56,1	12,6
Selo	31,4	55,6	13,0
UKUPNO	27,1	59,9	12,0

Trend povezanosti dobi djece s omiljenim tipom druženja nedvojbena je: kako djece sazrijevaju, tako se sve više orijentiraju na druženja s prijateljima, a i to poglavito bez neposredne roditeljske kontrole (što je osobito izraženo nakon 13. godine). U ovom slučaju jasno se razdvajaju djeca iz velikih gradova naspram one iz malih gradova i sela – čini se da visokourbanizirano okruženje nudi mnogo više izazova da se s prijateljima potraži zabava izvan roditeljskog doma, dok djeca iz manje urbaniziranih i ruralnih sredina nedostatak sadržaja kompenziraju češćim druženjima po kućama.

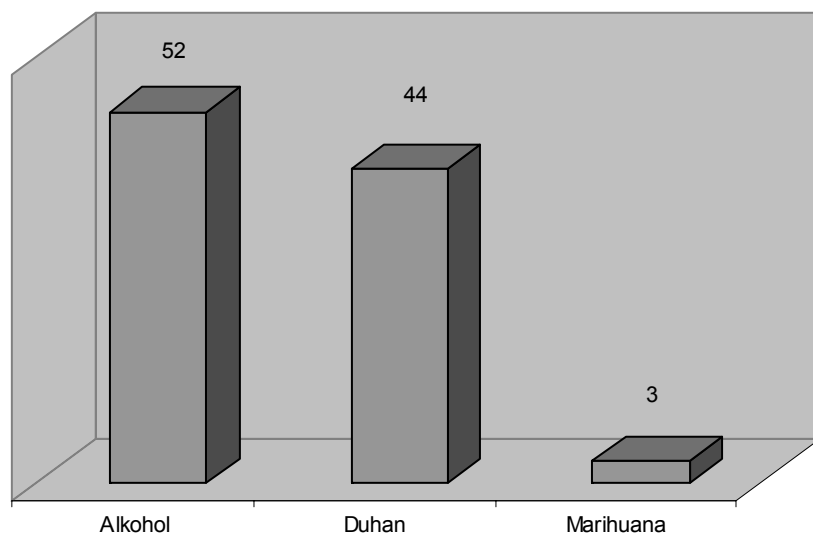
Opet smo naišli na zanimljiv izostanak jedne očekivane razlike – naime, vrijeme koje ispitanici provode sami kod kuće ne pokazuje povezanost s tim s kim će se družiti, tj. oni koji više vremena provode bez obitelji ne pokazuju da im to nedostaje, kao što ni oni koji su manje sami kod kuće nisu zbog toga postali više orijentirani na obiteljska druženja. Ovo je još jedan pokazatelj koliko se tinejdžerski interesi pomiču “negdje drugdje” izvan obitelji.

U sklopu istraživanja slobodnog vremena djece ispitali smo i neke oblike društveno nepoželjnih ponašanja. Zanimalo nas je, naime, koliko je djece došlo u kontakt s tri psihofizička stimulansa: duhanom, alkoholom i marihuanom. Te okolnosti smještamo u kontekst analize slobodnog vremena naprosto zato što pretpostavljamo da se eksperimentiranje s navedenim stimulansima zbiva

poglavito u slobodnom vremenu. Iskustvo s njima tretiramo kao zasad benigni oblik neprihvatljivog ponašanja, polazeći pritom od načelnog stava da ove supstance na djecu imaju još nepovoljniji utjecaj nego na pripadnike odrasle populacije. Kako je riječ o skupini starije djece, zanimalo nas je da li su te supstance uopće probali, a ne da li ih već povremeno ili redovno koriste. To je i razlog zašto nismo pitali za njihov eventualni doticaj s tzv. teškim drogama – naime, pretpostavili smo da je postotak takve djece još uvijek zanemariv.

Iz grafikona 5 jasno se vidi da su tzv. lake droge djeca znatno manje iskušala nego duhan ili alkohol.

Grafikon 5: Iskustva s psihofizičkim stimulansima (%)



Kao što se iz podataka vidi, većina starije djece probala je alkohol, nešto manje ih je probalo pušiti cigarete, a vrlo mali broj marihuanu. Ova tendencija sukladna je situaciji među mladima, koji, dakako, imaju znatno više iskustva sa svim navedenim supstancama.³⁹ Ovdje dobiveni podaci su jednokratni, no kada ih povežemo sa saznanjima o mladima, očito je da sporije raste broj mladih koji

³⁹ U istraživanju mladih Hrvatske iz 1999. godine ustanovljeno je da je 88% mladih probalo alkohol, 77% duhan, a 38% marihuanu. Usporedbu tih podataka s podacima o ponašanju studenata koncem osamdesetih godina prošloga stoljeća ukazuje na porast upotrebe svih promatranih supstanci, jer je tada 75% studenata probalo alkohol, 71% duhan, a marihuanu 13% (Ilišin, 1999:115).

iskušavaju duhan nego onih koji probavaju alkohol, a osobito marihuanu. Iz toga slijedi komentar da je zacijelo razmjerno agresivna antipušačka kampanja provedena tijekom devedesetih polučila relativan uspjeh – iako je doticaj mladih s duhanom povećan, porast je osjetno manji nego u slučaju alkohola i marihuane.

Kao najveći problem pokazuje se alkohol, čija upotreba ustrajno raste, a što nužno implicira pitanje – zašto se i antialkoholičarska kampanja ne provodi s podjednakim žarom kao i ona protiv duhana i droge? Može se konstatirati da u Hrvatskoj egzistira razmjerno visoka tolerancija spram uživanja alkohola, što djeca vrlo dobro registriraju pa opomene kako alkohol nije za djecu doživljavaju više kao ritualne iskaze brige starijih nego kao njihove uvjerljive savjete. Dakako, to nije neobično, budući da sami odrasli konzumiraju alkohol, i teško bi bilo naći učenika u čijoj bližoj okolini nema barem jedne osobe koja puno pije, ili koji nije prisustvovao raznim slavljeničkim trenucima i obiteljskim okupljanjima, kada većina odraslih pije (mnogo njih i neumjereno).

Uz alkohol, izražen je i problem s uživanjem droga – naši ispitanici koji su kušali marihuanu malobrojni su, no te rezultate treba smjestiti u kontekst nalaza drugih istraživanja (npr. Lalić, Nazor, 1997; Sakoman, 1999), koji pokazuju da u Hrvatskoj rapidno raste broj ovisnika o drogama, te da su ovisnici sve mlađi. Dakako, oni koji su probali pušiti marihuanu ili cigarete i piti alkohol neće nužno, dapače, ni vjerojatno, postati ovisnici o određenoj supstanci – ali također je nesporno da je kušanje nečega uvijek prvi i neizbježni korak ka stvaranju navike (a u konačnici i ovisnosti), kao što je i logično da ranije dolaženje u dodir s opojnim supstancama rezultira i ranijim stjecanjem loših navika.

Budući da sve studije o ovisnostima barataju argumentacijom da je porast narkomanije (i alkoholizma) u velikoj mjeri uvjetovan društvenim okolnostima – kako onima na makro razini (gospodarska kriza, rat i sl.), tako i onima na mikro razini (nestabilne obitelji, otuđeni obiteljski odnosi itd.) – provjerili smo kako korištena sociodemografska obilježja djece djeluju na sklonost eksperimentiranju s psihofizičkim stimulansima. Pritom daljnjoj analizi nisu podvrgnuti ispitanici koji su probali pušiti marihuanu, naprosto zato što ih je u statističkom smislu bilo premalo, no informacije radi treba reći da su druga

istraživanja pokazala da više iskustava s lakim drogama imaju mladi muškarci iz urbanih sredina.

Podaci iz tablice 5 pokazuju s kojim je malobrojnim obilježjima ispitanika povezana njihova sklonost da probaju pušiti cigarete ili piti alkohol.

Tablica 5: Iskustva s duhanom i alkoholom s obzirom na sociodemografska obilježja ispitanika (%)

Sociodemografska obilježja	Cigarete	Alkohol
<i>Razred</i>	$\chi^2 = 84,61$	$\chi^2 = 102,12$
Peti	26,0	30,8
Šesti	38,0	42,8
Sedmi	46,8	60,4
Osmi	65,6	72,4
<i>Spol</i>		$\chi^2 = 20,32$
Muški		58,8
Ženski		44,6
<i>Omiljeni način druženja</i>	$\chi^2 = 35,34$	$\chi^2 = 39,46$
S prijateljima u kući	38,7	42,9
S prijateljima vani	50,6	59,4
S obitelji	22,7	32,8
<i>Dnevno slobodno vrijeme</i>		$\chi^2 = 19,06$
Do 2 sata		40,5
3-4 sata		52,4
Preko 4 sata		58,2
UKUPNO	44,1	51,6

Presudan faktor za iskušavanje i duhana i alkohola jest dob djece: što su djeca starija, to je veći broj onih koji su probali pušiti i piti. Taj trend upućuje na objašnjenje da djeca te psihofizičke stimulanse u znatnoj mjeri kušaju da bi se predstavili odraslijima i pokazali pred prijateljima koji čine to isto. Otuda je kušanje duhana i alkohola vjerojatno više u funkciji inicijacije u društvo i rezultat radoznalosti nego što je iskaz nekakve potrebe i navike. Povežemo li ove nalaze s podacima iz prethodnog poglavlja koji pokazuju da velika većina djece ne odobrava pušenje cigareta i pijenje alkohola, postavlja se pitanje zašto čine ono što inače ni sama ne odobravaju. Ta diskrepanca između iskazanih stavova, koji su rezultat šireg društvenog utjecaja i pritiska, te konkretnog

ponašanja upućuje da postoji snažan socijalni pritisak grupa vršnjaka čijim se normama djeca nastoje prilagoditi.

Ovu pretpostavku potkrepljuju i nalazi da su duhan i alkohol češće probala djeca čiji je omiljeni način druženja s prijateljima izvan kuće. Dakle, dominantna orijentacija na vršnjačke skupine pogoduje prakticiranju nekih ponašanja koja i sama djeca drže neprihvatljivima, ali im je u grupi lakše prekršiti pravila i zabrane.

Kušanje alkohola ovisi još i o spolu djece, te o raspoloživom slobodnom vremenu, pri čemu su dječaci i oni koji imaju više slobodnog vremena češće probali piti alkohol. No zanimljivo je da razlika između djevojčica i dječaka nije jako velika (a što se duhana tiče, gotovo je i nema), što sugerira da se djevojčice u nekim modelima ponašanja približavaju dječacima. Svakako je najintragantnije to da nisu registrirani teorijski očekivani utjecaji socijalne okoline, kao što je obrazovanost roditelja, tip obitelji ili urbaniziranost mjesta stanovanja. Čini se da na razini upoznavanja s psihofizičkim stimulansima socijalna okolina ne igra bitnu ulogu (vidjeli smo da je znatno važnija dob), i vjerojatno je da socijalna okolina više utječe na stjecanje navike stalne upotrebe neke supstance.

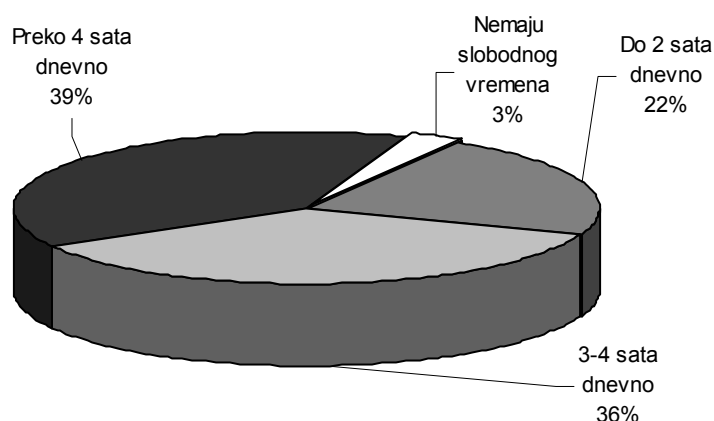
3. Aktivnosti u dokolici

Kada je slobodno vrijeme u pitanju, ipak nas najviše zanimaju aktivnosti kojima se djeca posvećuju u svojoj dokolici (dakle, kada ne uče niti idu na različite izvannastavne aktivnosti) te s koliko takvog slobodnog vremena dnevno raspolažu.

Iz grafikona 6 proizlazi da četvrtina djece ima samo do dva sata slobodnog vremena, trećina tri do četiri sata, a dvije petine preko četiri sata dnevno.⁴⁰

⁴⁰ Prema ovim podacima djeca raspolažu s tek nešto više slobodnog vremena nego mladi, kojih se po jedna trećina nalazi u svakoj promatranoj kategoriji (što pokazuju rezultati istraživanja mladih iz 1999. godine). Realno je pretpostaviti da i djeca i mladi raspolažu s više slobodnog vremena nego stariji, što je jedan od razloga zašto slobodnom vremenu djece i mladih treba posvetiti veću pozornost.

Grafikon 6: Budžet dnevnog slobodnog vremena



Može se reći da ispitana djeca ne raspolažu s enormnom količinom slobodnoga vremena, no ipak više nego dostatnom da bi se razmišljalo kako to vrijeme popuniti sadržajima kroz koja će se djeca zabaviti i educirati istodobno.

S koliko prosječnog dnevnog slobodnog vremena djeca raspolažu ovisi o vrlo malo obilježja (tablica 6).

Tablica 6: Dnevno slobodno vrijeme s obzirom na sociodemografska obilježja ispitanika (%)

Sociodemografska obilježja	Prosječno dnevno slobodno vrijeme		
	Do 2 sata	3-4 sata	Preko 4 sata
<i>Spol</i>	$\chi^2 = 16,98$		
Muški	21,6	32,3	46,1
Ženski	26,8	40,4	32,8
<i>Mjesto stanovanja</i>	$\chi^2 = 21,64$		
Veliki grad	33,2	35,6	31,2
Mali grad	18,6	37,1	44,3
Selo	22,5	35,4	42,1
UKUPNO	24,7	36,0	39,3

Ustanovljene razlike pokazuju da najmanje slobodnog vremena imaju djeca koja žive u velikim gradovima te da djevojčice raspolažu s manje slobodnog vremena od dječaka. Ovi trendovi sugeriraju da veliki gradovi nude više aktivnosti i sadržaja koji mogu popuniti vrijeme izvan nastave, a može biti i to da ta djeca više vremena troše na učenje (jer se pokazalo da imaju bolje ocjene). "Višak" slobodnog vremena dječaka možda dijelom proizlazi iz potonjeg razloga, a dijelom iz činjenice da se njima daje manje kućnih

zaduženja (a što bi bio još jedan indikator perpetuiranja tradicionalnog obrasca spolne podjele uloga).

Iznova je znakovit izostanak razlika u količini slobodnog vremena s obzirom na to koliko djeca vremena provedu sama kod kuće, tj. nije ustanovljeno da djeca koja su više sama doma istodobno raspolažu i s više slobodnog vremena. Na osnovi toga moglo bi se ustvrditi da su anketirana djeca razmjerno disciplinirana, pa i kada ostaju bez neposrednog roditeljskog nadzora, nisu podložna neracionalnom trošenju vremena u smislu da se, zanemarujući obveze, prepuštaju zabavi. Ukoliko je to točno, čini se da su roditelji djeci već u mlađoj dobi usadili razmjerno stabilne radne navike i modele ponašanja koje djeca primjenjuju i kada su u situacijama samostalnog donošenja odluka.

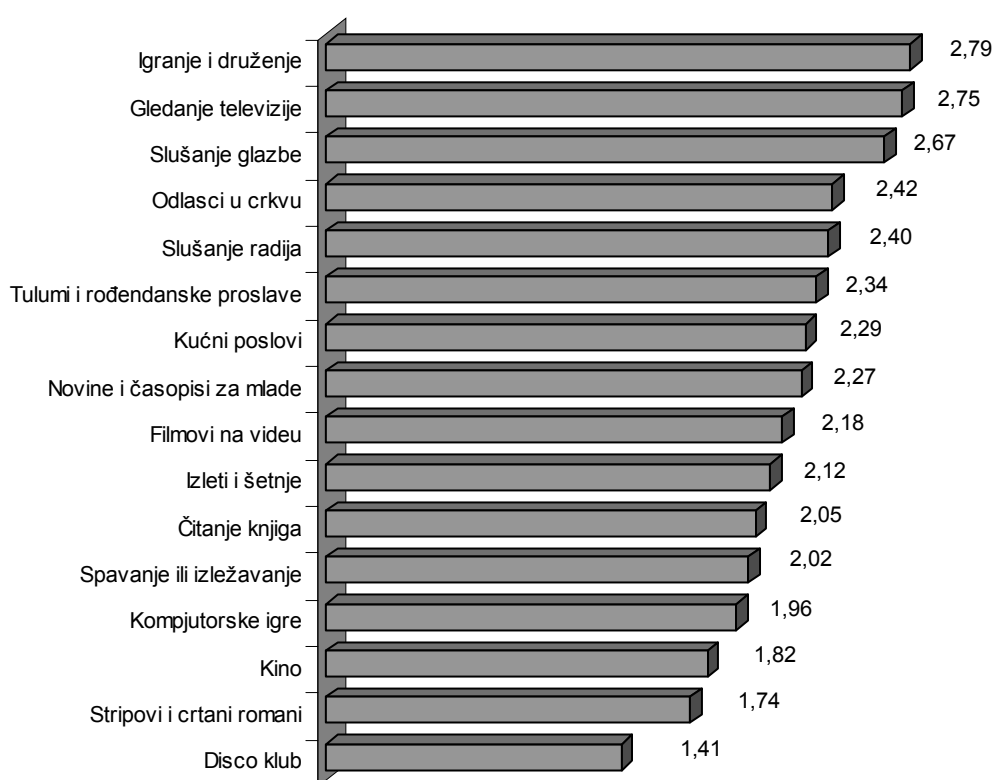
Kojim je sadržajima ispunjena dokolica djece, vidi se u grafikonu 7.

Aktivnosti koje djeca najčešće prakticiraju (stupanj "često" od 53 do 79 posto) jesu druženja s prijateljima, gledanje televizije, slušanje glazbe i odlasci u crkvu. Takva hijerarhija interesa u slobodnom vremenu nije nepoznata i u znatnoj je mjeri sukladna preferencijama mladih u Hrvatskoj.⁴¹ U većini promatranih aktivnosti djeca faktički participiraju povremeno, tj. osrednje (često od 17 do 46 posto). U tu skupinu spada slušanje radija, odlasci na rođendane i tulumе, pomaganje u kućanskim poslovima, čitanje tiska za mlade, gledanje filmova na videu te odlasci na izlete i šetnje, čitanje knjiga, spavanje ili izležavanje i igranje kompjutorskih igara. Očito je da je riječ o raznorodnim aktivnostima kojima se djeca posvećuju sukladno svojim afinitetima i objektivnim mogućnostima. Na dnu ljestvice su, potpuno očekivano, izlasci u disco-klubove i kino (što često radi 6-7% starije djece) jer je riječ o aktivnostima za koje je im potrebno dopuštenje i priznanje roditelja da su dovoljno odrasli za samostalne večernje izlaske. Dosadašnja istraživanja mladih pokazuju da

⁴¹ Mladi su 1999. godine također izjavljivali da se najčešće druže s prijateljima i gledaju televiziju, slušaju radio i izlaze u kafiće, dok ih 22% često ide u crkvu. To je u svakom slučaju znatno manje nego što to čine djeca, iako je broj religiozne mladeži od sredine osamdesetih do konca devedesetih godina prethodnog stoljeća porastao s 28 na 66 posto (Goja, 2000:151). Čini se da ulaskom u omladinsku dob interes za religijske obrede i praksu opada, a da djeca zbog zahtjeva školskog vjeronauka naprosto moraju češće ići u crkvu.

roditeljska privola postaje manje upitnom kada djeca pođu u srednju školu (tj. kada napune 15 godina), i tada to postaju razmjerno učestalije aktivnosti u slobodnom vremenu mladih.

Grafikon 7: Hijerarhija aktivnosti u slobodnom vremenu ispitanika (prosječne vrijednosti)



Ono što je ipak neosporno, jest izrazita usmjerenost djece na razne medije, korištenje kojih zauzima najveći dio njihova slobodnog vremena. Takva konstatacija važi kada se mediji promatraju integralno (od knjiga i tiska, preko glazbe, radija, televizije i filmova do kompjutora), ali kada se koncentriramo na

pojedinačne aktivnosti, onda se pokazuje da socijalni (prijateljski) kontakti ipak imaju prednost pred medijima, pa i televizijom kao najraširenijim medijem.⁴²

Osim učestalosti participacije u promatranim aktivnostima zanimalo nas je da li se te aktivnosti strukturiraju u prepoznatljive obrasce provođenja slobodnoga vremena i o kojim obilježjima djece ovisi preferiranje određenih obrazaca. Odgovore na ta pitanja nude podaci u tablici 7 (gdje su prikazani rezultati faktorske analize) i tablici 8 (rezultati analize varijance).⁴³

Tablica 7: Obrasci provođenja slobodnog vremena

Faktori	Aktivnosti
Faktor I (10,7% zaj. varijance.) <i>Zaokupljenost čitanjem</i>	.643 Čitanje knjiga .643 Pomaganje u kućanskim poslovima .466 Izleti i šetnje .469 Odlasci u crkvu .436 Čitanje novina i časopisa za mlade
Faktor II (10,1% zaj. varijance) <i>Zaokupljenost vizualnim medijima</i>	.708 Odlasci u kino .526 Igranje kompjutorskih igara .449 Gledanje filmova na videu
Faktor III (9,7% zaj. varijance) <i>Zaokupljenost druženjima i izlascima</i>	.659 Igranje i druženje s prijatelji(ca)ma .641 Odlasci na tulumе i proslave rođendana .514 Spavanje ili izležavanje .409 Odlasci u disco klub
Faktor IV(9,4% zaj. varijance) <i>Zaokupljenost glazbom</i>	.803 Slušanje glazbe .784 Slušanje radija
Faktor V (7,9% zaj. varijance) <i>Zaokupljenost televizijom</i>	.723 Gledanje televizije .572 Čitanje stripova i crtanih romana

⁴² Treba istaknuti da kao i djeca, i mladi prijateljsko druženje pretpostavljaju gledanju televizije, dok starija populacija zapostavlja prijateljstva na račun gledanja televizije (Ilišin, 1999). Sve te podatke vjerojatno treba promatrati i u kontekstu sociokulturnih specifičnosti ovoga prostora. Naime, još je prije tri-četiri desetljeća ustanovljeno da se građani tadašnje Jugoslavije, uključujući i Hrvatsku, od stanovnika drugih zemalja razlikuju po tome što najviše vremena troše na "socijalnost, odnosno druženje" (Pešić, 1997:144).

⁴³ Uz već standardnih osam sociodemografskih varijabli, za analizu varijance ovdje su korištene još tri: koliko su djeca sama kod kuće, s koliko slobodnog vremena raspolažu i koliko sati dnevno gledaju televiziju. Potonji će pokazatelj biti interpretiran u idućem poglavlju, a ovdje se koristi u funkciji pronalazjenja eventualnog utjecaja na obrasce provođenja slobodnog vremena.

Kao što se vidi iz tablice 7, 16 pojedinačnih aktivnosti grupiralo se u pet obrazaca provođenja slobodnoga vremena, tj. faktora prvoga reda (ukupne varijance od 47,8%).

Prvi ekstrahirani faktor nazvan je, donekle arbitrarno, *zaokupljenost čitanjem*, jer je najviše saturirana aktivnost čitanja knjiga, a javlja se i čitanje tiska za mlade. No taj obrazac dopunjavaju pomaganje u kućanskim poslovima i odlasci na izlete i šetnje te u crkvu, što sugerira da se radi o načinu provođenja slobodnog vremena koji je u znatnoj mjeri pod kontrolom roditelja ili drugih odraslih osoba. Imamo li pak na umu rasprostranjenost ovih pet aktivnosti pojedinačno, može se pretpostaviti da je ovaj obrazac provođenja slobodnog vremena osrednje raširen među ispitanom djecom. Ono što je očigledno u ovom obrascu, jest orijentacija na aktivnosti koje se najvećim dijelom odvijaju u kući i na medije koje se obično doživljava kao razmjerno zahtjevnije.

Prikazani rezultati analize varijance (tablica 8) pokazuju da su djeca relativno homogena u zastupanju ovoga obrasca dokolice. Najupečatljivija je razlika između djevojčica i dječaka, iz koje je vidljivo da se djevojčice znatno više prepoznaju u ovom obrascu. To provocira pitanje šire naravi koje svakako nadilazi podatke iz našeg istraživanja: kako to da su djevojčice (a istraživanja pokazuju da to važi i za djevojke) više pasionirane čitateljice od dječaka i mladića, a da literatura koju čitaju uglavnom pišu muškarci? Budući da smo vidjeli da djevojčice češće pokazuju literarne sklonosti (primjerice, češće su uključene u tu izvanškolsku aktivnost), ne može se reći da su samo pasivno zainteresirane. Zašto onda nema više spisateljica, pitanje je na koje odgovor mogu dati tek istraživanja o socijalnim i kulturnim korijenima spolnih nejednakosti, a ovdje je dostatno konstatirati da se interes za čitanje javlja u razmjerno ranoj dobi i da već tada postoji razlika između spolova. Osim učenica, ovaj obrazac preferiraju i mlađa djeca (u okviru uzorka), što je moguća potvrda pretpostavke da je kod tih ispitanika prisutniji nadzor roditelja. Treća ustanovljena razlika je između ispitanika koji prosječno kratko gledaju televiziju i istodobno više prihvaćaju promatrani obrazac dokolice i onih koji dnevno televiziju gledaju duže od tri sata i koji su manje orijentirani na čitanje knjiga i tiska, ali i odlaske u crkvu i ispomoć u kućnim poslovima. Ta tendencija sugerira

da televizijski medij izravno konkurira tiskanim medijima i da su u toj bitci knjige i novine u stanovitoj defenzivi. To je uglavnom u skladu i s nalazima inozemnih istraživanja (npr. Roberts i drugi, 1999), pri čemu ostaje konstatacija da se potiskivanje nekih medija na račun drugih zbiva tek povremeno i ovisno o kojim je medijima riječ.

Tablica 8: Statistički značajne razlike u obrascima provođenja slobodnog vremena

Sociodemografska obilježja	Zaokupljenost čitanjem	Zaokupljenost vizualnim medijima	Zaokupljenost druženjem i zabavom	Zaokupljenost glazbom	Zaokupljenost televizijom
<i>Razred</i>	F-omjer = 26,74			F-omjer = 15,09	F-omjer = 13,04
Peti	+			—	+
Šesti	+			0	+
Sedmi	—			0	0
Osmi	—			+	—
<i>Spol</i>	F-omjer = 122,35	F-omjer = 42,41		F-omjer = 59,98	F-omjer = 34,73
Muški	—	+		—	+
Ženski	+	—		+	—
<i>Mjesto stanovanja</i>		F-omjer = 44,98			
Veliki grad		+			
Mali grad		0			
Selo		—			
<i>Obrazovanje oca</i>		F-omjer = 27,48			
Osnovna škola		—			
KV/VKV		—			
Srednja škola		0			
Viša/visoka škola		+			
<i>Obrazovanje majke</i>		F-omjer = 25,63			
Osnovna škola		—			
KV/VKV		0			
Srednja škola		0			
Viša/visoka škola		+			
<i>Zaposlenost roditelja</i>		F-omjer = 18,76			
Oboje zaposleni		+			
Jedan zaposlen		+			
Oboje nezaposleni		—			
<i>Školski uspjeh</i>		F-omjer = 7,74			
Dobar		—			
Vrlo dobar		0			
Odličan		+			
<i>Slobodno vrijeme</i>			F-omjer = 11,23		
Do 2 sata dnevno			—		
3-4 sata dnevno			0		
Preko 4 sata dnevno			+		
<i>Dnevno gledanje TV</i>	F-omjer = 14,876		F-omjer = 17,09		F-omjer = 23,95
Do 1 sat	+		—		—
Do 2 sata	0		—		0
Do 3 sata	0		0		0
Preko 3 sata	—		+		+
<i>Sami kod kuće</i>		F-omjer = 14,23			
Rijetko		—			
Do 2 sata dnevno		+			
Preko 3 sata dnevno		+			

Legenda: — ispod zajedničkog prosjeka; 0 u zajedničkom prosjeku; + iznad zajedničkog prosjeka

Drugi dobiveni faktor, *zaokupljenost vizualnim medijima*, razmjerno je koherentan jer ga konstituiraju aktivnosti čija je osnovna zajednička karakteristika vizualnost (poput filmova u kinu i na videu ili kompjutorskih igara).

Ovdje je riječ o prilično profiliranom obrascu kojeg prihvaća razmjerno manji broj ispitanika.

To potvrđuju i nalazi analize varijance, koji pokazuju da se u pogledu ovog obrasca provođenja slobodnog vremena ispitana djeca međusobno najviše razlikuju. Diferencijacije proizvodi većina korištenih obilježja. Kako se iz tablice 8 vidi, zaokupljenost vizualnim medijima osobito je prisutna kod djece u velikim gradovima (nasuprot djeci sa sela), i to kod dječaka, kod onih koji žive u obiteljima gdje su roditelji visokoobrazovani i oboje zaposleni, te kod odličnih učenika (za razliku od dobrih). Konstelacija ovih značajki sugerira da se radi o djeci iz socijalno kompetentnijih obitelji i urbaniziranih sredina, što je i logično: veći izbor filmova u kinima i videotekama osiguravaju veliki gradovi, a više novca za kino karte, posudbu video kazeta ili nabavku potrebne informatičke opreme osiguravaju zaposleni roditelji, pogotovo s većim prihodima (a koji, u pravilu, rastu usporedo s obrazovanjem). Usto, čini se da se kod ovog obrasca radi o razvijenijem selektivnom pristupu, jer gledanje filmova u kinu ili na videu pretpostavlja potrebu i sposobnost izbora iz postojeće filmske ponude. To se, naime, razlikuje od gledanja filmova na televiziji, koje ne zahtijeva toliko aktivan odnos, tj. izbor se svodi na odluku hoće li se ili neće gledati film koji je na repertoaru filmskog programa. Zanimljivo je da su vizualnim medijima natprosječno zaokupljena djeca koja više vremena provode sama kod kuće, što možda ukazuje na njihovu potrebu da barem kao promatrači sudjeluju u tuđim pričama i životima, pri čemu na taj način umanjuju i eventualan osjećaj usamljenosti.

Zaokupljenost druženjem i zabavom ime je trećeg dobivenog faktora za kojeg se može pretpostaviti i da je obrazac provođenja slobodnoga vremena kojeg prakticira najveći broj djece. Njegova je konfiguracija prilično jednoznačna: prvenstveno ga određuju druženja s prijateljima i to često na proslavama rođendana i tulumima, zatim slijede odmaranje (spavanje i izležavanje) te izlasci u disco klubove. Većina tih aktivnosti primjetno su raširene i općeprihvaćene u današnjoj generaciji djece, a to potvrđuju i rezultati analize varijance. Izrijeком, nijedno promatrano sociodemografsko obilježje ne diskriminira ispitanike u pogledu prihvaćanja ovog obrasca provođenja

slobodnoga vremena. Može se reći da to još jednom ukazuje na univerzalnost socijalnih potreba starije djece i tinejdžera.

Ipak, na učestalost druženja i zabave utječu neke druge okolnosti i oblici ponašanja. Iz tablice 8 vidi se da su to raspoloživo slobodno vrijeme i vrijeme izdvojeno za gledanje televizije. U slučaju količine slobodnog vremena tendencija je upravo proporcionalna: "višak" slobodnog vremena u većoj se mjeri troši na druženja i zabavu, i obratno, manje slobodnog vremena pomalo reducira socijalne kontakte s vršnjacima. Ista je tendencija registrirana i u pogledu utjecaja dužine gledanja televizije, jer se oni koji najviše gledaju televiziju istodobno i natprosječno prepoznaju u obrascu druženja i zabave. Pogledaju li se potonja dva trenda zajedno, proizlazi da je dio slobodnog vremena provedenog s prijateljima ispunjen zajedničkim gledanjem televizije. Utoliko bi se moglo ustvrditi da je televizija specifičan kohezivni faktor koji, kao što su inozemna istraživanja pokazala, omogućuje proživljavanje nekih zajedničkih iskustava i nudi zajedničke teme razgovora.

Četvrti izlučeni faktor, nazvan *zaokupljenost glazbom*, u sadržajnom smislu je vrlo koherentan: čine ga samo slušanje glazbe te radija (na kojem se najčešće sluša upravo glazba). Taj je obrazac zacijelo prilično raširen među djecom, a pokazuje se i da su ispitanici uglavnom homogeni u njegovu prihvaćanju.

Jedine razlike javljaju se s obzirom na spol i dob: djevojčice su znatno više zaokupljene glazbom, a što su djeca starija, to su zainteresiranija za glazbu. Istraživanja su već pokazala da se interes za radio-program inače povećava s dobi, a to je vidljivo i unutar dječje populacije. Čini se i da je interes za glazbu "ženski" obojen, barem kada je o djevojčicama riječ: one i više slušaju glazbu i više uče glazbene vještine u izvannastavnim aktivnostima. Ostaje stoga opet otvoreno pitanje kada se taj afinitet spram glazbe gubi i zašto se ne pretoči u kreativno (samo)potvrđivanje. Naime, poznato je da su većina glazbenih stvaralaca i instrumentalnih virtuozu muškarci, a nema indicija da je glazbeni talent spolno neravnomjerno raspoređen. Jedino što na ovom mjestu možemo pretpostaviti, jest da tijekom sazrijevanja postaju dominantne neke sociokulturne komponente koje destimuliraju umjetničku samorealizaciju žena.

Peti ekstrahirani faktor također je sadržajno oskudan. Nazvali smo ga *zaokupljenost televizijom*. I ovaj je naziv pomalo arbitraran, jer je obrazac ponajviše određen gledanjem televizije, a tome se pridružuje čitanje stripova. Radi se zapravo o dva prototipa masovne kulture koji su obilježili drugu polovicu dvadesetoga stoljeća, s tim da je televizija ipak dominantna.

Ni kod ovoga načina provođenja slobodnoga vremena nisu registrirane brojne razlike. Preferiraju ga dječaci mlađe dobi, pa se na osnovi ta dva obilježja pojavljuju kao antipod onima kod zaokupljenosti glazbom. Utoliko se može govoriti o afinitetima koji su više uvjetovani psihofizičkim osobinama (zrelošću i spolom) nego sociostrukturnim i sociokulturnim faktorima. Dakako, potpuno je očekivana razlika koja proizlazi iz dužine gledanja televizije, pa su oni koji više gledaju mali ekran više i zaokupljeni televizijom. Ovdje ima elemenata za razmišljanje radi li se o svojevrsnoj fascinaciji televizijom, koja, doduše, načelno slabi s udaljavanjem od ranoga djetinjstva, ali za koju se može pretpostaviti da će kod dijela ispitanika trajati kroz cijeli život.

4. Zaključne napomene

U ispitivanju slobodnoga vremena djece fokusirali smo se samo na nekoliko dimenzija, nužnih za stjecanje boljeg uvida u njihovu svakodnevicu. Posebnu pozornost posvetili smo aktivnostima u dokolici djece, a naglasak je stavljen na one koje govore o preferencijama raznih medija – no, zanimale su nas i tzv. poluslobodne aktivnosti, kao i problem moguće usamljenosti. Rezultati koje smo dobili, gledajući u cjelini, pokazuju da se slobodno vrijeme starije djece i tinejdžera strukturira u pravcu obrazaca karakterističnih za mladež, no da još opstojе elementi koji govore da ih se može tretirati kao djecu. Posebice je vidljiva njihova težnja da u provođenju slobodnoga vremena budu što više autonomni, bar kada je riječ o socijalnoj kontroli starijih. To je potpuno razumljiva težnja koja se uklapa u dosadašnja istraživanja mladih, a koja pokazuju da je slobodno vrijeme ono područje svakodnevnoga života u kojem se mladi najranije osamostaljuju i u kojoj je njihova autonomija najveća.

Ponovimo ukratko: najčešća izvanškolska aktivnost kojom se djeca bave jest bavljenje nekim sportom, dok se četvrtina djece ne bavi nijednom dodatnom

aktivnošću; mali broj djece ljetne školske praznike provodi isključivo kod kuće, a najčešće odredište je more; više od polovine djece uglavnom ne ostaje sama kod kuće, a više od četiri petine ih preferira druženje s prijateljima (većinom izvan kuće); oko polovine ih je probalo pušiti cigarete i piti alkohol; u dokolici se najčešće druže s prijateljima, gledaju televiziju, slušaju glazbu i idu u crkvu, dok vrlo rijetko idu u kino i disco klubove. U dokolici dominiraju sadržaji masovne kulture. Tako su najfrekventnije one aktivnosti čija je primarna funkcija zabava i razonoda, no prisutne su i dimenzije koje potencijalno doprinose razvoju ličnosti. Dapače, kada se slobodno vrijeme starije djece uspoređi sa slobodnim vremenom mladeži i starijih, uočljiva je veća prisutnost raznih tipova edukativnih sadržaja. Moglo bi se spekulirati da se, kako djeca rastu, slobodno vrijeme sve više reducira na zabavu, razonodu i odmor, nauštrb potencijalno kultivirajućih sadržaja. Aktivnosti u dokolici djece strukturirale su se u pet obrazaca provođenja slobodnog vremena, prepoznatih kao zakupljenost čitanjem, vizualnim medijima, druženjima i zabavom, glazbom, te televizijom.

Dakako, anketirana djeca nisu potpuno homogena u naznačenim preferencijama. Međusobne diferencijacije naročito su prisutne u onim segmentima za koje su presudni socijalizacijski uvjeti. Svakako je intrigantno da i među djecom i tinejdžerima, kao i među omladinom (Ilišin, 1988), obilježje spola najviše diskriminira ispitanike. Pritom nije toliko riječ o tome pripadnici kojeg spola se nalaze u povoljnijem položaju, koliko o tome da su već razvili različite afinitete, koji će zacijelo perzistirati i u kasnijem životu. Možemo pretpostaviti da modeli ponašanja viđeni u roditeljskom domu te posredovani obrazovanjem i masovnim medijima stimuliraju spolnu diferencijaciju već od predškolskoga uzrasta. Želimo reći da iako postoje neke spolne razlike u predispozicijama, nema valjanih argumenata za tvrdnju da su one presudne, pa preostaje pretpostavka da socijalne okolnosti značajno utječu na izgrađivanje različitih interesa i ukusa djevojčica i dječaka.

Drugo vrlo diskriminirajuće obilježje jest urbaniziranost mjesta stanovanja, gdje se gotovo u pravilu pokazuje da su u znatno povoljnijem položaju djeca iz velikih gradova. Dobiva se slika koja govori o prikraćenosti djece iz suburbanih i ruralnih sredina za niz sadržaja koji su djeci u

visokourbaniziranoj okolini razmjerno lako dostupni. To znači da su djeci iz manje razvijenih sredina startne pozicije lošije, no to ne znači da one – uz veći trud i sretne okolnosti – ne mogu biti prevladane.

Treću skupinu vrlo utjecajnih obilježja čine stupanj obrazovanja oca i majke te školski uspjeh djece. Utjecaj je jednoznačan i linearan: što su roditelji obrazovaniji a djeca s boljim ocjenama (što umnogome ovisi o većini promatranih sociodemografskih obilježja), to je slobodno vrijeme prepoznatljivije strukturirano, bogatije raznim aktivnostima i utoliko sadržajnije. Iz tih tendencija moguće je zaključiti da obrazovaniji roditelji više interveniraju u slobodno vrijeme svoje djece nastojeći ih potaknuti da se afirmiraju u raznim aktivnostima, i to nauštrb puke zabave. Pritom postoje indicije da takav tip odgoja rano počinje i da su u tinejdžerskoj dobi već stvoreni oblici ponašanja za održavanje kojih više nije nužan neposredni upliv roditelja.

Još je jedna varijabla razmjerno utjecajna, a to je zaposlenost roditelja. Taj se utjecaj ne reflektira toliko u dokolici koliko u nekim drugim aspektima slobodnoga vremena gdje nezanemarivu ulogu igra materijalni standard obitelji. Pritom je znakovito da je zaposlenost oba roditelja dosta povezana s njihovim višim stupnjem obrazovanja i razvijenošću mjesta stanovanja te stoga djeluje u istom pravcu kao i ta obilježja. S druge strane, tip obitelji je obilježje koje gotovo da nema nikakvog utjecaja na slobodno vrijeme djece, što je vrlo važan nalaz. Značajan je naprosto zato što se često govori o višestruko negativnim posljedicama odrastanja djece sa samo jednim roditeljem, pa se čini da, kada je u pitanju slobodno vrijeme ispitane djece, ta obiteljsko-životna situacija nije toliko relevantna.

Indikativno je da dob ispitanika na način provođenja slobodnog vremena utječe razmjerno slabo, no na specifičan način. Razdjelnica se uočava otprilike u 13. godini života (polazak u sedmi razred), kada djeca praktički postaju “pravi” tinejdžeri. Tada, naime, slabi interes za izvanškolske aktivnosti, a raste potreba za druženjima s prijateljima bez kontrole starijih (pri čemu gotovo potpuno gube interes za obiteljsko druženje). U dokolici, pak, slabi interes za tiskane medije i televiziju, a raste usmjerenost na glazbu. Gledano iz rakursa našeg predmeta istraživanja, ovi trendovi upućuju na potrebu propitivanja odnosa mlađe djece

spram televizije, jer ta djeca naprosto više koriste taj medij. A kako je stupanj njihove zrelosti manji nego u tinejdžera, logično je pretpostaviti i da je potencijalni utjecaj televizije na mlađu djecu veći.

Mogući utjecaji vremena koje djeca provode sama kod kuće i raspoloživog dnevnog slobodnog vremena, pokazali su se gotovo zanemarivima. Utjecaj tih okolnosti zapravo je sporadičan, i to tek na neke obrasce provođenja slobodnog vremena. Izostanak značajnijeg utjecaja relativizira uvriježene stavove da (pre)velika količina slobodnog vremena pogubno utječe na djecu jer naši podaci sugeriraju da ni oni koji imaju najviše slobodnog vremena nisu "izgubili kompas" – tek imaju više prigoda i potrebe za razvijanjem socijalnosti.

Promotrimo li pobrojane trendove iz drugog ugla, treba podsjetiti da su ispitani učenici najviše heterogeni u pogledu toga da li izvan škole uče neki strani jezik ili se ne bave nikakvom izvannastavnom aktivnošću, jesu li preko praznika morali ostati doma ili su išli na more, koliko vremena provode sami kod kuće te koliko se prepoznaju u obrascu slobodnog vremena označenog kao zaokupljenost vizualnim medijima. To su ujedno indikatori promatranog slobodnog vremena kod kojih se najbolje uočavaju utjecaji analiziranih sociodemografskih karakteristika. Otuda se može odrediti prilično jasna distinkcija između dvije podskupine ispitanika: s jedne strane su ona djeca koja žive u obiteljima gdje su oba roditelja akademski obrazovana i zaposlena te stanuju u urbanim centrima i imaju odličan školski uspjeh, a s druge su strane učenici iz obitelji gdje su oba roditelja bez kvalifikacije (ili s najnižim kvalifikacijama) i nezaposlena, nastanjeni u ruralnim područjima, a koji u školi postižu dobar uspjeh. Između ova dva ekstrema nalazi se većina ispitanice djece, ravnomjerno razmještena na postojećem socijalnom kontinuumu.

Kako nas u ovom istraživanju prvenstveno zanima relacija djece i masovnih medija, istaknut ćemo tri najrelevantnija nalaza dobivena u kontekstu ispitivanja slobodnog vremena. Prvo važno saznanje je da masovni mediji bitno ne reduciraju socijalne kontakte djece, tj. ustanovili smo da su djeci socijalni kontakti s vršnjacima važniji od korištenja masovnih medija. Iz toga slijedi zaključak da, bar zasad, masovni mediji uglavnom ne ugrožavaju

socijalnost djece. Da li specifičnost ove situacije proizlazi iz hrvatske sociokulturne tradicije ili je naprosto posljedica manje medijske zasićenosti jednog slabije razvijenog prostora, pokazat će budućnost. Drugi značajan nalaz jest da i među našom djecom masovni mediji u stanovitoj mjeri konkuriraju jedni drugima. Premda se ne može govoriti o potvrdi hipoteze o potiskivanju, ipak postoje indicije da televizija konkurira knjizi, tisku i kompjutoru. Ta podjela nije neupitna, tim prije što djeca zacijelo neke od tih medija simultano koriste, no ipak ukazuje na moguću distinkciju između zahtjevnijih i manje zahtjevnih masovnih medija. Treće zanimljivo saznanje odnosi se na razlike u preferencijama muške i ženske djece: dok su dječaci više orijentirani na audiovizualne medije (televizija, film, kompjutor), djevojčice su više usmjerene na samo vizualne (knjige, tisak) ili samo audio medije (radio). Na osnovi toga moglo bi se pretpostaviti da je dječacima za privlačenje i zadržavanje pažnje potrebno više stimulansa i osjetilnih senzacija. Jer, dok je djevojčicama dostatan angažman samo jednog čula, dječaci traže poticaje za bar dva čula. Pojašnjenje ovih razlika mogu dati, prije svega, odgovarajuća psihologijska istraživanja.

Literatura

- Božović, R. (1979): *Iskušenja slobodnog vremena*. Beograd: Mladost
- Čolić, S. (1991): Slobodno vrijeme društvenih grupa u Hrvatskoj. *Sociologija* 33(1-2):147-162.
- Dumazedier, J. (1967): *Toward a Society of Leisure*. New York: Free Press
- Dumazedier, J. (1972): *Rad i slobodno vrijeme*, u: Friedmann, G.; Naville, P.: *Sociologija rada*. Sarajevo: Veselin Masleša
- Goja, J. (2000): Neki aspekti religioznosti hrvatske mladeži 1986. i 1999. godine. *Politička misao* 37(1):148-160.
- Ilišin, V. (1988): Interesi i slobodno vrijeme, u Radin, F. (prir.): *Fragmentsi omladine*. Zagreb: IDIS/CDD
- Ilišin, V. (1991): Neki aspekti društvenog položaja i slobodnog vremena mladih Hrvatske. *Sociologija* 23(1/2):163-177.
- Ilišin, V. (1999): Slobodno vrijeme mladih s posebnim osvrtom na ruralno-urbani kontinuum. *Sociologija sela* 37(1):21-44.
- Lalić, D.; Nazor, M. (1997): *Narkomani: smrtopisi*. Zagreb: Alinea
- Lefebvre, H. (1988): *Kritika svakidašnjeg života*. Zagreb: Naprijed

- Martinić, T. (1977): *Slobodno vrijeme i suvremeno društvo*. Zagreb: Informator
- Moren, E. (1979): *Duh vremena I, II*. Beograd: BIGZ
- Nastran Ule, M. (2000): *Temelji socialne psihologije*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče
- Parker, S. (1985): *Leisure and Work*. London: George Allen
- Pešić, V. (1977): Društvena slojevitost i stil života, u: Popović, M. i suradnici: *Društveni slojevi i društvena svest*. Beograd: IDN
- Roberts, D.F.; Foehr, U.G.; Rideont, V.J.; Brodie, M. (1999): *Kids & Media*. <http://w.w.w.kff.org/content/1999/1535/>
- Sakoman, S. (1999): Zloporaba droga, strategija i suzbijanje s posebnim osvrtom na studentsku populaciju. *Anali Studentskog centra* 1(1):119-140.
- Žugić, Z. (2000): *Sociologija sporta*. Zagreb: Fakultet za fizičku kulturu

Vlasta Ilišin
Ankica Marinović Bobinac
Furio Radin

KORIŠTENJE MASOVNIH MEDIJA

Kao što je u uvodnom poglavlju već rečeno, uloga medija u svakodnevnom životu djece glavni je problem ovog istraživanja. Pozornost je posvećena ispitivanju korištenja masovnih medija kao osnovnom indikatoru za detektiranje važnosti medija kao potencijalnog agensa socijalizacije. Problem istraživanja je, dakle, zahvaćen fragmentarno, budući da je osnovni cilj bio steći početni uvid u taj problem. Stoga na ovoj razini raspolažemo podacima koji prije svega pokazuju koliko djeca koriste promatrane masovne medije i koje sadržaje preferiraju, te koliko to ovisi o njihovim različitim karakteristikama.

Koncentrirali smo se na četiri masovna medija: tisak za djecu i mlade, radio, televiziju i kompjutor. Prethodna analiza slobodnoga vremena pokazala je da je među djecom najučestalije gledanje televizije, potom slušanje radija, onda čitanje tiska za mlade, a na koncu korištenje kompjutora. Takva ljestvica popularnosti masovnih medija nije iznenađenje i tek valja podsjetiti da je identična situacija u općoj populaciji (Peruško Čulek, 1999). Drugim riječima, po svojim medijskim preferencijama djeca se ne razlikuju bitno ni od mladih ni od starije populacije (Ilišin, 1999). Razlike koje bi valjalo očekivati vjerojatnije je da se tiču vremena izdvojenog za korištenje medija i sadržaja koji zaokupljaju djecu.

1. Tisak za mlade

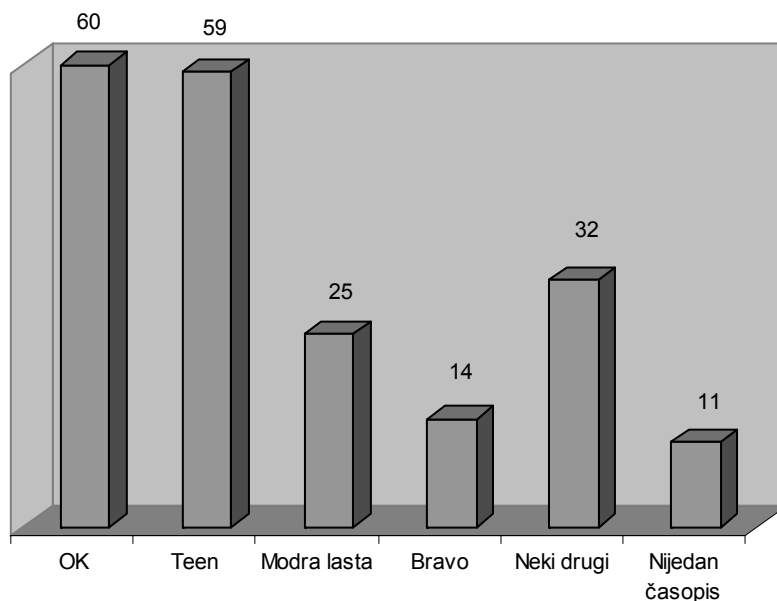
U intenzivnom procesu socijalizacije kroz koji djeca prolaze tijekom svog odrastanja, osim obitelji i grupa vršnjaka (prijatelja), značajnu ulogu igraju i mediji. Tiskani mediji, u koje se ubrajaju časopisi, novine i knjige, zajedno s neinteraktivnim medijima s ekranom (televizija, video i filmovi) i audio-medijima (CD, trake i radio), pripadaju u grupu individualnih medija (Roberts i drugi, 1999).

Potencijalni utjecaj elektroničkih medija na djecu javlja se već od najranijeg djetinjstva. Na to ukazuju i naši rezultati, jer većina domaćinstava ispitanika ima TV, glazbenu liniju i video, a oko polovine domaćinstava posjeduje i kompjutor. S tiskanim medijima djeca se također susreću od najranijih dana, i to unutar obitelji, u vidu slikovnica i ilustriranih časopisa za djecu, koje im, više ili manje, posreduju roditelji. Polaskom u školu javljaju se novi časopisi koje posreduje škola, koji služe za zabavu, ali i kao edukacijsko sredstvo u nastavi. U kontekstu našeg istraživanja treba spomenuti i aspekt socijalizacije unutar crkve (crkava), jer je i takvom obliku socijalizacije izložen veliki postotak djece u Hrvatskoj (iz pohađanja školskog konfesionalnog vjeronauka može se s pravom zaključivati o intenzivnijem angažmanu djece u crkvi). Dakle, postoje i vjerski časopisi za djecu, koji također imaju ambiciju utjecati na sve aspekte svakodnevnoga života djece. U adolescentskim danima javljaju se časopisi koje djeca biraju prema vlastitom izboru, koji također utječu na sve aspekte njihova života i koji popunjavaju spoznaje i iskustva stečena kroz komunikaciju s roditeljima i prijateljima, pa i pukotine koje nastaju zbog nedovoljne komunikacije.

Jedan od posebnih ciljeva ovoga istraživanja bilo je i utvrđivanje korištenja tiskanih medija za djecu i mlade: identifikacija časopisa koje ispitanici čitaju, hijerarhija njihove čitanosti, učestalost čitanja pojedinih tema, grupiranje tema i povezanost izbora pojedinih tema s osnovnim sociodemografskim karakteristikama ispitanika.

U grafikonu 1 prikazana je čitanost tiska za djecu i mlade među ispitanim učenicima. Ponuđeno je pet konkretnih mogućnosti i jedna otvorena (da dopišu ukoliko čitaju nešto što nije ponuđeno).

Grafikon 1: Čitanost tiska za djecu i mlade (%)



Većina ispitanika, gotovo devet desetina, čita časopise za djecu i mlade. Najčitaniji su časopisi *OK* i *Teen*, specijalizirani za tinejdžere, koji pokrivaju sve teme koje smo ispitivali, po sistemu: od svega po malo. Teme su obrađene na suvremen način, s mnoštvom privlačnih fotografija.

Oba časopisa podsjećaju na časopise za odrasle (tzv. ženske časopise) kao što su *Mila*, *Tena* i *Glorija*, koje mnogi ispitanici također čitaju, a što su naveli u otvorenom odgovoru. Slične su koncepcije, prilagođene populaciji zbog koje postoje, a dopunjeni su određenim brojem postera poznatih osoba iz svijeta show businessa. Njemački časopis za mlade *Bravo* prati tek nešto više od desetine ispitanika, mada je po tipu vrlo sličan časopisima *Teen* i *OK*. Dakle, rađen je za istu publiku, s ponešto eksplicitnijim i provokativnijim tekstovima (osobito onima koji se tiču seksa), stripovima i osobito fotografijama. Časopis je na njemačkom jeziku, pa je i to prepreka koja vjerojatno demotivira ispitanike. Dijelu publike osobito je privlačan zbog brojnih postera svjetski poznatih pjevača i glumaca.

Od tiskovina posredovanih preko škole zastupljena je *Modra lasta*, dječji časopis ponešto zastarjele koncepcije kada se usporedi s najčitanijima, a koji je nešto između nastavnog pomagala i časopisa za adolescente. *Modru lastu* čita četvrtina ispitanika, a dobivaju je putem školske pretplate.

Od ostalih časopisa još je navođen *MAK (Mali Koncil)*, kojeg izdaje *Glas Koncila* (glasilo Katoličke crkve) i koji je kršćanska inačica spomenutih časopisa za mlade. Osim na religijsku socijalizaciju, časopis ima ambiciju utjecati i na sve sadržaje života mladih.

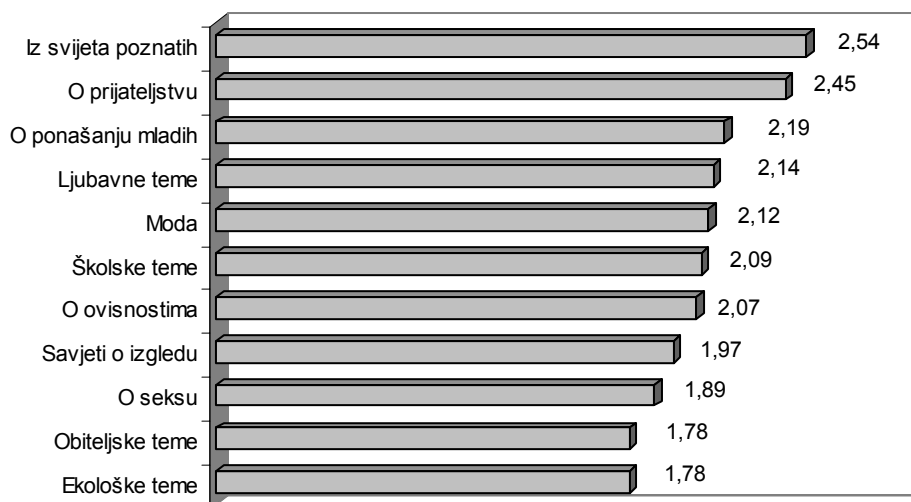
Ispitanici još navode edukativni časopis *Drvo znanja* i sportski časopis *Košarka*.

Svi spomenuti časopisi, što je vidljivo iz njihove strukture (osobito oni najčitaniji) zadovoljavaju niz potreba svojih čitatelja – potrebu za informiranjem, zabavom, edukacijom, savjetima u različitim područjima, razvijanjem socijalnih odnosa, potvrđivanjem vlastitog identiteta, bijega iz stvarnosti itd.

Zanimalo nas je koje napise učenici najredovnije čitaju pa smo im ponudili 11 tematskih cjelina. Ispitanici su samoprocjenu različitih tema izvršili na trostupanjskoj ljestvici intenziteta: 3=redovito, 2=ponekad, 1=nikada.

U grafikonu 2 predočen je rang čitanosti novinskih tema.

Grafikon 2: Čitanost pojedinih tema (prosječne vrijednosti)



Ispitanici najviše čitaju teme iz svijeta poznatih (glazba, film) i tekstove o prijateljstvu. U prosjeku su osrednje zainteresirani za teme o modi, izgledu,

ljubavi i ponašanju mladih, te za školske teme i napise o ovisnostima. Najmanje ih zanimaju teme o seksu, obitelji i zaštiti okoliša.

Rotacijskom faktorskom analizom ekstrahirana su tri faktora (koji pokrivaju 62.3% ukupne varijance) navedena u tablici 1.

Tablica 1: Teme koje djeca čitaju u tisku

Faktori	Teme
Faktor I (25.2 % zaj. varijance) <i>Svakodnevni život</i>	.746 Teme vezane za školu .723 Ekološke teme .658 Teme o ponašanju mladih .635 Teme o prijateljstvu .546 Svijet poznatih (film, sport, glazba) .473 Obiteljske teme
Faktor II (21.6 % zaj. varijance) <i>Zakupljenost izgledom</i>	.890 Savjeti o izgledu .880 Moda
Faktor III (15.5 % zaj. varijance) <i>Tabu teme</i>	.900 Teme o seksu .594 Teme o ovisnostima .579 Ljubavne teme

Najjača konzistencija dobivena je u prvom faktoru koji je nazvan *teme iz svakodnevnog života* jer ga konstituiraju raznorodne teme (škola, ekologija, ponašanje mladih, prijateljstvo, film, sport, glazba, obiteljske teme) a zajednička im je komponenta svakodnevna prisutnost u životu djece i mladih.

Zakupljenost izgledom, drugi je faktor koji obuhvaća dvije srodne teme – modu i savjete o izgledu (frizuri, šminki, dijetama i fitnessu).

Treći faktor nazvan je *tabu teme* djece i mladih. Konstituiraju ga interesi za fenomene koji su novost u svijetu ispitanika od 11. do 15. godine: seks, ljubav i ovisnosti, a koje su neka vrsta “zabranjenog voća” u toj dobi.

Tablica 2: Statistički značajne razlike u čitanosti tema iz časopisa

Sociodemografska obilježja	Svakodnevne teme	Zaokupljenost izgledom	Tabu teme
<i>Razred</i>			<i>F-omjer=43.18</i>
Peti			–
Šesti			–
Sedmi			+
Osmi			+
<i>Spol</i>	<i>F-omjer=27.05</i>	<i>F-omjer=830.17</i>	<i>F-omjer=27.91</i>
Muški	–	–	+
Ženski	+	+	–
<i>Školski uspjeh</i>			<i>F-omjer=10.57</i>
Dobar			–
Vrlo dobar			0
Odličan			+

Legenda: – ispod zajedničkog prosjeka; 0 u zajedničkom prosjeku; + iznad zajedničkog prosjeka

Analiza varijance (tablica 2) pokazala je da je spolna pripadnost dominantna determinanta interesa za teme iz najčitanijih časopisa, kod sva tri ekstrahirana faktora. Svakodnevnim temama obuhvaćenim u prvom faktoru zaokupljene su djevojčice, bez obzira na dob. Isto tako, djevojčice su više od dječaka zainteresirane za teme koje govore o modi i svim pitanjima vezanim za izgled (šminka, frizura, linija, fitness).

Međutim, za tzv. tabu teme (seks, ljubav i ovisnosti) više su zainteresirani dječaci i to oni stariji (sedmi i osmi razred), osobito odlični učenici.

Ostale nezavisne varijable nemaju utjecaja na izbor određenih tema u časopisima.

Vidljivo je odmah, da se i pri izboru napisa u tiskanim medijima za mlade javlja dihotomizacija tema – na muške i ženske teme, dakle, da je izbor tema dominantno određen spolnom pripadnošću ispitanika. I druga istraživanja su pokazala da postoje različiti obrasci ponašanja i interesa između dječaka i djevojčica: muški interesi tako više upućuju na aktivizam⁴⁴ (sklonost kompjutorskim i video igrama, sportu, akciji i avanturama) nego ženski interesi (čitanje časopisa za tinejdžere, zabava, slušanje glazbe...) (Roberts i drugi,

⁴⁴ P. Bezinović i S. Smojver Ažić (2000) ističu kako spolne razlike mogu slijediti razlike u socijalizaciji i upravljanju negativnim emocijama: tako se, na primjer, djevojčice uči kontrolirati negativne emocije ljutnje, dok se dječake potiče na iskazivanje ljutnje.

1999). I naši rezultati pokazuju da su rubrike o poznatim i slavnim osobama (glumcima, pjevačima, manekenima itd.), moda i izgled definitivno ženske teme. I ekologija se opet pokazala kao ženska tema. Ljubav i seks, a i teme o ovisnostima (alkohol, cigarete i droge) pokazali su se muškim temama. To upućuje dijelom na različite psihosocijalne osobine pripadnika ženskog i muškog spola koje dovode do različitih obrazaca ponašanja i različitih interesa, ali i na prisutnost patrijarhalnog obrasca socijalizacije (različita socijalizacija dječaka i djevojčica) u obiteljima ispitanika.

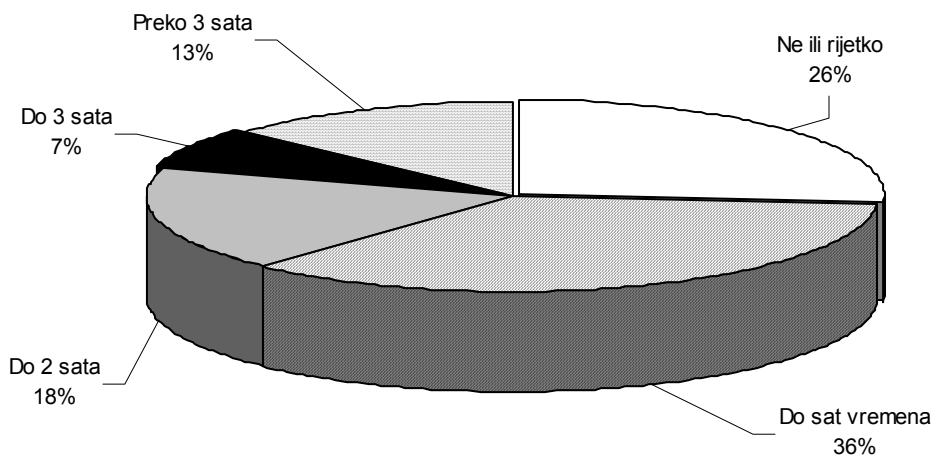
2. Radio

Radio je specifičan medij utoliko što je doista sveprisutan. Gotovo da nema domaćinstva koje ne posjeduje radio-prijemnik, radio se sluša u autu i drugim prometima, u trgovinama i kafićima, u uredima i tvorničkim pogonima. Praktički nema zatvorenog prostora u kojem on nije prisutan kao zvučna kulisa. Radio se sluša kao promptni izvor novosti, kao medij komunikacije u raznim kontakt-programima, ali ponajviše radi glazbe. Odabir raznih vrsta glazbe na različitim radio-postajama vrlo je prepoznatljiv i zapravo je jedan od važnijih faktora slušanosti neke radio-postaje (Mučalo, 2000). Utoliko se može pretpostaviti da je slušanje radija značajno povezano sa slušanjem omiljene glazbe, posebice kada je riječ o mlađoj populaciji.

Radiju smo u ovom ispitivanju posvetili vrlo malo prostora, ograničivši se na dva indikatora. Prvi govori o tome koliko djeca prosječno slušaju radio, a drugi o tome koju glazbu vole slušati. Dakako, moguć je prigovor da glazbeni afiniteti nisu nužno vezani uz slušanje radija, i to je točno, barem u svjetlu činjenice da radio nije jedina mogućnost da se sluša glazba. Postojanje raznih vrsta nosača zvuka jamči mogućnost slušanje omiljene glazbe koliko i kada se želi, a vidjeli smo da četiri petine djece posjeduje glazbenu liniju, što znači da glazbu slušaju i mimo radija. No ostaje činjenica da, kada slušaju radio, djeca biraju onu radio-postaju koja emitira glazbu po njihovu ukusu, a kako je glazba najučestaliji sadržaj radijskog programa (posebice lokalnih i komercijalnih, dakle najslušanijih, postaja), moguće je analizirati glazbene afinitete u kontekstu korištenja radijskog medija.

Iz grafikona 3 vidljivo je koliko djeca prosječno u danu slušaju radio, a u tablici 3 o kojim to obilježjima ovisi.

Grafikon 3: Prosječno dnevno slušanje radija



Zanimljivo je da četvrtina djece nema naviku slušanja radija, a većina ih radio sluša jedan do dva sata dnevno. Također je indikativno i to da su u svojoj orijentiranosti na radio djeca prilično homogena.

Tablica 3: Prosječno dnevno slušanje radija s obzirom na sociodemografska obilježja ispitanika (%)

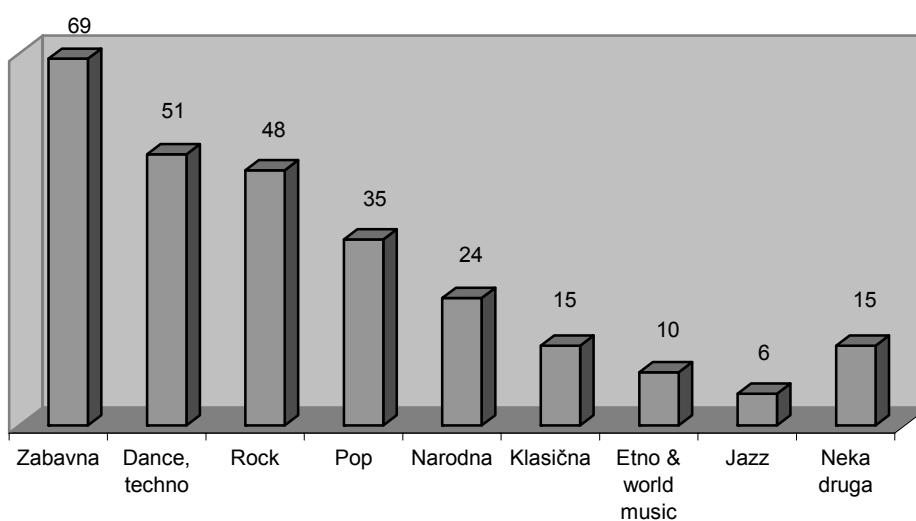
Sociodemografska obilježja	Dnevno slušanje radija			
	Ne ili vrlo rijetko	Do sat vremena	Do 2 sata	Preko 3 sata
<i>Razred</i>	$\chi^2 = 49,98$			
Peti	39,6	34,1	14,0	12,3
Šesti	21,2	40,9	20,1	17,8
Sedmi	25,6	34,7	19,4	20,3
Osmi	18,1	33,6	20,1	28,2
<i>Spol</i>	$\chi^2 = 31,57$			
Muški	33,2	36,1	17,1	13,6
Ženski	19,7	36,0	19,1	25,2
UKUPNO	26,2	36,0	18,0	19,8

Naime, razlike se javljaju samo u pogledu dobi i spola. Jasan je trend linearnog porasta slušanja radija s porastom dobi, a kako istraživanja pokazuju,

treba očekivati da se ta tendencija nastavi do zrelih godina, budući da starija populacija radio sluša znatno više, gotovo koliko gledaju televiziju (Ilišin, 1999). Što se utjecaja spolnog obilježja tiče, potvrđeno je da su djevojčice redovnije slušateljice radija, a može se očekivati da će se to nastaviti i u kasnijoj životnoj dobi.

Glazbeni afiniteti djece (grafikon 4) faktički odražavaju ukus široke publike.

Grafikon 4: Omiljene vrste glazbe (%)



Prednjači opredjeljeni su za zabavnu i plesnu glazbu, što voli slušati većina djece. Rock glazbu rado sluša svaki drugi ispitanik, pop glazbu svaki treći, a narodnu svaki četvrti. Klasična, etno i jazz glazba imaju razmjerno malo poklonika među djecom, no pritom valja imati na umu da su to glazbeni žanrovi koji i inače imaju malobrojnu i odabranu publiku. U kategoriji "neka druga glazba" navedene su različite konkretne skladbe ili izvođači, uglavnom iz skupine prethodno već razvrstanih glazbenih žanrova, zbog čega taj odgovor izostavljamo iz daljnje analize.

Glazbeni ukus djece ipak nije jednoobrazan, što pokazuju rezultati u tablici 4.

Tablica 4: Omiljene vrste glazbe s obzirom na sociodemografska obilježja ispitanika (%)

Sociodemografska obilježja	Narodna	Zabavna	Rock	Pop	Dance, techno
<i>Razred</i>		$\chi^2 = 34,91$			$\chi^2 = 32,26$
Peti		78,3			35,6
Šesti		77,8			54,8
Sedmi		63,2			54,1
Osmi		58,9			60,2
<i>Spol</i>	$\chi^2 = 19,14$	$\chi^2 = 69,17$	$\chi^2 = 13,35$		$\chi^2 = 41,50$
Muški	30,3	56,5	54,2		40,8
Ženski	19,1	81,4	42,0		61,1
<i>Mjesto stanovanja</i>	$\chi^2 = 58,12$			$\chi^2 = 19,71$	
Veliki grad	11,8			45,3	
Mali grad	20,2			32,0	
Selo	37,4			29,7	
<i>Obrazovanje oca</i>	$\chi^2 = 47,05$				
Osnovna škola	49,1				
KV/VKV	29,3				
Srednja škola	24,0				
Viša/visoka škola	12,9				
<i>Obrazovanje majke</i>	$\chi^2 = 50,35$	$\chi^2 = 23,09$			
Osnovna škola	45,4	77,8			
KV/VKV	26,1	73,4			
Srednja škola	22,2	72,1			
Viša/visoka škola	13,7	57,8			
<i>Školski uspjeh</i>	$\chi^2 = 74,32$			$\chi^2 = 24,55$	
Dobar	43,4			25,0	
Vrlo dobar	22,0			34,2	
Odličan	13,1			44,1	
UKUPNO	24,4	69,3	47,9	34,9	51,3

Prvo treba reći da klasičnu, etno i jazz glazbu podjednako (ne)slušaju sve skupine djece. Suprotnost je narodna glazba, koja ima najizdiferenciranije poklonike među djecom. Tu glazbu, naime, osobito vole djeca sa sela i iz obitelji gdje su oba roditelja bez kvalifikacija, te dječaci i učenici koji prolaze s dobrim uspjehom. Profil ljubitelja narodne glazbe nedvojbeno upućuje na sociokulturno inferiorniju populaciju i čini se da je narodnoj glazbi budućnost zajamčena u ruralnim oazama. Ljubitelji zabavne glazbe regrutiraju se poglavito iz redova mlađe djece, i to djevojčica, dok se djeca čija je majka akademski obrazovana

izdvajaju po tome što primjetno manje uživaju u toj vrsti glazbe. Afinitet spram pop glazbe varira s obzirom na domicil i školski uspjeh ispitanika – što je mjesto stanovanja urbaniziranije, a školske ocjene bolje, to je i veći broj poklonika popa. Gledajući integralno značajke slušatelja zabavne i pop glazbe, može se zamijetiti da se oni u znatnoj mjeri mogu prepoznati kao antipod ljubiteljima narodne glazbe. Plesnu glazbu (dance, techno) radije slušaju djevojčice, a broj ljubitelja raste s dobi. Na koncu, rock glazbu više vole dječaci.

Iz ovih nalaza vidljivo je da su glazbeni afiniteti ponajprije pod utjecajem spolne pripadnosti, a potom pod utjecajem dobi, rezidencijalnog statusa, školskog uspjeha i stupnja obrazovanja majke i oca. Ustanovljene razlike nisu sistematične osim u pogledu preferiranja narodne glazbe koja se pokazala kao glazbeni žanr s najprofiliranijom publikom među djecom.

3. Televizija

Televizija je od samog svog postanka promatrana kao potencijalno najmoćniji masovni medij, posebice u smislu njezine široke popularnosti. U Hrvatskoj je takva pozicija televizije neupitna, naročito u svjetlu činjenice da se tiskani mediji znatno manje čitaju nego u razvijenim zemljama. Ponuda televizijskih postaja i programa razmjerno je ograničena, osobito u usporedbi s američkim ili zapadnoevropskim standardima. Zasad HTV ima relativno slabu konkurenciju na nacionalnoj razini, a njezin signal dopire do svakog domaćinstva u Hrvatskoj. Takva oskudna ponuda na nekim je područjima obogaćena programima lokalnih televizija, a sve više gledatelja se opskrbljuje antenama za praćenje satelitskog programa. Otuda dio građana u Hrvatskoj bar povremeno prati i programe televizijskih postaja iz susjednih i ostalih zemalja, ponajprije televizijskih kuća iz Austrije, BiH, Italije, Slovenije, SRJ, Njemačke itd.

Prethodni podaci već su pokazali da ispitani tinejdžeri odrastaju u roditeljskim domovima koji su gotovo bez iznimke opremljeni televizorima. Ne raspoložemo podatkom koliko djece eventualno ima televizor u vlastitoj sobi, ali

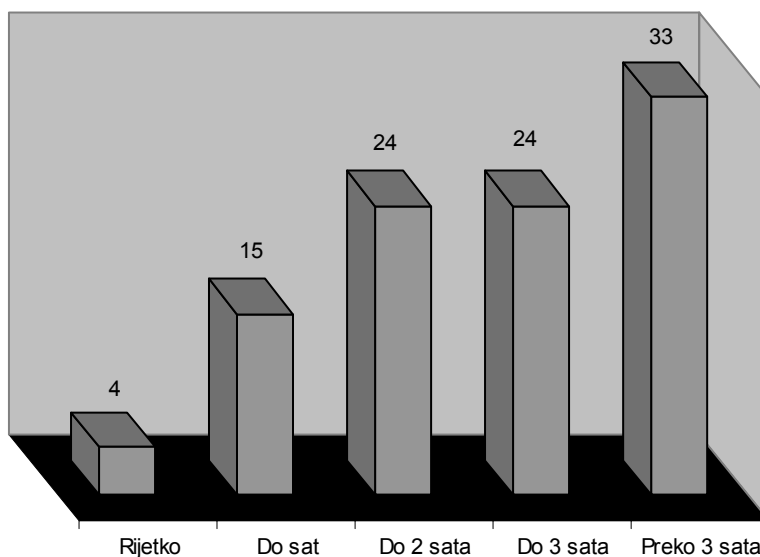
možemo pretpostaviti da ih nema mnogo.⁴⁵ Ova je napomena važna naprosto zato što postojeća opremljenost hrvatskih domaćinstava elektroničkim medijima indicira da djeca nemaju suviše prigode da sama biraju program koji će gledati i slušati, naročito u večernjim satima kada je televizija najgledanija. Valja pretpostaviti da djeca nerijetko moraju postići konsenzus s drugim članovima obitelji i da vjerojatno nisu često u mogućnosti nametnuti svoj izbor. Ujedno valja imati na umu da su današnji osnovci potomci generacija koje su i same odrastale uz televiziju, pa bi se stoga moglo očekivati da roditelji naših ispitanika imaju koliko-toliko izgrađen odnos spram toga medija. Pritom, doduše, treba pretpostaviti da su roditelji današnjih tinejdžera ipak nešto manje imali prilike koristiti televiziju i manje mogućnosti izbora između različitih programa, budući da je društveni standard bio niži. No, bez obzira na te eventualne razlike, ostaje činjenica da je i za djecu i za njihove roditelje televizija neizbježna sastavnica njihova svakodnevnoga života.

Televiziji smo u ovom istraživanju posvetili nešto više prostora. Uz ispitivanje prosječnog dnevnog vremena izdvojenog za praćenje televizije, ispitali smo da li djeca gledaju i programe inozemnih postaja, koliko gledaju glazbene spotove na tim postajama, koje programe preferiraju te koje filmske žanrove najviše vole. Dakako, i u ovom slučaju smo provjerili kako promatrana sociodemografska obilježja utječu na korištenje televizije.

Grafikon 5 pokazuje da djeca u Hrvatskoj gledaju televiziju otprilike koliko i djeca u svijetu.

⁴⁵ Usporedbe radi, 69% američkih domaćinstava posjeduje tri i više televizora, a djeca starija od 8 godina u 65% slučajeva imaju televizor u svojoj sobi (Roberts i drugi, 1999:13). Slični su podaci i za radio-prijemnike. Iz ovoga slijedi da su i u SAD-u televizija i radio najkorišteniji masovni mediji. No iz ovih podataka proizlazi i pretpostavka da američka djeca imaju više mogućnosti da samostalno odabiru programe koje žele pratiti.

Grafikon 5: Prosječno dnevno gledanje televizije (%)



Zanimljivo je da oko petine djece razmjerno malo gleda televiziju, dok je na drugom kraju trećina onih koje bismo mogli nazvati potencijalnim ovisnicima o televiziji. Iz dobivenih podataka proizlazi da ispitana djeca prosječno gledaju televiziju oko tri sata dnevno.

Još je zanimljivije da dužina dnevnog gledanja televizije gotovo uopće ne ovisi o promatranim socijalnim značajkama ispitanika. Kao što se vidi u tablici 5, samo školski uspjeh djece utječe na dužinu vremena provedenog pred malim ekranom.⁴⁶ U ovom slučaju provjeravali smo da li je količina dnevnog slobodnog vremena povezana s količinom dnevnog gledanja televizije, i pokazalo se da ta veza postoji.

⁴⁶ Za potrebe daljnje analize postotak onih koji televiziju gledaju rijetko i onih koji to čine do sat vremena dnevno, sažeti su u jednu kategoriju ("do sat vremena").

Tablica 5: Prosječno dnevno gledanje televizije s obzirom na školski uspjeh i dnevno slobodno vrijeme ispitanika (%)

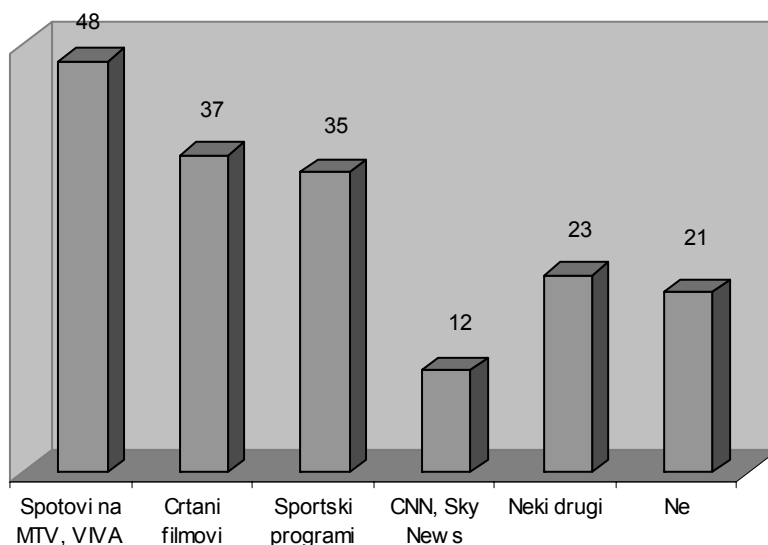
Sociodemografska obilježja	Dnevno gledanje televizije			
	Do sat vremena	Do 2 sata	Do 3 sata	Preko 3 sata
<i>Školski uspjeh</i>	$\chi^2 = 35,71$			
Dobar	26,5	19,0	16,4	38,1
Vrlo dobar	16,2	26,5	25,3	32,0
Odličan	14,0	26,1	30,1	29,8
<i>Slobodno vrijeme</i>	$\chi^2 = 79,94$			
Do 2 sata dnevno	30,2	29,4	18,9	21,5
3-4 sata dnevno	16,1	27,1	29,6	27,2
Preko 4 sata	12,8	18,2	23,4	45,6
UKUPNO	18,3	24,2	24,3	33,2

Podaci pokazuju da općenito bolji učenici (vrlo dobri i odlični) više gledaju televiziju, a dobri učenici izdvajaju se po tome što češće od ostalih ili ne gledaju televiziju ili je gledaju preko tri sata dnevno. Ovi nalazi intrigiraju, jer smo očekivali da bolji đaci općenito manje gledaju televiziju, pa jedino možemo pretpostaviti da oni to čine selektivnije nego lošiji đaci, posebice kada televiziju gledaju preko tri sata dnevno. Pritom se čini da je dio lošijih đaka sklon ignoriranju televizije a dio razmjerno neumjerenom gledanju.

Prilično je očekivano da ona djeca koja raspolažu s najviše slobodnog vremena ujedno odskaču po tome što televiziju gledaju preko tri sata dnevno. Ovaj nalaz dopunjuje prethodno dobivene rezultate u analizi slobodnog vremena, jer indicira da se “višak” slobodnog vremena, uz frekventnija druženja s prijateljima, djelomice troši i na gledanje televizije. Moglo bi se stoga spekulirati da ona djeca koja imaju najviše slobodnog vremena češće od ostalih televiziju gledaju zajedno s prijateljima. No, ukoliko bi se priklonili stavu da prekomjerno gledanje televizije nije poželjno, otvara se pitanje očitog nedostatka ili neadekvatnosti drugih mogućih aktivnosti kojima bi se ta djeca mogla baviti u svom slobodnom vremenu.

Već je spomenuto da djeca, zahvaljujući satelitskoj transmisiji, nisu “osuđena” samo na praćenje domaćeg televizijskog programa. Stoga nas je zanimalo da li, i koje, inozemne postaje/programe gledaju (grafikon 6).

Grafikon 6: Praćenje programa inozemnih TV-postaja (%)



Podaci pokazuju da samo petina ispitane djece ne prati programe inozemnih televizijskih postaja. S druge strane, najpopularnije su postaje specijalizirane za glazbeni program, zatim one koje prikazuju crtane filmove i sportski program, a na kraju su postaje koje izvještavaju o događajima u svijetu (prije svega društvenim i političkim). U kategoriji “neke druge” ispitanici su navodili razne pojedinačne postaje (uglavnom slovenske, talijanske i njemačke) koje emitiraju različite programe, pa tu kategoriju ovdje izostavljamo iz daljnje analize. Ovakvo rangiranje gledanosti inozemnih televizijskih postaja i programa nije iznenađujuće, budući da je u priličnoj mjeri sukladno programskim preferencijama djece (o čemu će biti riječi kasnije).

Za razliku od dužine gledanja televizije, kada je u pitanju praćenje programa inozemnih televizijskih programa, ispitanici su se pokazali prilično heterogenima (tablica 6).

Tablica 6: Učestalost gledanja inozemnih televizijskih postaja i programa s obzirom na sociodemografska obilježja ispitanika (%)

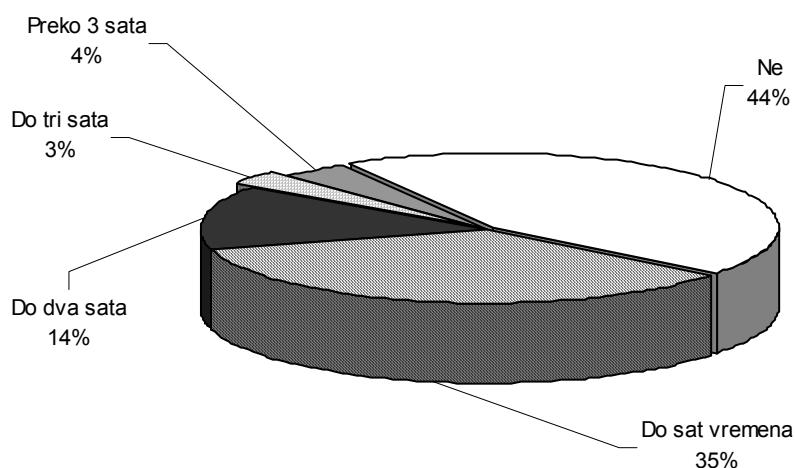
Sociodemografska obilježja	Ne gledaju	MTV, VIVA	Crtani filmovi	Sportski programi	CNN, Sky News
<i>Razred</i>			$\chi^2 = 61,82$		
Peti			55,2		
Šesti			39,0		
Sedmi			32,1		
Osmi			21,9		
<i>Spol</i>				$\chi^2 = 134,18$	
Muški				53,4	
Ženski				17,8	
<i>Mjesto stanovanja</i>	$\chi^2 = 26,93$	$\chi^2 = 39,92$		$\chi^2 = 23,27$	$\chi^2 = 31,15$
Veliki grad	12,1	63,3		46,2	20,4
Mali grad	21,8	42,7		32,8	9,1
Selo	28,3	40,1		29,3	7,8
<i>Obrazovanje oca</i>		$\chi^2 = 33,82$			$\chi^2 = 38,75$
Osnovna škola		35,2			7,8
KV/VKV		38,9			8,9
Srednja škola		49,5			6,1
Viša/visoka škola		61,0			22,2
<i>Obrazovanje majke</i>	$\chi^2 = 25,23$	$\chi^2 = 52,01$			$\chi^2 = 26,71$
Osnovna škola	31,2	30,9			7,1
KV/VKV	29,0	35,6			11,9
Srednja škola	17,8	50,8			8,0
Viša/visoka škola	15,1	63,2			19,9
UKUPNO	21,4	47,9	36,9	35,2	11,7

Djeca koja ne gledaju inozemne postaje regrutiraju se poglavito iz ruralnih sredina i obitelji gdje je majka niže obrazovana. Kao njihova suprotnost javljaju se djeca koja više od ostalih gledaju glazbene (MTV, VIVA) i informativne programe (CNN, SKY): u oba slučaja to su ispitanici koji stanuju u velikim gradovima i čija su oba roditelja visokoobrazovana. Kako se moglo i očekivati, strane sportske programe natprosječno prate dječaci, a to raste linearno s porastom urbaniziranosti mjesta stanovanja. Na koncu, strane postaje koje emitiraju crtane filmove najviše gledatelja imaju među najmlađim ispitanicima u uzorku, a kako raste dob, tako opada usmjerenost na te programe.

Promotrimo li ove rezultate skupno, može se reći da je opredjeljenje djece za praćenje inozemnih televizijskih postaja i programa prvenstveno socijalno uvjetovano. To se manifestira na dvije razine: da li djeca uopće gledaju inozemne postaje i koje programe biraju. Ovdje se mogu prepoznati dva odlučujuća momenta: materijalni i obrazovni standard obitelji, te infrastrukturni razvoj okoline. Naime, logično je da satelitskim antenama u većem broju raspolažu stanovnici gradova, kao i oni građani čiji je socioekonomski položaj bolji. Ujedno ti građani kao obrazovaniji imaju i više potrebe za alternativnim programima i informacijama. Roditelji takvog profila očito i na svoju djecu prenose potrebu za širenjem vidika, pri čemu se izgrađuje i selektivan pristup ponuđenim sadržajima. No čini se da ovdje postoji indicija da ta djeca najzahtjevnije programe (CNN, SKY) vjerojatno prate zato što ih prate njihovi roditelji, a kada se rukovode vlastitim željama, tada se odlučuju za glazbene programe.

Budući da smo unaprijed pretpostavili da će među inozemnim postajama i programima biti najpopularniji oni glazbenog profila, ispitanicima smo postavili i pitanje koliko prosječno dnevno gledaju glazbene spotove na inozemnim televizijskim postajama (grafikon 7).

Grafikon 7: Prosječno dnevno gledanje glazbenih spotova inozemnih TV-postaja



Kao što se vidi, gotovo polovina ispitanika ne gleda spotove na inozemnim postajama, trećina ih gleda do sat vremena dnevno, a petina dva i više sati dnevno. Potonja skupina svakako zbunjuje velikom količinom vremena koju izdvaja za praćenje glazbenih spotova. Nešto jasniju sliku te skupine ispitanika daju podaci u tablici 7.

Tablica 7: Prosječno dnevno gledanje glazbenih spotova s obzirom na sociodemografska obilježja ispitanika (%)

Sociodemografska obilježja	Gledanost glazbenih spotova			
	Ne gleda	Do sat vremena	Do 2 sata	Preko 2 sata
<i>Mjesto stanovanja</i>	$\chi^2 = 33,60$			
Veliki grad	31,1	43,4	17,5	8,0
Mali grad	48,2	33,7	11,0	7,1
Selo	51,4	31,0	10,9	6,7
<i>Obrazovanje oca</i>	$\chi^2 = 37,15$			
Osnovna škola	58,3	30,7	5,2	5,8
KV/VKV	52,1	32,9	10,8	4,2
Srednja škola	41,9	37,1	13,2	7,8
Viša/visoka škola	32,8	38,0	20,1	9,1
<i>Obrazovanje majke</i>	$\chi^2 = 40,81$			
Osnovna škola	59,9	25,9	9,4	4,8
KV/VKV	52,0	32,3	11,6	4,1
Srednja škola	41,7	37,3	13,2	7,8
Viša/visoka škola	30,8	41,9	18,3	9,0
<i>Dnevno gledanje TV</i>	$\chi^2 = 44,75$			
Do sat vremena	51,1	40,2	6,0	2,7
Do 2 sata	46,2	38,1	12,7	3,0
Do 3 sata	41,3	35,7	16,1	6,9
Preko 3 sata	39,9	30,1	18,2	11,8
UKUPNO	44,0	35,4	13,5	7,1

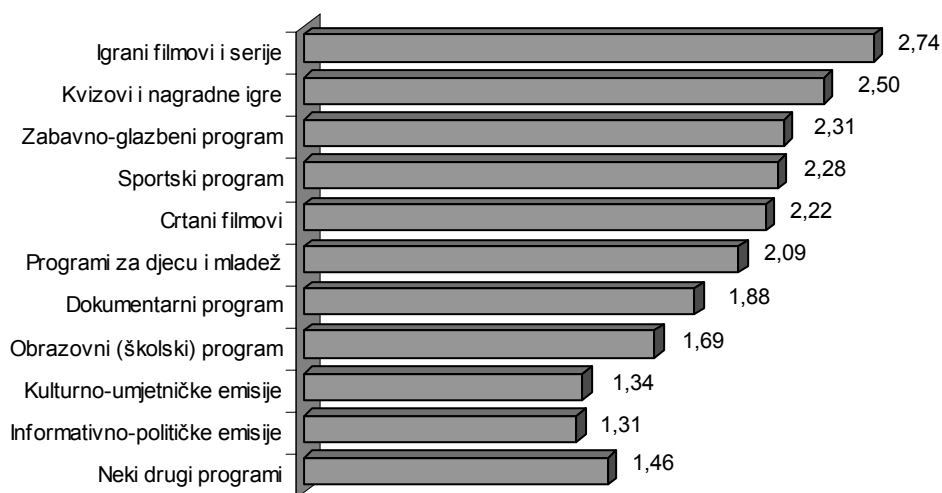
Najredovniji gledatelji glazbenih spotova su djeca iz velikih gradova i porijeklom iz obitelji gdje su i otac i majka akademski obrazovani. Dakle, profil mladih gledatelja koji dnevno gledaju glazbene spotove više od sat vremena identičan je profilu one djece koja su u prethodnom pitanju češće odgovarala da prate program postaja MTV, VIVA i sličnih.

No u ovom slučaju – za razliku od prethodnog pitanja – pokazalo se da je vrijeme utrošeno na gledanje glazbenih spotova povezano s dužinom gledanja

televizije. Trend je očekivan: ona djeca koja za praćenje televizije odvajaju više vremena (naročito ona koja televiziju gledaju preko 3 sata dnevno), istodobno i više gledaju glazbene spotove. Dakle, u ovom se slučaju “višak” vremena posvećenog praćenju televizijskog programa troši na glazbene spotove. Vjerojatno je za ovu pojavu važan, ako ne i odlučujući, čimbenik potreba te djece da budu informirana o zbivanjima u popularnoj glazbi a što ujedno znatno pridonosi potvrđivanju među vršnjacima.

Uz pitanje koliko djeca dnevno gledaju televiziju, svakako je najvažnije i pitanje koje programe razmjerno redovno gledaju. U grafikonu 8 izneseni su rezultati dobiveni na trostupanjskoj ljestvici gledanosti određenih programa (3=redovno; 2=povremeno; 1=nikada).

Grafikon 8: Učestalost praćenja raznih vrsta televizijskog programa (prosječne vrijednosti)



Na vrhu ljestvice gledanosti su igrani filmovi i serije (77% djece prate ih redovno) te kvizovi i nagradne igre (55% redovnih gledatelja). Dakle, to su vrste emisija koje privlače pozornost većine ispitanika. Druga skupina programa je ona koju 41 do 56 posto djece prati povremeno, a redovno njih 47 do 16 posto.

Tu je riječ je o zabavno-glazbenom i sportskom programu, crtanim filmovima, emisijama za djecu i mlade, te dokumentarnom i obrazovnom programu. Sasvim na dnu gledanosti je kulturno-umjetnički program (3% redovnih gledatelja i 67% onih koji ih nikada ne gledaju) i informativno-političke emisije (redovno ih prati 4%, a nikada 73% učenika).⁴⁷ Ovi nalazi dozvoljavaju nam komentar kako su programske preferencije starije djece i tinejdžera identične onima koje egzistiraju i među mladima. Pritom se i djeca i omladina od starijih razlikuju samo u jednom tipu programa, a to je informativno-politički. Naime, starija populacija je ta koja znatno češće od mladih i djece prati informativno-političke emisije, dok u popularnosti ostalih vrsta programa nema razlika (Ilišin, 1999:149). Nezainteresiranost djece i mladih za politiku već je toliko standardan podatak da na ovom mjestu ne iziskuje dodatna obrazloženja.

No, potrebno je skrenuti pažnju na činjenicu da djeca najviše gledaju programe za odrasle, i to one koji inkorporiraju elemente uzbuđenja. S druge strane, programe koji su kreirani za djecu (bilo zabavni bilo obrazovni) naši ispitanici gledaju tek povremeno, i postavlja se pitanje zašto ih ti programi slabo zanimaju, dok ih drugi jako zaokupljaju. Jedan mogući odgovor bio bi da programi za djecu nisu koncipirani ni realizirani na dovoljno atraktivan način koji bi privukao njihovu pozornost. Drugi mogući odgovor jest da su djeca uz roditelje i druge članove domaćinstva stekla naviku gledanja onih programa koje preferira ostatak obitelji. Naime, kako smo pretpostavili da većina kućanstava u Hrvatskoj posjeduje samo jedan televizor, može se očekivati da djeca imaju minimalnu autonomiju izbora programa kada je obitelj na okupu. Osim toga, kako se televizija najviše gleda u večernjim terminima, čiji je osnovni sadržaj (uz informativno-političke emisije) serijski i filmski program, logično je da starija djeca (koja su se već izborila na pravo gledanja televizije u to doba dana) postaju pasionirani gledatelji te vrste programa. Međutim, postoji i treći mogući odgovor, a to je da djecu, kako pokazuju inozemna istraživanja (primjerice Gunter, McAleer, 1997), općenito snažno privlače sadržaji za starije. Djeca se,

⁴⁷ I u ovom slučaju se izostavlja daljnja analiza odgovora "neki drugi programi", jer su se ispitanici najčešće odlučivali za taj odgovor bez upisivanja o kojim se programima radi. Tek ponekad navedene su razne emisije, međusobno raznorodne, a što onemogućuje njihovo svrstavanje u zajedničku kategoriju.

naime, ponašaju kao voajeri koji pokušavaju što više doznati o svijetu odraslih promatrajući slike zbivanja, jer u njima ionako uglavnom ne mogu sudjelovati. A kako sama djeca kažu, gledajući igrane programe za starije doznaju mnoge korisne stvari o životu, ljudima i njihovim odnosima.

Dodatne informacije za uvid u mogući utjecaj televizije na djecu daju nam nalazi faktorske analize (tablica 8) i analize varijance (tablica 9).

Tablica 8: Tipovi televizijskih programa

Faktori	Vrste programa
Faktor I (17,5% zaj. varijance.) <i>Edukativni sadržaji</i>	.717 Kulturno-umjetničke emisije .625 Informativno-političke emisije .579 Dokumentarni program .533 Obrazovni (školski) program
Faktor II (15,0% zaj. varijance) <i>Zabavni sadržaji</i>	.636 Programi za djecu i mladež .597 Zabavno-glazbeni program
Faktor III (14,3% zaj. varijance) <i>Uzbudljivi sadržaji</i>	.680 Sportski program .630 Kvizovi i nagradne igre .507 Crtani filmovi .480 Igrani filmovi i serije

Faktorskom analizom ekstrahirana su tri faktora (ukupne varijance od 46,8%). Za analizu varijance korišteno je već standardnih osam sociodemografskih obilježja ispitanika, čemu je dodan još pokazatelj dnevne gledanosti televizije, budući da smo očekivali da bi dužina gledanja televizije mogla utjecati na selekciju programa.

Prvi dobiveni faktor nazvan je *edukativni sadržaji* iz očitog razloga: konstituiraju ga programi i emisije čiji je sadržaj prvenstveno šire obrazovne naravi. Oslanjajući se na popularnost vrsta programa koje obuhvaća, moglo bi se reći da je ovaj tip televizijskog programa najmanje gledan među ispitanicima.

Tablica 9: Statistički značajne razlike u odabiru tipova televizijskog programa

Sociodemografska obilježja	Edukativni sadržaji	Zabavni sadržaji	Uzbudljivi sadržaji
<i>Razred</i>	<i>F-omjer = 9,45</i>	<i>F-omjer = 20,22</i>	<i>F-omjer = 14,39</i>
Peti	+	+	+
Šesti	0	0	+
Sedmi	—	—	0
Osmi	—	—	—
<i>Spol</i>	<i>F-omjer = 16,03</i>	<i>F-omjer = 241,37</i>	<i>F-omjer = 63,93</i>
Muški	+	—	+
Ženski	—	+	—
<i>Mjesto stanovanja</i>		<i>F-omjer = 10,06</i>	
Veliki grad		—	
Mali grad		+	
Selo		0	
<i>Obrazovanje oca</i>		<i>F-omjer = 6,64</i>	
Osnovna škola		0	
KV/VKV		+	
Srednja škola		0	
Viša/visoka škola		—	
<i>Obrazovanje majke</i>		<i>F-omjer = 7,23</i>	
Osnovna škola		+	
KV/VKV		+	
Srednja škola		0	
Viša/visoka škola		—	
<i>Dnevno gledanje TV</i>	<i>F-omjer = 6,27</i>		<i>F-omjer = 19,84</i>
Do sat	+		—
Do 2 sata	0		0
Do 3 sata	0		0
Preko 3 sata	—		+

Legenda: — ispod zajedničkog prosjeka; 0 u zajedničkom prosjeku; + iznad zajedničkog prosjeka.

Vrlo su zanimljivi rezultati analize varijance, i to ne radi ustanovljenih utjecaja, koliko zbog onih koji su izostali. Kako se vidi u tablici 9, edukativne sadržaje na televiziji preferiraju prije svega najmlađa ispitana djeca, osobito dječaci. Čini se da su namjenske obrazovne emisije kreirane na taj način da su primjerenije mlađoj nego starijoj djeci, a može biti i da mlađa djeca lakše uče iz televizijski prezentiranog materijala, dok su starija djeca osposobljenija za klasični (“knjiški”) način učenja. Zanimljivo je da dječaci preferiraju edukativne programe – povučemo li paralelu s prethodnim saznanjima da djevojčice više

koriste tiskane medije, moglo bi se reći da dječaci gledajući obrazovne emisije kompenziraju slabije korištenje drugih izvora znanja i informacija. No ovdje je svakako najzanimljivije da je izostao utjecaj stupnja obrazovanja roditelja, jer bi se očekivalo da obrazovaniji roditelji više stimuliraju svoje potomstvo da koristi edukativne sadržaje na televiziji. Budući da ovdje takva povezanost nije ustanovljena, možemo tek nagađati da obrazovani roditelji zapravo televiziju ne smatraju pogodnim izvorom dobivanja znanja, pa djecu načelno odvrćaju od televizije i istodobno ih potiču na učenje iz knjiga, kao što su to i oni činili.

Ali, za razliku od iznenađenja zbog odsustva utjecaja obrazovne razine roditelja, nije bilo iznenađenja s utjecajem prosječnog vremena izdvojenog za gledanje televizije. Trend je jasan – ako djeca televiziju gledaju kratko, tada preferiraju edukativne sadržaje, a ako ju gledaju preko tri sata dnevno, pokazuju manju zainteresiranost za obrazovne programe. Iz ovoga slijedi da djeca koja manje gledaju televiziju demonstriraju selektivniji pristup ponuđenim programima i stoga izabiru sasvim određene emisije s jasnim ciljem – dopunskim stjecanjem korisnih znanja.

Zabavni sadržaji naziv je drugog izlučenog faktora, koji obuhvaća samo dvije vrste programa: za djecu i mladež te zabavno-glazbeni. Za ovaj tip programa možemo pretpostaviti da je osrednje prihvaćen među ispitanicima. No u tom prihvaćanju oni su prilično diferencirani. Naime, diskriminirajuće djeluje pet obilježja: spol, dob, mjesto stanovanja te obrazovanje majke i oca. Djevojčice su one koje se izrazito više prepoznaju u zastupanju ovoga faktora, a potom slijede mlađa djeca iz malih gradova i obitelji gdje su oba roditelja niže obrazovana. Ovakav profil redovnijih gledatelja zabavnog programa upućuje na stanovitu nezahitjevnost tih emisija, koje kao da su prilagođene potrebama mlađe djece čije sociokulturno okruženje ne obiluje intelektualnim poticajima. Zašto baš djevojčice preferiraju ovaj tip programa, otvoreno je pitanje. Moglo bi se tek spekulirati da one, budući da druge izvore koriste za stjecanje znanja, od televizije niti ne očekuju niti traže više od puke zabave i razbibrige.

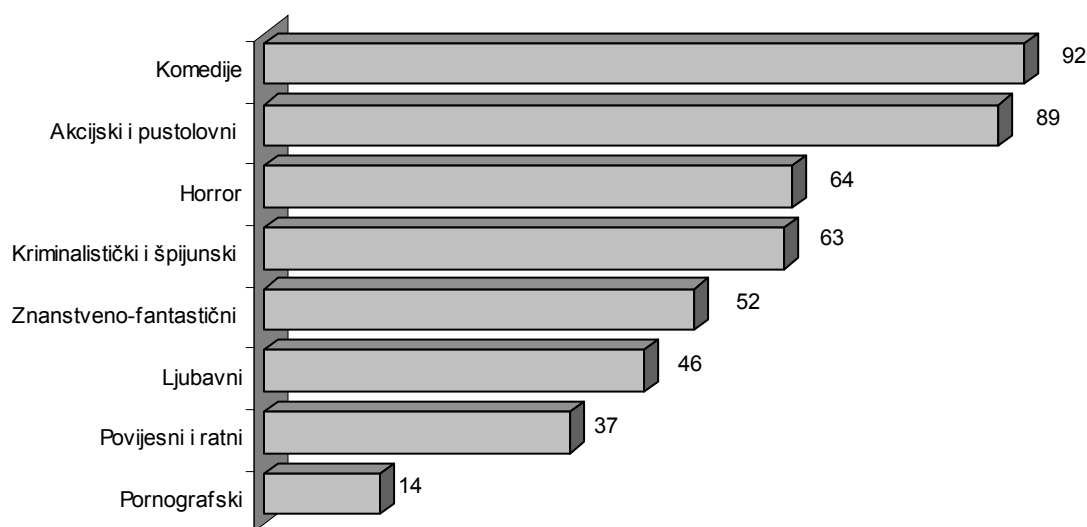
Treći dobiveni faktor imenovan je kao *uzbudljivi sadržaji*, premda u manje striktnoj podjeli programa emisije koje ga sačinjavaju možemo svrstati i u zabavne sadržaje. Međutim, distinkcija je u dodatnom elementu uzbuđenja

kojeg nude sportska takmičenja i nadmetanja natjecatelja u kvizovima. Tu kompeticijsku komponentu dopunjuju uzbuđenja koja su imanentna pričama ispričanim na filmski način. Znajući kakva je popularnost pojedinih vrsta programa i emisija, čini se da je ovaj tip programa najgledaniji među ispitanicima. U skladu s tim, nisu ustanovljene ni brojne razlike među njima. Konkretno, uzbudljive sadržaje preferiraju mlađi dječaci. Pritom, oni koji televiziju dnevno gledaju više od tri sata osobito su orijentirani na ove sadržaje. Navedeni nalazi sugeriraju da se ovdje radi o profilu djece koja su dobrim dijelom antipod onoj koja preferira edukativne sadržaje. Kao da se ocrtavaju dvije blago suprotstavljene skupine: s jedne su strane oni koji malo gledaju televiziju i selektivno biraju program, a s druge strane oni koji puno gledaju televiziju, tražeći od nje prvenstveno uzbuđenja.

Kako smo pretpostavili da će najgledaniji program među djecom biti filmski program, posebno smo ispitali koje filmske žanrove djeca najviše vole i gledaju. Dakako, filmove se može gledati i na videu i u kinu, no činjenica je da se na televiziji najviše gledaju upravo filmovi. Osim toga, televizija ima razmjerno bogat filmski program (naročito komercijalne postaje i specijalizirani programi javne televizije), što djeci omogućuje da biraju koje će filmove gledati.

Grafikon 9 pokazuje nam kakav je filmski ukus starije djece.

Grafikon 9: Omiljene vrste filmova (%)



Vidimo da su među djecom neprikosnovene komedije i akcijski i pustolovni filmovi, koji u pravilu obiluju uzbudljivim obratima i izrazitom dinamikom. Oko dvije trećine ispitanika rado gleda filmove strave i užasa, te krimiče i trilere, koje također odlikuje izrazita napetost. Svaki drugi ispitanik ističe SF i ljubavne filmove, a dvije petine njih povijesne i ratne filmove. Na dnu ljestvice popularnosti su pornografski filmovi koje preferira otprilike svaki sedmi ispitanik.⁴⁸ Ovakvo rangiranje omiljenih vrsta filmova ne zahtijeva osobit komentar, jer se naprosto radi o tome da je iz podataka kino-distributera poznato koji su filmski žanrovi najgledaniji. Ispitana djeca praktički prilično vjerno odražavaju ukus masovne publike, i to onaj koji već razmjerno dugo egzistira.⁴⁹

⁴⁸ U ovom pitanju ispitanicima nije ponuđena kategorija "pornografski filmovi", nego "neki drugi". Na naše iznenađenje, pokazalo se da su djeca listom upisivala porno filmove, pa smo tu kategoriju, budući da su odgovori bili kompaktni, uključili u daljnju obradu kao zaseban filmski žanr.

⁴⁹ Primjerice, među omladinom Hrvatske sredinom osamdesetih godina prošlog stoljeća također su najpopularnije bile komedije, avanturistički i akcijski filmovi, melodrame i krimiči, dok su filmovi strave i užasa tada bili slabije gledani (Ilišin, 1988:129).

Zanimljivije je pogledati da li i koliko se djeca međusobno razlikuju u pogledu izbora omiljene vrste filmova (tablica 10).

Tablica 10: Omiljenost vrsta filmova s obzirom na sociodemografska obilježja ispitanika (%)

Sociodemograf. obilježja	Akcijski i pustolovni	Krimi i špijunski	Ljubavni	Horror	SF	Komedije	Povijesni i ratni	Porno
<i>Spol</i>	$\chi^2 = 25,58$	$\chi^2 = 31,56$	$\chi^2 = 15,24$		14,08		$\chi^2 = 114,04$	$\chi^2 = 46,49$
Muški	94,2	72,3	39,8		58,4		54,3	21,4
Ženski	83,8	53,9	52,4		46,1		20,7	5,6
<i>Mjesto stanovanja</i>				$\chi^2 = 16,46$	$\chi^2 = 16,10$			
Veliki grad				58,1	57,2			
Mali grad				59,4	42,3			
Selo				71,3	56,0			
<i>Školski uspjeh</i>						$\chi^2 = 16,20$		
Dobar						87,3		
Vrlo dobar						93,1		
Odličan						95,2		
<i>Gledanje TV</i>	$\chi^2 = 22,70$	$\chi^2 = 21,11$	$\chi^2 = 24,47$	$\chi^2 = 23,31$				
Do sat dnevno	78,9	48,9	32,7	50,9				
Do 2 sata	89,9	62,1	42,2	59,3				
Do 3 sata	90,1	69,2	53,0	68,2				
Preko 3 sata	93,3	67,4	52,3	71,0				
UKUPNO	88,8	62,9	46,2	63,7	52,0	92,2	37,2	13,6

Dobiveni rezultati pokazuju da su razlike među djecom nesistematske, osim kada je u pitanju spolno obilježje. Stoga se može reći da današnja generacija starije djece i mlađih tinejdžera ima prilično ujednačene filmske afinitete. Zanimljivo je i teško objašnjivo zašto najbolji đaci najradije gledaju komedije. Jedino što bismo u okvirima ovoga istraživanja mogli reći o tome, oslanjajući se pritom na ranije ustanovljen nalaz da su odlični đaci više zaokupljeni izvannastavnim aktivnostima, jest da oni naprosto osjećaju veću potrebu za vedrim opuštanjem. Još je teže pokušati objasniti zašto djeca sa sela više od ostalih vole horror filmove. Činjenica je da ta razlika postoji, a preostaje nam tek pretpostaviti da je ona ili plod faktora koje u ovom istraživanju nismo razmatrali, ili je puka slučajnost. Zanimljivo je da ujedno te vrste filmova djeca to više preferiraju što više gledaju televiziju, iz čega slijedi da im treba što više uzbuđenja.

Gledanost povijesnih, ratnih i pornografskih filmova ovisi samo o spolnom obilježju – dječaci u odnosu na djevojčice više vole te filmske žanrove.

Potpuno je identična situacija i sa znanstveno-fantastičnim, akcijskim i pustolovnim te kriminalističkim i špijunskim filmovima, koje dječaci također ističu više nego djevojčice. S druge strane, djevojčice radije gledaju ljubavne filmove. Omiljenost filmske znanstvene fantastike povezana je još i s mjestom stanovanja: djeca iz malih gradova izdvajaju se kao manji ljubitelji tog filmskog žanra. I u ovom slučaju nema indicija koje bi nam pomogle u objašnjenju utvrđenog trenda. Istodobno, afiniteti spram akcijskih i pustolovnih, kriminalističkih i špijunskih te ljubavnih filmova, osim sa spolnim obilježjem, povezani su i s dužinom dnevnog gledanja televizije. U sva tri slučaja ustanovljena je identična tendencija: što djeca više gledaju televiziju, češće ističu navedene žanrove. Očito je da se ovdje radi o filmovima čija je imanentna sastavnica napetost i dinamika koje su sračunate na to da izazivaju uzbuđenje. Otuda je moguće reći da djeca tendiraju dužem gledanju televizije tragajući za uzbuđenjem i da ga u znatnoj mjeri pronalaze u filmskom programu.

Gledajući dobivene rezultate o korištenju televizije integralno, prvo se može uočiti da spolno obilježje najviše diskriminira djecu i u tom pogledu. To se manifestira i u ravni izloženosti televiziji i u ravni odabira programa. Ponovo se pokazuje da su afiniteti djevojčica i dječaka u značajnoj mjeri divergentni, a opravdano je pretpostaviti da do približavanja u afinitetima neće doći ni u njihovu zrelijem životu. Značajan diskriminirajući faktor je i rezidencijalni status ispitanika, no te razlike nisu koherentne. Ipak, djecu iz velikih gradova možemo prepoznati kao onu skupinu koja ima nešto selektivniji pristup televizijskoj ponudi.

No znakovit je podatak da utjecaj stupnja obrazovanja roditelja gotovo u potpunosti izostaje u ključnim segmentima: dužini gledanja televizije i odabiru vrsta programa. Teorijski bi se, naime, očekivalo da akademski obrazovani roditelji interveniraju u odnos svoje djece spram televizijskog medija tako da ju upućuju na programe koje "trebaju" gledati. Naši podaci ne pokazuju da takav utjecaj postoji – možemo, doduše, pretpostaviti da su se ti roditelji više bavili svojom djecom i televizijom dok su im djeca bila manja, no, ako je to i točno, ostaje pokazatelj da takva nastojanja nisu polučila trajnije efekte.

Dob djece se pokazala tek djelomično utjecajnom, i to što se tiče izbora programa, dok je utjecaj školskog uspjeha jedva uočljiv. Tip obitelji i zaposlenost roditelja pokazali su se potpuno irelevantnima kada je u pitanju korištenje televizije. To dovodi u pitanje hipoteze o potencijalno većoj podložnosti utjecaju televizije djece (pre)zaposlenih i rastavljenih roditelja pri čemu se televizija doživljava kao nadomjestak za roditelje ili kao oblik kompenzacije za frustrirajuću i inhibirajuću obiteljsko-emocionalnu situaciju. Čini se da u našim okolnostima taj model odnosa spram televizije nije prisutan u zamjetnoj mjeri.

Naši uvidi zastaju na razini korištenja televizije, zbog čega prvenstveno analiziramo ulogu televizije u svakodnevnom životu djece. Podaci o tome koliko i što djeca gledaju na televiziji tek su početni indikatori za razumijevanje potencijalnog utjecaja televizije na mlade gledatelje. Na osnovi prosječnog dnevnog "konzumiranja" televizije može se ustvrditi da je uloga tog medija značajna. Gledanost pak određenih vrsta programa ujedno je indikator funkcija televizije u životu djece. Sudeći po popularnosti postojećih programa, televizija primarno ispunjava zabavnu funkciju, no uočljivo je da nisu zanemarive ni edukacijska i eksplikacijska funkcija. Kada su djeca u pitanju, čini se da je najmanje prisutna informacijska i selekcijska funkcija. Pouzdaniji odgovor o funkcijama televizije u životu djece i njezinu potencijalnom utjecaju mogu dati tek nova istraživanja. Produbljenom uvidu svakako bi pridonijela analiza sadržaja televizijskih emisija i strukturirani intervjui s djecom koja bi sama trebala pokušati objasniti što im televizija znači i koje njihove potrebe zadovoljava.

4. Kompjutor

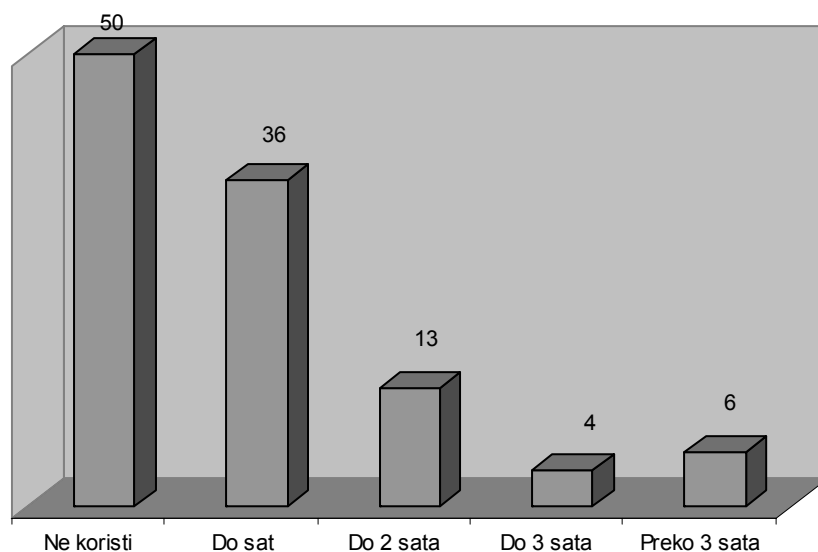
Problem odnosa prema novim tehnologijama zahtijevao bi posebno istraživanje, naročito kada su u pitanju djeca i adolescenti, jer su oni na tom području najzanimljivija populacija. Mi smo koristili samo nekoliko vrlo jednostavnih pitanja oko posjedovanja i korištenja računala. Ako tome dodamo da takvi podaci praktički zastarijevaju samo nekoliko mjeseci nakon što su prikupljeni, jer je svijet nove tehnologije u strahovitom razvoju, onda je jasno da

ćemo ovoj temi posvetiti relativno malo pažnje, odnosno da se podaci moraju uzeti s priličnom rezervom.

Ranije je već pokazano da čak 41% kućanstava naših ispitanika posjeduje kompjutor. Uzimamo ovaj podatak s rezervom, naprosto zato jer on možda sadrži u sebi i određenu dozu aspirativnosti, odnosno pretpostavljamo da je jedan dio mladih ispitanika naveo i svoju želju da uskoro posjeduje računalo. Zbog toga dobiveni podaci možda ne odgovaraju u potpunost stvarnom stanju stvari.⁵⁰

Grafikon 10 pokazuje koliko dnevno ispitanici koriste kompjutor, bez obzira na posjedovanje. Naime, poznato je da računalo ne upotrebljavaju samo oni koji su njegovi vlasnici, već da se ono može koristiti i na drugim mjestima (školama, raznim klubovima, cyber-kafićima itd.).

Grafikon 10: Dnevno korištenje kompjutora (%)



Svaki drugi ispitanik učenik koristi računalo: jedna četvrtina (26%) do sat vremena dnevno, 13% do dva sata, 4% do tri i 6% čak više od tri sata. Potonji

⁵⁰ Naše je podatke zanimljivo usporediti s nalazima istraživanja D. Roberta i suradnika (1999:9) koji su ustanovili da 69% američke starije djece posjeduje kompjutor. Razlika u odnosu na Hrvatsku je enormna, a ako je dio naših ispitanika tek projicirao svoje želje, onda je još veća. U svakom slučaju, čini se realnim da mladi Amerikanci posjeduju dvostruko više kompjutora nego njihovi hrvatski vršnjaci.

podaci ukazuju na relativno visoku izloženost kompjutoru gotovo četvrtine naših ispitanika.

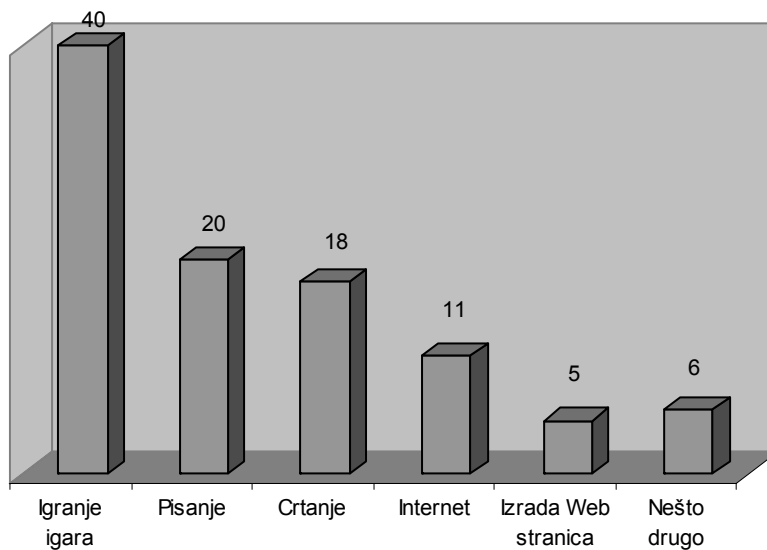
Za što se, međutim, koristi sve to vrijeme? Tablica 11 pokazuje razloge korištenja kompjutora.

Tablica 11: Razlozi korištenja kompjutora(%)

Razlozi	Često	Ponekad	Nikada
Za igranje igara	39,6	17,6	42,8
Za surfanje Internetom	11,3	12,2	76,5
Za pisanje	19,7	24,8	55,5
Za izradu Web stranica	5,0	11,1	83,9
Za crtanje	17,8	24,0	58,2
Za nešto drugo	6,2	3,9	90,0

Uzmemo li kao relevantan stupanj odgovora “često”, podaci se mogu prikazati kao u grafikonu 11.

Grafikon 11: Razlozi čestog korištenja kompjutora (%)



Tablica 12: Korištenje kompjutora s obzirom na spol, dob i mjesto stanovanja ispitanika (%)

		Spol		Razred				Mjesto stanovanja		
		Muški	Ženski	Peti	Šesti	Sedmi	Osmi	Veliki grad	Mali grad	Selo
Koliko dnevno koristi kompjutora	Uopće ne koristi	45,4	54,8	53,0	46,4	48,0	53,4	31,1	58,5	58,3
	Do sat vremena dnevno	22,0	30,4	28,9	25,2	26,0	24,9	35,1	24,4	21,0
	Do dva sata dnevno	16,7	9,7	10,4	16,0	14,0	12,0	19,1	9,4	11,5
	Do tri sata dnevno	5,7	3,0	4,0	5,6	4,0	3,6	5,7	3,3	4,0
	Preko tri sata dnevno	10,2	2,2	3,6	6,8	8,0	6,0	9,0	4,3	5,3
Koristi kompjutor za igre	Nikada	36,7	48,7	46,0	40,0	39,6	45,6	25,0	53,0	48,5
	Ponekad	14,6	20,5	17,6	18,8	14,8	19,2	21,0	12,7	18,8
	Često	48,7	30,8	36,4	41,2	45,6	35,2	54,0	34,3	32,8
Koristi kompjutor za surfanje	Nikada	71,1	81,7	81,6	75,9	70,4	78,0	62,2	80,3	84,3
	Ponekad	14,2	10,3	10,0	13,3	14,0	11,6	21,4	9,7	7,3
	Često	14,6	8,1	8,4	10,8	15,6	10,4	16,4	10,0	8,5
Koristi kompjutor za pisanje	Nikada	56,4	54,6	58,0	50,4	53,2	60,4	36,0	65,3	62,8
	Ponekad	26,0	23,7	20,4	29,2	25,2	24,4	37,7	18,7	19,8
	Često	17,6	21,7	21,6	20,4	21,6	15,2	26,3	16,0	17,5
Koristi kompjutor za izradu Web stranica	Nikada	80,1	87,6	82,8	83,2	83,2	86,4	80,0	85,0	86,0
	Ponekad	13,0	9,3	12,4	10,8	12,4	8,8	14,7	9,7	9,5
	Često	6,9	3,2	4,8	6,0	4,4	4,8	5,3	5,3	4,5
Koristi kompjutor za grafiku (crtanje)	Nikada	59,1	57,2	59,2	53,0	57,6	62,8	42,5	63,7	65,8
	Ponekad	23,8	24,3	18,8	27,3	26,4	23,6	35,8	19,7	18,5
	Često	17,1	18,5	22,0	19,7	16,0	13,6	21,7	16,7	15,8
Koristi kompjutor za - nešto drugo	Nikada	87,7	92,2	90,4	90,9	86,2	92,4	87,1	90,7	91,5
	Ponekad	4,1	3,6	4,0	3,3	5,7	2,4	4,5	3,0	4,0
	Često	8,2	4,2	5,6	5,8	8,1	5,2	8,4	6,3	4,5

Tablica 13: Korištenje kompjutera s obzirom na obrazovanje i zaposlenost roditelja (%)

		Obrazovanje oca				Obrazovanje majke				Zaposlenost roditelja			
		Osnovna škola	KV/VKV	Srednja škola	Viša ili visoka šk.	Osnovna škola	KV/VKV	Srednja škola	Viša ili visoka šk.	Oboje zaposleni	Samo otac	Samo majka	Oboje nezaposleni
Dnevno korištenje kompjutera	Uopće ne koristi	82,1	60,6	52,6	27,8	73,2	64,0	50,9	25,2	42,3	57,8	51,3	67,3
	Do sat vremena	12,8	23,2	22,4	36,9	14,1	21,3	25,8	37,2	30,5	21,3	28,8	18,2
	Do 2 sata	2,6	9,5	13,5	19,4	7,4	7,1	15,2	18,0	14,9	12,9	8,8	8,2
	Do 3 sata		2,4	5,3	7,2	1,3	3,0	3,5	8,4	5,7	2,8	5,0	1,8
	Preko 3 sata	2,6	4,3	6,3	8,7	4,0	4,6	4,6	11,2	6,7	5,2	6,3	4,5
Koristi kompjutor za igre	Nikada	66,7	51,8	45,9	22,8	63,6	52,8	43,3	22,0	35,5	51,2	40,0	57,3
	Ponekad	14,1	18,3	14,1	22,1	13,2	13,7	17,7	22,8	20,7	14,3	13,8	13,6
	Često	19,2	29,9	40,0	55,1	23,2	33,5	39,0	55,2	43,9	34,5	46,3	29,1
Koristi kompjutor za surfanje	Nikada	97,4	85,7	77,4	59,2	90,7	84,3	79,7	56,8	71,5	82,9	77,5	83,6
	Ponekad	1,3	7,9	13,8	18,3	6,6	8,1	10,4	21,2	15,4	8,0	11,3	9,1
	Često	1,3	6,4	8,9	22,5	2,6	7,6	9,9	22,0	13,1	9,1	11,3	7,3
Koristi kompjutor za pisanje	Nikada	87,2	65,9	60,7	30,0	78,1	65,0	57,5	32,0	48,3	61,7	62,5	69,1
	Ponekad	6,4	17,1	24,3	38,8	8,6	17,8	24,3	40,0	30,2	21,3	20,0	11,8
	Često	6,4	17,1	15,1	31,2	13,2	17,3	18,2	28,0	21,4	17,1	17,5	19,1
Koristi kompjutor za izradu Web stranica	Nikada	94,9	88,7	87,9	71,9	91,4	87,3	85,1	74,4	82,5	86,1	82,5	87,3
	Ponekad	2,6	7,6	8,9	19,4	6,0	9,1	11,1	16,0	12,7	9,4	13,8	6,4
	Često	2,6	3,7	3,3	8,7	2,6	3,6	3,8	9,6	4,9	4,5	3,8	6,4
Koristi kompjutor za grafiku (crtanje)	Nikada	85,9	66,5	62,3	38,2	74,8	69,5	58,6	39,2	51,4	64,1	62,5	72,7
	Ponekad	5,1	20,4	22,0	35,9	12,6	16,2	23,6	37,2	28,5	21,3	20,0	13,6
	Često	9,0	13,1	15,7	26,0	12,6	14,2	17,8	23,6	20,1	14,6	17,5	13,6
Koristi kompjutor za nešto drugo	Nikada	91,0	92,0	92,0	85,3	92,1	91,8	91,5	84,9	89,0	92,3	89,9	90,8
	Ponekad	3,8	2,8	2,3	6,2	4,0	2,1	3,1	6,1	4,2	2,8	3,8	2,8
	Često	5,1	5,2	5,6	8,5	4,0	6,2	5,4	9,0	6,8	4,9	6,3	6,4

Podaci pokazuju, dakle, da oko 40% ispitanika vrlo često računalo koristi za igre, 20% za pisanje, 11% za grafiku, a 5% za izradu Web stranica.

S druge strane, tri četvrtine starije djece i adolescenata nikada ne koristi Internet i više od polovice nikada ne koristi neki word procesor.

U dvije sumarne tablice (12 i 13) prikazano je koliko korištenje računala ovisi o sociodemografskim obilježjima ispitanika: spolu, dobi, mjestu stanovanja, obrazovanju majke i oca te njihovom zaposlenju. Iz tih podataka vidi se da kompjutor natprosječno koriste djeca iz velikih gradova i oni ispitanici čija su oba roditelja zaposlena i fakultetski obrazovana, a što je slično trendovima ustanovljenim u inozemnim istraživanjima.

Literatura

Bezinović, P.; Smojver Ažić, S. (2000): Negativni odnos roditelja i agresivnost adolescenata: uloga spola roditelja i spola djeteta. *Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja* 36(1):87-98.

Gunter, B.; McAleer, J. (1997): *Children & Television*. London and New York: Routledge

Ilišin, V. (1988): Interesi i slobodno vrijeme, u Radin, F. (prir.): *Fragmenti omladine*. Zagreb: IDIS/CDD

Ilišin, V. (1999): Mladi i televizijski medij. *Napredak* 140(2):143-153.

Mučalo, M. (2000): Prikaz rezultata analize programskih sadržaja radijskih postaja na području Zagreba i Zagrebačke županije. *Politička misao* 37(4):113-128.

Peruško Čulek, Z. (1999): *Demokracija i mediji*. Zagreb: Barbat

Roberts, D.F.; Foehr, U.G.; Rideont, V.J.; Brodie, M. (1999): *Kids & Media*. <http://www.kff.org/content/1999/1535/>

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Tema ovoga istraživanja je uloga medija u svakodnevnom životu djece. Pritom su postavljena dva osnovna cilja: da se ustanovi koliko djeca koriste masovne medije i koje sadržaje preferiraju. Fokusiranje na te dimenzije korištenja medija proizašlo je iz pretpostavke da su masovni mediji važan agens socijalizacije u suvremenom društvu. Takva pretpostavka ujedno implicira da mediji ostvaruju značajan utjecaj na auditorij pri čemu su djeca onaj segment populacije koji pobuđuje najveći interes javnosti. Potencijalni utjecaj medija na djecu kompleksan je i u Hrvatskoj neistražen problem, pa uvid u to koliko su i kojim medijskim sadržajima djeca izložena predstavlja tek početnu ali nužnu razinu analize.

Empirijsko istraživanje provedeno je na uzorku od 1000 učenika viših razreda osnovne škole (od 5. do 8. razreda). To znači da se radi o starijoj djeci i mlađim adolescentima, što u značajnoj mjeri određuje dobivene rezultate. Anketno prikupljanje podataka provedeno je u 10 osnovnih škola u četiri regije u Hrvatskoj, i na taj način su dobivena saznanja koja se mogu smatrati razmjerno reprezentativnima za ispitanu populaciju.

U prethodnim poglavljima iznesena je interpretacija dobivenih rezultata i na njima zasnovanih zaključaka. Utoliko na ovome mjestu nije nužno ponavljati sve relevantne rezultate. Zadržat ćemo se na kratkoj rekapitulaciji dobivenih nalaza, pri čemu ćemo istaknuti samo one koji su najzanimljiviji, ili pak one čije su implikacije dalekosežnije. Ovdje valja apostrofirati da se ispitivanje učenika nije koncentriralo isključivo na problem medija. Naime, budući da su masovni mediji promatrani kao neizbježna sastavnica svakodnevnoga života, ispitivanjem su nužno zahvaćena i neka druga relevantna područja dječje svakodnevnice.

Za bolje razumijevanje medijskog ponašanja i preferencija djece bilo je potrebno dobiti neke podatke o njihovom obiteljskom životu, školskom okruženju i interpersonalnim komunikacijama. Rezultati dobiveni u toj dionici istraživanja pokazali su da većina djece živi u obiteljima gdje su oba roditelja

srednje ili visoko obrazovana. Većini su oba roditelja zaposlena, a tek svaki deseti učenik živi sa samohranim roditeljem. Također većina djece odrasta zajedno s jednim ili dvoje braće/sestara, a dvije trećine njih pohađalo je vrtić. Pokazalo se da na veličinu obitelji i posjedovanje dobara ponajprije utječu rezidencijalni i socijalni status roditelja (obrazovanost i zaposlenost), pri čemu u oba slučaja viši status negativno utječe na veličinu obitelji, a pozitivno na pohađanje vrtića. Te tendencije pokazuju da su hrvatske obitelji zahvaćene procesom modernizacije koji je već dobro poznat u razvijenom dijelu svijeta, kao i sličnim dugoročnim demografskim posljedicama – depopulacijom stanovništva. Veći broj djece rađa se praktički u obiteljima čiji je društveni status niži, što znači i nepovoljniju situaciju za odrastanje i kasniju socijalnu promociju te djece. Na osnovi tih trendova, pred društvo se postavlja praktično pitanje: kako stimulirati obitelji boljeg društvenog statusa na rađanje većeg broja djece, te kako poboljšati standard mnogočlanih obitelji čiji su socijalni uvjeti u pravilu lošiji?

Što se školskog okruženja tiče, pokazalo se da je školski uspjeh izrazito socijalno uvjetovan jer bolje ocjene imaju djeca porijeklom iz obitelji višeg socijalnog statusa i socijalizirana u urbanoj sredini. Pritom se i uključenost u ustanove predškolskog odgoja pokazala kao dodatni element koji pogoduje boljim obrazovnim postignućima djece. Taj rezultat sugerira da bi se sociokulturna depriviranost djece nižeg socijalnog porijekla mogla bar ublažiti razvojem infrastrukturne mreže predškolskih institucija u ruralnim sredinama kao i pojeftinjenjem i povećanjem postojećih vrtićkih kapaciteta u urbanim sredinama, a što bi omogućilo široki obuhvat djece predškolske dobi. Dakako, za tako nešto potrebno je razmjerno bogato društvo što se za današnje hrvatsko društvo ne može reći niti ima naznaka da će se uskoro moći reći. Stoga možemo očekivati da će se socijalne razlike i nejednakosti u obrazovnim šansama nastaviti manifestirati od najranije dobi s tendencijom njihova daljnjeg produbljivanja.

Na buduće razlike u socijalnom statusu današnje djece upozoravaju i njihove obrazovne aspiracije, jer na visoko obrazovanje poglavito reflektiraju učenici višeg socijalnog porijekla i boljeg školskog uspjeha. U tom je sklopu

provokativan nalaz da su obrazovne aspiracije djevojčica više – to je dijelom posljedica činjenice da one imaju prosječno bolje ocjene, no taj trend upućuje i na izraziti porast svijesti ženske djece o važnosti visokostručnog obrazovanja. Dapače, maksimalno školovanje ne samo da više nije rezervirano poglavito za muškarce, nego se čini da u današnjoj generaciji djece stasaju buduće žene kojima je obrazovanje postalo neupitan i neizbježan cilj, čak u nešto većoj mjeri nego dječacima.

Intrigantan je i nalaz koji se tiče mjesta vjeronauka u školi. Iako devet desetina djece pohađa nastavu vjeronauka, više od polovine njih istodobno smatra da vjeronauk ne bi trebao biti nastavni predmet. Takvi stavovi osobito rastu s višim socijalnim porijeklom i dobi učenika. Dobivene rezultate moguće je protumačiti kao diskretan pokazatelj da je zadržavanje vjeronauka u školi – a s vremenom će to biti još transparentnije - povezano s latentnim socijalnim pritiskom. Takva konstatacija proizlazi iz saznanja da unatoč deklarativnoj mogućnosti da učenici odbiju pohađanje nastave vjeronauka i većinskom stavu ispitanih učenika da je takav predmet nepotreban, ogromna većina njih ipak pohađa tu nastavu. To indicira da je na djelu neformalni utjecaj različitih aktera: prije svega obitelji, a potom šire okoline i vršnjaka. Usto, činjenica je da osnovne škole ne nude alternativu u formi nekog drugog nastavnog predmeta, što je osnovni preduvjet da učenici i njihovi roditelji imaju sadržajno smislenu mogućnost izbora. Istodobno, nalaz da negativniji stav spram vjeronauka demonstriraju potencijalno samosvjesnija djeca koja odrastaju u razvijenijim sredinama i obiteljima višeg socijalnog statusa, upućuje na vjerojatnost da će se takvi stavovi postupno širiti i među djecom koja dolaze iz drukčijeg socijalnog okruženja. U prilog tomu govori i iskazana potreba djece za seksualnim i ekološkim obrazovanjem što implicira da djeca nisu protiv vjeronauka toliko zbog želje da imaju što manje obveza, koliko zbog toga što gube interes za to gradivo.

Interpersonalne komunikacije djece vrlo su zanimljivo polje istraživanja, a ovdje smo se koncentrirali samo na ispitivanje učestalosti razgovora s roditeljima i vršnjacima o raznim temama. Dobiveni rezultati su unekoliko porazni jer upućuju na nedijalošku orijentaciju roditelja i opstojnost patrijarhalne

matrice u obiteljskim odnosima. Konkretno, djeca su još uvijek prvenstveno upućena na komunikaciju s majkom, a manje s ocem, dok su u oba slučaja prisutne tabu-teme (seks, ljubav, politika) iako one predadolescente osobito zanimaju. Pritom su se obrazovanje roditelja i urbanizirano okruženje pokazali nedostatnima da bitno promijene model socijalizacije koju su i sami roditelji prošli u svom djetinjstvu. Očito je da djeca usvajaju isti model, jer ni u komunikaciji s vršnjacima ne uspijevaju zadovoljavajuće prevladati nelagodu da razgovaraju o nekim tabu-temama. I dok su te teme u sva tri slučaja na začelju ljestvica tema razgovora, kada je riječ o najučestalijim temama, razlike su simptomatične. Tako djeca s prijateljima najviše razgovaraju o glazbi, filmovima i knjigama (dakle, medijski posredovanim sadržajima), s majkom o školi i nastavnicima te o vlastitoj budućnosti, a s ocem o budućnosti. Čini se, dakle, da su roditelji prije svega zaokupljeni brigom za perspektivu svoje djece (s čime su povezani eventualni problemi u školi), dok su sve ostale teme, djeci manje ili više važne, sporadično prisutne u međusobnoj komunikaciji. Otuda proizlazi da komunikacija roditelja s djecom nije samo nedijaloška, nego i nedostatna i sadržajno jednolična, što djecu ne animira za razgovor s roditeljima. Djeca to tek djelomice uspijevaju kompenzirati kroz tematski raznovrsniju komunikaciju s vršnjacima.

Vrijednosni sustav djece presudno je određen njihovom životnom dobi, koju karakterizira još uvijek velik utjecaj obitelji kao agensa primarne socijalizacije. Tako su najprihvaćenije vrijednosti obitelji, društvenog ugleda i vjere, dok je djeci ponajmanje stalo do političkog potvrđivanja, i uopće do moći, profesionalnog uspjeha i bogatstva. Djeca su primjetno homogena u prihvaćanju ispitanih vrijednosti, pri čemu je spolno obilježje ono koje ponajviše diferencira ispitanike. Povežemo li ovdje dobivene rezultate s dosadašnjim saznanjima o vrijednosnim sustavima mladih, moguće je pretpostaviti da će u omladinskoj dobi doći do značajnih promjena: tada na vrh ljestvice izbijaju materijalni standard, dokoličarenje i profesionalni uspjeh. Očito je, dakle, da životni ciklus dominantno utječe na formiranje sustava vrijednosti i hijerarhiju vrednota te da kod starije djece vrijednosni sustav još nije potpuno formiran ni stabilan.

Percepcija društveno neprihvatljivih ponašanja također je pretežno uvjetovana činjenicom da se radi o starijoj djeci. Učenici su vrlo tolerantni spram noćnih izlazaka, a oko trećine njih i spram korištenja javnog prijevoza bez plaćanja, pisanja grafita i seksualnih odnosa prije punoljetnosti. S druge strane, gotovo svi smatraju nedopustivim krađe, mučenja (ljudi i životinja) te upotrebu bilo kojih vrsta droga. Učenici kao više ili manje prihvatljiva ponašanja percipiraju ona koja se mogu prepoznati kao oblici buntovništva i neposlušnosti, a što svjedoči o prilično zastupljenoj potrebi kršenja nekih društvenih normi, što je sve raširenije u modernim urbanim sredinama. Istodobno, vrlo su slabo prihvaćena – točnije, ogromnoj većini učenika nisu prihvatljiva – ponašanja koja se mogu prepoznati kao pokazatelji ovisnosti i devijantnosti. Dakle, primjetna je benevolentnost spram kršenja zabrana i normi koje su dobno uvjetovane, tj. prije svega usmjerene na one pojedince kojima se još ne priznaje odraslost. Djeca su svjesna selektivnosti i privremenosti tih zabrana, pa im je utoliko prihvatljivije njihovo kršenje kao način osvajanja prostora osobnih sloboda i autonomije.

Istraživanja mladih pokazuju da je slobodno vrijeme ono područje svakodnevnoga života u kojem su mladi najautonomniji i onaj prostor relativne slobode za koji se svaka nova generacija uspijeva izboriti u nešto nižoj dobi od prethodnih. Kada je riječ o djeci, ta je autonomija još uvijek prilično impregnirana intervencijama starijih, ali i za njih vrijedi da su u tom dijelu svakodnevnice manje izložena socijalnoj kontroli odraslih nego u bilo kojoj drugoj sferi svakodnevnoga života. U kontekstu ovog istraživanja slobodno vrijeme nas je zanimalo zbog njegovih pretpostavljenih funkcija, zato što se djeca tada prepuštaju aktivnostima po vlastitu izboru i stoga što se korištenje masovnih medija prvenstveno zbiva u slobodnom vremenu. Najupečatljiviji nalaz u toj dionici istraživanja jest potreba djece za socijalnim kontaktima s vršnjacima, a koja se pokazala izraženijom i od gledanja televizije. No, treba ipak napomenuti da kada se dobiveni podaci promatraju integralno djeca više vremena koriste na različite medije nego na socijalne kontakte. Preferiranju druženja s vršnjacima sukladno je i saznanje da se ispitana djeca najviše vole nalaziti s prijateljima izvan kuće, a što je primjereno životnoj dobi ispitanika,

obilježenoj nastojanjima da se što više osamostale, bar kada je u pitanju socijalni nadzor roditelja i drugih odraslih. Orijentacija na vršnjačke skupine postaje dominantna, i roditelji u nekim aspektima svakodnevnoga života nužno bivaju potisnuti u drugi plan. Analiza je pokazala da u načinu provođenja slobodnoga vremena djecu međusobno najviše diskriminira spolna pripadnost. Djevojčice i dječaci u nejednakoj mjeri participiraju u ispitivanim aktivnostima, što naznačuje obris formiranja unekoliko različitih stilova života. Značajan utjecaj na slobodno vrijeme ostvaruju urbaniziranost mjesta stanovanja i stupanj obrazovanja roditelja – djeca boljeg socijalnog porijekla slobodno vrijeme provode sadržajnije i strukturiranije. Dokolica djece dominantno je impregnirana sadržajima masovne kulture, kao što je to slučaj i s drugim populacijskim skupinama. Na osnovi toga, kao i aktivnosti koje djeca preferiraju, može se zaključiti da njihovo slobodno vrijeme primarno zadovoljava funkciju zabave i razonode unutar čega se mogu detektirati elementi koji potencijalno pridonose razvoju ličnosti.

Znatan, vjerojatno i najveći, dio svakodnevnog slobodnoga vremena djeca posvećuju korištenju raznih masovnih medija. Od četiri medija koji su analizirani u ovom istraživanju, najviše se koristi televizija, zatim radio, potom tisak za mlade te na koncu kompjutor. Takva popularnost medija među djecom identična je kako medijskim preferencijama starijih, tako i sklonostima djece u drugim zemljama. Slični su podaci i kada je u pitanju posjedovanje: gotovo sva kućanstva u kojima žive naši ispitanici posjeduju televizor, devet desetina imaju glazbenu liniju (uključujući i radio prijemnik), a dvije petine kompjutor.

Većina djece redovno na televiziji gleda filmski i serijski program te kvizove i nagradne igre, dok njima namijenjen školski (obrazovni) program većina gleda tek povremeno. Na radiju najviše slušaju glazbu. U tisku redovno čitaju napise o događajima iz svijeta poznatih (estrade) i teme o prijateljstvu. Polovina ispitanice djece uopće ne koristi kompjutor, a oni koji se služe računalom najčešće to čine zbog igranja raznih igara, dok ga za pisanje i grafiku koriste povremeno. Ovako taksativno nabrojane sadržajne preferencije djece nedvojbeno upućuju na to da mediji u njihovu svakodnevnom životu ostvaruju prvenstveno zabavnu funkciju, a tek povremeno i edukativnu.

Korištenje medija – na kvantitativnoj i sadržajnoj razini – razmjerno malo ovisi o različitim socijalnim obilježjima djece. U tom kontekstu ističe se spolna pripadnost kao ona značajka koja u najvećoj mjeri diferencira djecu u pogledu korištenja medija. Razlike se uočavaju i u ravni izbora vrste medija i u ravni vremena posvećenog medijima i u ravni sadržajnih preferencija. Tako djevojčice više čitaju tisak i slušaju radio, a dječaci više gledaju televiziju i koriste kompjutor. Naročito su izražene razlike u afinitetima spram tema u tisku, vrsta televizijskih programa te filmskih i glazbenih žanrova. Ustanovljene razlike u medijskim preferencijama djevojčica i dječaka identične su onima koje postoje u omladinskoj i starijoj populaciji, što upućuje na to da se bitno nepromijenjenim modelima socijalizacije spolne razlike perpetuiraju u svakoj novoj generaciji. Kako su naši ispitanici u razdoblju kasnog djetinjstva i rane adolescencije, valja pretpostaviti da se te razlike počinju uspostavljati u ranom djetinjstvu. Neka buduća istraživanja na mlađoj djeci vjerojatno će dati pouzdaniji uvid u to koliko su različite medijske preferencije dječaka i djevojčica sociokulturno uvjetovane, a koliko se radi o nekim psihofizičkim predispozicijama.

Djeca imaju potrebu podijeliti s drugima svoje dojmove i razmišljanja o onome što su čitala, slušala ili gledala. Na to ukazuje podatak da je najučestalija tema razgovora s vršnjacima razgovor o filmovima, glazbi i knjigama. Istodobno, ta je tema u komunikaciji s roditeljima tek povremeno prisutna, što implicira da je utjecaj roditelja na djecu u pogledu medijskih sadržaja kojima su izložena prilično upitan. Tu hipotezu osnažuju rezultati ovog istraživanja koji pokazuju da stupanj obrazovanja roditelja ne utječe na to koliko njihova djeca koriste promatrane medije (osim kompjutora), ni na to koje sadržaje biraju. Budući da je riječ o starijoj djeci, može se pretpostaviti da su roditelji na tom području više intervenirali kada su djeca bila mlađa. No ako je to točno, može se konstatirati da su prerano odustali od toga jer starija djeca manifestiraju potrebu za dijalogom o medijski prezentiranim sadržajima.

Rezultati našeg istraživanja sugeriraju da roditelji nemaju ni restriktivan ni selektivan pristup kada je u pitanju korištenje medija od strane njihove djece. Postoje naznake koje upućuju na to da su hrvatske obitelji u tom pogledu uglavnom laissez-faire orijentirane što znači da se u krugu obitelji o medijskim

sadržajima malo razgovara i da roditelji djecu prepuštaju većem utjecaju vršnjaka i šire okoline. Otvoreno je pitanje da li su roditelji spram toga dijela svakodnevnice svoje djece pretežno ravnodušni (smatrajući ga nevažnim) ili njihova eventualna nastojanja da utječu na dječji odnos spram medija ostaju bez primjetnih rezultata. Ukoliko je potonja hipoteza bar djelomice točna to bi moglo značiti da roditelji nisu pronašli pravi način da svoju djecu ponukaju da uvažavaju njihova tumačenja, preporuke i savjete.

Medijska istraživanja afirmirala su stajalište da masovni mediji nisu sami po sebi ni dobri ni loši. Kakvi će oni biti, točnije kakve će efekte mediji ostvarivati, ovisi ponajprije o tome kako će biti korišteni. Kada se to korištenje promatra iz rakursa auditorija, kao važan preduvjet adekvatnog odnosa spram medija pojavljuje se medijska pismenost odnosno medijski odgoj korisnika. A u svim istraživanjima su, kao glavni nositelji medijskog odgoja, apostrofirani roditelji.

Nalazi ovoga istraživanja i postojeća komunikacija djece i roditelja o medijskim sadržajima ne ohrabruju. Očito je da se medijski odgoj ne može apsolvirati usputnim objektivama da su romani i filmovi fikcija, da je glazba tek manje ili više uhu ugodna razbibriga, da novine uglavnom lažu...Većina roditelja preopterećena je svakodnevnim egzistencijalnim problemima kao i brigom za sadašnjost i budućnost svoje djece pa se razglabanja o filmovima, knjigama i sličnom nerijetko čine nevažnim ili dodatnim opterećenjem. Propuštajući diskusije o tim temama roditelji dopuštaju da mimo njih prolaze iskustva njihove djece s paralelnim medijskim svijetom u kojega su svakodnevno više ili manje uključena, kao što propuštaju i gotovo idealnu prigodu za nenametljivu dodatnu edukaciju i vrijednosno usmjeravanje djece koja su upravo u dobi kada iskazuju osobitu nesnošljivost spram dociranja i moralnih prodika.

Šanse da današnja generacija djece postane medijski pismenija još su manje ako bi se takva zadaća delegirala školama jer nema naznaka da se obrazovni proces namjerava nadopuniti osposobljavanjem za bolje razumijevanje medijskih sadržaja i oblika. Škole su, kao i sve ustanove, birokratizirane, petrificirane i nefleksibilne, a uvođenje novih obrazovnih sadržaja u curriculum gotovo uvijek je dugotrajan i težak posao. Da li će i kada

zaživjeti svijest o nužnosti medijskog odgoja u školama otvoreno je pitanje, ali sigurno je da se to neće zbiti tako skoro. Utoliko upravo na roditeljima leži veća odgovornost kojima bi trud na medijskom odgoju svoje djece trebao biti olakšan činjenicom da su i sami od malih nogu suvremenici masovnih medija i da ih i sada svakodnevno koriste. Dakako, medijski odgoj je zahtjevan kao i svaki odgojni proces koji od odgajatelja traži kompetentnost i ustrajnost, a malo je vjerojatno da se većina roditelja iz pukih gledatelja bezbolno i uspješno može prometnuti u medijske eksperte. Zato bi, za početak, bilo dostatno da zajedno s djecom prate njima omiljene sadržaje i razmijene s njima misli i emocije koje ti sadržaji provociraju. Takav pristup medijskim sadržajima preduvjet je osmišljenog i selektivnog korištenja medija od čega bi trebala profitirati djeca ali i roditelji. Podjela zajedničkog medijskog iskustva mogla bi ujedno pospješiti svakodnevnu komunikaciju djece i roditelja, otvarajući dodatni prostor za bolje međusobno poznavanje i razumijevanje koje je u adolescenciji često stavljeno na ozbiljnu kušnju.

Summary

U ovoj knjizi pod naslovom **Djeca i mediji** prezentirani su rezultati empirijskog istraživanja *Uloga medija u svakodnevnom životu djece*. Istraživanje su za potrebe *Državnog zavoda za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži* iz Zagreba realizirali istraživači iz *Instituta za društvena istraživanja u Zagrebu*, a financirao ga je *Ured UNICEF-a za Hrvatsku*. Terensko prikupljanje podataka provedeno je početkom ljeta 2000. godine.

Istraživanje polazi od načelne hipoteze da su masovni mediji važan socijalizacijski agens, a što implicira njihov potencijalni utjecaj na djecu. Istraživački pristup utemeljen je u teoriji ograničenih efekata (limited effects) koja naglašava da je utjecaj masovnih medija posredovan nizom socijalnih faktora. Osnovni cilj istraživanja bio je da se ustanovi koliko djeca koriste medije i koje medijske sadržaje preferiraju. Na taj način ostvaren je početni uvid u odnos djece spram masovnih medija što dosad u okviru medijskih istraživanja u Hrvatskoj nije bilo predmetom istraživanja.

No ovo istraživanje nije obuhvatilo samo problem korištenja masovnih medija nego su njime zahvaćena i neka druga relevantna područja svakodnevnoga života djece. U skladu s tako koncipiranim istraživanjem strukturirana je i ova knjiga koja sadrži šest poglavlja, te priloge (upitnik s postocima odgovora i popis škola u kojima je provedeno anketiranje učenika).

U prvom poglavlju – *Konceptualni okvir istraživanja* – elaborirani su teorijski pristup i metodologija istraživanja, te prikazane dosadašnje relevantne spoznaje medijskih istraživanja u svijetu i Hrvatskoj. Unutar toga poglavlja analizirana je i struktura uzorka djece. Taj uzorak je obuhvatio 1000 učenika od 5. do 8. razreda osnovne škole, odnosno stariju djecu i mlađe adolescente u dobi od 11 do 15 godina. Ispitivanje je provedeno u deset osnovnih škola u urbanim i ruralnim naseljima u četiri hrvatske regije.

U poglavlju *Obitelj i škola* analizirani su neki aspekti obiteljskog života, školskog okruženja i interpersonalnih komunikacija ispitane djece. Rezultati dobiveni u toj dionici istraživanja pokazali su da većina djece živi u obiteljima

gdje su oba roditelja srednje ili visoko obrazovana. Većini su oba roditelja zaposlena, a tek svaki deseti učenik živi sa samohranim roditeljem. Također većina djece odrasta zajedno s jednim ili dvoje braće/sestara, a dvije trećine njih pohađalo je vrtić. Pokazalo se da na veličinu obitelji i posjedovanje dobara ponajprije utječu rezidencijalni i socijalni status roditelja (obrazovanost i zaposlenost), pri čemu u oba slučaja viši status negativno utječe na veličinu obitelji, a pozitivno na pohađanje vrtića. Te tendencije pokazuju da su hrvatske obitelji zahvaćene procesom modernizacije koji je već dobro poznat u razvijenom dijelu svijeta, kao i sličnim dugoročnim demografskim posljedicama – depopulacijom stanovništva. Veći broj djece rađa se praktički u obiteljima čiji je društveni status niži, što znači i nepovoljniju situaciju za odrastanje i kasniju socijalnu promociju te djece.

Što se školskog okruženja tiče, pokazalo se da je školski uspjeh izrazito socijalno uvjetovan jer bolje ocjene imaju djeca porijeklom iz obitelji višeg socijalnog statusa i socijalizirana u urbanoj sredini. Pritom se i uključenost u ustanove predškolskog odgoja pokazala kao dodatni element koji pogoduje boljim obrazovnim postignućima djece. Na buduće razlike u socijalnom statusu današnje djece upozoravaju i njihove obrazovne aspiracije, jer na visoko obrazovanje poglavito reflektiraju učenici višeg socijalnog porijekla i boljeg školskog uspjeha. U tom je sklopu provokativan nalaz da su obrazovne aspiracije djevojčica više – to je dijelom posljedica činjenice da one imaju prosječno bolje ocjene, no taj trend upućuje i na izraziti porast svijesti ženske djece o važnosti visokostručnog obrazovanja. Dapače, maksimalno školovanje ne samo da više nije rezervirano poglavito za muškarce, nego se čini da u današnjoj generaciji djece stasaju buduće žene kojima je obrazovanje postalo neupitan i neizbježan cilj, čak u nešto većoj mjeri nego dječacima.

Interpersonalne komunikacije djece vrlo su zanimljivo polje istraživanja, a u ovom istraživanju koncentrirali smo se samo na ispitivanje učestalosti razgovora s roditeljima i vršnjacima o raznim temama. Dobiveni rezultati su unekoliko porazni jer upućuju na nedijalošku orijentaciju roditelja i opstojnost patrijarhalne matrice u obiteljskim odnosima. Konkretno, djeca su još uvijek prvenstveno upućena na komunikaciju s majkom, a manje s ocem, dok su u

oba slučaja prisutne tabu-teme (seks, ljubav, politika) iako one predadolescente osobito zanimaju. Pritom su se obrazovanje roditelja i urbanizirano okruženje pokazali nedostatnima da bitno promijene model socijalizacije koju su i sami roditelji prošli u svom djetinjstvu. Očito je da djeca usvajaju isti model, jer ni u komunikaciji s vršnjacima ne uspijevaju zadovoljavajuće prevladati nelagodu da razgovaraju o nekim tabu-temama. I dok su te teme u sva tri slučaja na začelju ljestvica tema razgovora, kada je riječ o najučestalijim temama, razlike su simptomatične. Tako djeca s prijateljima najviše razgovaraju o glazbi, filmovima i knjigama (dakle, medijski posredovanim sadržajima), s majkom o školi i nastavnicima te o vlastitoj budućnosti, a s ocem o budućnosti. Čini se, dakle, da su roditelji prije svega zaokupljeni brigom za budućnost svoje djece (s čime su povezani eventualni problemi u školi), dok su sve ostale teme, djeci manje ili više važne, sporadično prisutne u međusobnoj komunikaciji. Otuda proizlazi da komunikacija roditelja s djecom nije samo nedijaloška, nego i nedostatna i sadržajno jednolična, što djecu ne animira za razgovor s roditeljima. Djeca to tek djelomice uspijevaju kompenzirati kroz tematski raznovrsniju komunikaciju s vršnjacima.

Treće poglavlje, *Vrijednosti i neprihvatljiva ponašanja*, govori o tome koje društvene vrijednosti djeca smatraju važnima i koja ponašanja percipiraju kao društveno nepoželjna. Vrijednosni sustav djece presudno je određen njihovom životnom dobi, koju karakterizira još uvijek velik utjecaj obitelji kao agensa primarne socijalizacije. Tako su najprihvaćenije vrijednosti obitelji, društvenog ugleda i vjere, dok je djeci ponajmanje stalo do političkog potvrđivanja, i uopće do moći, profesionalnog uspjeha i bogatstva. Djeca su primjetno homogena u prihvaćanju ispitanih vrijednosti, pri čemu je spolno obilježje ono koje ponajviše diferencira ispitanike. Povežemo li ovdje dobivene rezultate s dosadašnjim saznanjima o vrijednosnim sustavima mladih, moguće je pretpostaviti da će u omladinskoj dobi doći do značajnih promjena: tada na vrh ljestvice izbijaju materijalni standard, dokoličarenje i profesionalni uspjeh. Očito je, dakle, da životni ciklus dominantno utječe na formiranje sustava vrijednosti i hijerarhiju vrednota te da kod starije djece vrijednosni sustav još nije potpuno formiran ni stabilan.

Percepcija društveno neprihvatljivih ponašanja također je pretežno uvjetovana činjenicom da se radi o starijoj djeci. Učenici su vrlo tolerantni spram noćnih izlazaka, a preko trećine njih i spram korištenja javnog prijevoza bez plaćanja, pisanja grafita i seksualnih odnosa prije punoljetnosti. S druge strane, gotovo svi smatraju nedopustivim krađe, mučenja (ljudi i životinja) te upotrebu bilo kojih vrsta droga. Učenici kao više ili manje prihvatljiva ponašanja percipiraju ona koja se mogu prepoznati kao oblici buntovništva i neposlušnosti, a što svjedoči o prilično zastupljenoj potrebi kršenja nekih društvenih normi, što je sve raširenije u modernim urbanim sredinama. Istodobno, vrlo su slabo prihvaćena – točnije, ogromnoj većini učenika nisu prihvatljiva – ponašanja koja se mogu prepoznati kao pokazatelji ovisnosti i devijantnosti. Dakle, primjetna je benevolentnost spram kršenja zabrana i normi koje su dobno uvjetovane, tj. prije svega usmjerene na one pojedince kojima se još ne priznaje odraslost. Djeca su svjesna selektivnosti i privremenosti tih zabrana, pa im je utoliko prihvatljivije njihovo kršenje kao način osvajanja prostora osobnih sloboda i autonomije.

Slobodno vrijeme naslov je četvrtog poglavlja u kojem se analizira nekoliko aspekata provođenja slobodnog vremena djece. U tom kontekstu podsjeća se da su istraživanja mladih pokazala da je slobodno vrijeme ono područje svakodnevnoga života u kojem su mladi najautonomniji i onaj prostor relativne slobode za koji se svaka nova generacija uspijeva izboriti u nešto nižoj dobi od prethodnih. Kada je riječ o djeci, ta je autonomija još uvijek prilično impregnirana intervencijama starijih, ali i za njih vrijedi da su u tom dijelu svakodnevnice manje izložena socijalnoj kontroli odraslih nego u bilo kojoj drugoj sferi svakodnevnoga života. U kontekstu ovog istraživanja slobodno vrijeme nas je zanimalo zbog njegovih pretpostavljenih funkcija, zato što se djeca tada prepuštaju aktivnostima po vlastitu izboru i stoga što se korištenje masovnih medija prvenstveno zbiva u slobodnom vremenu. Najupečatljiviji nalaz u toj dionici istraživanja jest potreba djece za socijalnim kontaktima s vršnjacima, a koja se pokazala izraženijom i od gledanja televizije. No, treba ipak napomenuti da kada se dobiveni podaci promatraju integralno djeca više vremena koriste na različite medije nego na socijalne kontakte. Preferiranju

druženja s vršnjacima sukladno je i saznanje da se ispitana djeca najviše vole nalaziti s prijateljima izvan kuće, a što je primjereno životnoj dobi ispitanika, obilježenoj nastojanjima da se što više osamostale, bar kada je u pitanju socijalni nadzor roditelja i drugih odraslih. Orijentacija na vršnjačke skupine postaje dominantna, i roditelji u nekim aspektima svakodnevnoga života nužno bivaju potisnuti u drugi plan. Analiza je pokazala da u načinu provođenja slobodnoga vremena djecu međusobno najviše diskriminira spolna pripadnost. Djevojčice i dječaci u nejednakoj mjeri participiraju u ispitivanim aktivnostima, što naznačuje obris formiranja unekoliko različitih stilova života. Značajan utjecaj na slobodno vrijeme ostvaruju urbaniziranost mjesta stanovanja i stupanj obrazovanja roditelja – djeca boljeg socijalnog porijekla slobodno vrijeme provode sadržajnije i strukturiranije. Dokolica djece dominantno je impregnirana sadržajima masovne kulture, kao što je to slučaj i s drugim populacijskim skupinama. Na osnovi toga, kao i aktivnosti koje djeca preferiraju, može se zaključiti da njihovo slobodno vrijeme primarno zadovoljava funkciju zabave i razonode unutar čega se mogu detektirati elementi koji potencijalno pridonose razvoju ličnosti.

U petom poglavlju, čiji je naslov *Korištenje masovnih medija*, analizirano je korištenje četiri masovna medija: tiska za mlade, radija, televizije i kompjutora. Dobiveni rezultati pokazali su da znatan, vjerojatno i najveći, dio svakodnevnog slobodnoga vremena djeca posvećuju korištenju raznih masovnih medija. Od četiri medija koji su analizirani u ovom istraživanju, najviše se koristi televizija, zatim radio, potom tisak za mlade te na koncu kompjutor. Takva popularnost medija među djecom identična je kako medijskim preferencijama starijih, tako i sklonostima djece u drugim zemljama. Slični su podaci i kada je u pitanju posjedovanje: gotovo sva kućanstva u kojima žive naši ispitanici posjeduju televizor, devet desetina imaju glazbenu liniju (uključujući i radio prijemnik), a dvije petine kompjutor.

Većina djece redovno na televiziji gleda filmski i serijski program te kvizove i nagradne igre, dok njima namijenjen školski (obrazovni) program većina gleda tek povremeno. Na radiju najviše slušaju glazbu. U tisku redovno čitaju napise o događajima iz svijeta poznatih (estrade) i teme o prijateljstvu.

Polovina ispitane djece uopće ne koristi kompjutor, a oni koji se služe računalom najčešće to čine zbog igranja raznih igara, dok ga za pisanje i grafiku koriste povremeno. Ovako taksativno nabrojane sadržajne preferencije djece nedvojbeno upućuju na to da mediji u njihovu svakodnevnom životu ostvaruju prvenstveno zabavnu funkciju, a tek povremeno i edukativnu.

Korištenje medija – na kvantitativnoj i sadržajnoj razini – razmjerno malo ovisi o različitim socijalnim obilježjima djece. U tom kontekstu ističe se spolna pripadnost kao ona značajka koja u najvećoj mjeri diferencira djecu u pogledu korištenja medija. Razlike se uočavaju i u ravni izbora vrste medija i u ravni vremena posvećenog medijima i u ravni sadržajnih preferencija. Tako djevojčice više čitaju tisak i slušaju radio, a dječaci više gledaju televiziju i koriste kompjutor. Naročito su izražene razlike u afinitetima spram tema u tisku, vrsta televizijskih programa te filmskih i glazbenih žanrova. Ustanovljene razlike u medijskim preferencijama djevojčica i dječaka identične su onima koje postoje u omladinskoj i starijoj populaciji, što upućuje na to da se bitno nepromijenjenim modelima socijalizacije spolne razlike perpetuiraju u svakoj novoj generaciji. Kako su naši ispitanici u razdoblju kasnog djetinjstva i rane adolescencije, valja pretpostaviti da se te razlike počinju uspostavljati u ranom djetinjstvu. Neka buduća istraživanja na mlađoj djeci vjerojatno će dati pouzdaniji uvid u to koliko su različite medijske preferencije dječaka i djevojčica sociokulturno uvjetovane, a koliko se radi o nekim psihofizičkim predispozicijama.

Djeca imaju potrebu podijeliti s drugima svoje dojmove i razmišljanja o onome što su čitala, slušala ili gledala. Na to ukazuje podatak da je najučestalija tema razgovora s vršnjacima razgovor o filmovima, glazbi i knjigama. Istodobno, ta je tema u komunikaciji s roditeljima tek povremeno prisutna, što implicira da je utjecaj roditelja na djecu u pogledu medijskih sadržaja kojima su izložena prilično upitan. Tu hipotezu osnažuju rezultati ovog istraživanja koji pokazuju da stupanj obrazovanja roditelja ne utječe niti na to koliko njihova djeca koristiti promatrane medije (osim kompjutora), niti na to koje će sadržaje izabrati. Budući da je riječ o starijoj djeci, može se pretpostaviti da su roditelji na tom području više intervenirali kada su djeca bila mlađa. No ako

je to točno, može se konstatirati da su prerano odustali od toga jer djeca manifestiraju potrebu za dijalogom o medijski prezentiranim sadržajima.

Rezultati našeg istraživanja sugeriraju da roditelji nemaju ni restriktivan ni selektivan pristup kada je u pitanju korištenje medija od strane njihove djece. Postoje naznake koje upućuju na to da su hrvatske obitelji u tom pogledu uglavnom laissez-faire orijentirane što znači da se u krugu obitelji o medijskim sadržajima malo razgovara i da roditelji djecu prepuštaju većem utjecaju vršnjaka i šire okoline. Otvoreno je pitanje da li su roditelji spram toga dijela svakodnevnice svoje djece pretežno ravnodušni (smatrajući ga nevažnim) ili njihova eventualna nastojanja da utječu na dječji odnos spram medija ostaju bez primjetnih rezultata. Ukoliko je potonja hipoteza bar djelomice točna to bi moglo značiti da roditelji nisu pronašli pravi način da svoju djecu ponukaju da uvažavaju njihova tumačenja, preporuke i savjete.

Zaključna razmatranja, kao šesto i posljednje poglavlje, sadrže kratku rekapitulaciju dobivenih nalaza i njihove komentare. Ti rezultati interpretiraju se u kontekstu spoznaja dosadašnjih medijskih istraživanja koja su afirmirala stajalište da masovni mediji nisu sami po sebi ni dobri ni loši. Ona su, naime, pokazala da to kakve će efekte mediji ostvarivati, ovisi ponajprije o tome kako će oni biti korišteni. Kada se to korištenje promatra iz rakursa auditorija, kao važan preduvjet adekvatnog odnosa spram medija pojavljuje se medijska pismenost odnosno medijski odgoj korisnika. A u svim istraživanjima su, kao glavni nositelji medijskog odgoja, apostrofirani roditelji.

Nalazi ovoga istraživanja i postojeća komunikacija djece i roditelja o medijskim sadržajima ne ohrabruju. Većina roditelja preopterećena je svakodnevnim egzistencijalnim problemima kao i brigom za sadašnjost i budućnost svoje djece pa se razglabanja o filmovima, knjigama i sličnom nerijetko čine nevažnim ili dodatnim opterećenjem. Propuštajući diskusije o tim temama roditelji dopuštaju da mimo njih prolaze iskustva njihove djece s paralelnim medijskim svijetom u kojega su svakodnevno više ili manje uključena, kao što propuštaju i gotovo idealnu prigodu za nenametljivu dodatnu edukaciju i vrijednosno usmjeravanje djece koja su upravo u dobi kada iskazuju osobitu nesnošljivost spram dociranja i moralnih prodika.

Šanse da današnja generacija djece postane medijski pismenija još su manje ako bi se takva zadaća delegirala školama jer nema naznaka da se obrazovni proces namjerava nadopuniti osposobljavanjem za bolje razumijevanje medijskih sadržaja i oblika. Škole su, kao i sve ustanove, birokratizirane, petrificirane i nefleksibilne, a uvođenje novih obrazovnih sadržaja u curriculum gotovo uvijek je dugotrajan i težak posao. Utoliko upravo na roditeljima leži velika odgovornost, kojima bi trud na medijskom odgoju svoje djece trebao biti olakšan činjenicom da su i sami od malih nogu suvremenici masovnih medija i da ih i sada svakodnevno koriste. Dakako, medijski odgoj je zahtjevan kao i svaki odgojni proces koji od odgajatelja traži kompetentnost i ustrajnost, a malo je vjerojatno da se većina roditelja iz pukih gledatelja bezbolno i uspješno može prometnuti u medijske eksperte. Zato bi, za početak, bilo dostatno da zajedno s djecom prate njima omiljene sadržaje i razmijene s njima misli i emocije koje ti sadržaji provociraju. Takav pristup medijskim sadržajima preduvjet je osmišljenog i selektivnog korištenja medija od čega bi trebala profitirati djeca ali i roditelji. Podjela zajedničkog medijskog iskustva mogla bi ujedno pospješiti svakodnevnu komunikaciju djece i roditelja, otvarajući dodatni prostor za bolje međusobno poznavanje i razumijevanje koje je u adolescenciji često stavljeno na ozbiljnu kušnju.

Naklada: primjeraka