

Karmen Erjavec
Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani

MEDIJSKA POTROŠNJA IN BRANJE KNJIG PRI SLOVENSKIH OTROCIH

Članek predstavlja ugotovitve raziskave o času, ki ga otroci namenjajo medijski potrošnji, in o medijskem izpodrivanju branja. Anketa staršev in poglobljeni intervjuji z otroki so pokazali, da slovenski otroci (6–12 let) gledajo televizijo 2,3 ure na dan in le 15 minut dnevno berejo knjige. 11-letni fantje namesto branja knjig raje igrajo igrice na konzolah in/ali internetu.

The article presents the results of the research study on the amount of time children spend on media consumption, and on the superseding of reading on the part of media. The questionnaires responded by parents and in-depth interviews with children showed that Slovene children (aged 6-12) watch TV 2,3 hours per day and only spend 15 minutes on reading books. 11-year old boys prefer internet and/or joystick games to books.

1 Uvod

Številni znanstveniki (npr. Singer in Singer 2001; Buckingham 2005; Livingstone 2009) opredeljujejo sodobno otroštvo kot »medijsko posredovano« otroštvo, obenem pa opozarjajo, da lahko otroci uporabljajo sodobne medije in tehnologijo na račun branja in drugih ustvarjalnih dejavnosti.

Vodilni znanstveniki na področju medijske potrošnje otrok (npr. Buckingham 2005; Staksrud in sod. 2007; Livingstone 2009; Endestad in sod. 2011) trdijo, da je na tem področju premalo raziskav o medijski potrošnji otrok, mlajših od 12 let. Ključen problem raziskovanja otrok, mlajših od 12 let, je namreč pridobivanje verodostojnih podatkov, saj otroci zaradi kognitivne nezrelosti s težavo odgovarjajo na postavljena vprašanja v strukturiranih vprašalnikih oz. anketah (Livingstone 2009). Te raziskave pa so nujne, ker otroci drugače razumejo medijske vsebine kot odrasli. Buckingham (2005) je na primer ugotovil, da so lahko 7-letni otroci pri gledanju otroškega filma *Mary Poppins* prestrašeni, saj se bojijo, da bo glavna junakinja padla s strehe. Odrasli težko predvidevamo, kaj bo oz. bi lahko otroke prestrašilo (ibid.) Tako na primer za otroke smrt odraslih ni tako problematična, ker si ne morejo predstavljati smrti z vsemi posledicami, težje pa prenesejo smrt živali ali otrok. Prav tako težko prenesejo družinski stres, npr. v filmih in nadaljevanjih o ločitvah, saj se bojijo, da bodo sami pristali v podobni situaciji. Otroci,

stari manj kot 7 let, so predvsem vizualno usmerjeni in so zato lahko prestrašeni zaradi določenih podob, kot so groteskna fantazijska bitja ali živali, ki se obnašajo na strašljiv način, spreminjajo svojo podobo (npr. *Hulk* in *Power Rangers*) ter podob živali in otrok, ki so predmet fizičnega ustrahovanja ali zlorabe (ibid.). Pomembna razvojna stopnja je med šestim in sedmim letom starosti, ko otroci začnejo spoznavati, da animirani filmi in risanke niso resnični. Otrokom med šestim in devetim letom starosti je pomembno, da takoj prepoznajo strukturo filmov in vedo, da se bo zgodba srečno končala. Zato je enostaven vzorec, ki ga odrasli ocenjujemo kot primitiven, za otroke zelo pomemben, saj ne morejo takoj prepoznati zapletene in večplastne strukture. Otroci do 10. leta razumejo fikijski avdiovizualni program le kot seštevek posameznih sekvenc, ne zmorejo pa podoživljati dramaturgije celotnega programa (ibid.). Otroci, stari od 10 do 12 let, pridobivajo sposobnosti abstraktnega mišljenja, vendar kljub temu še niso zreli, da bi razumeli medijske vsebine z realističnimi prikazi psihičnega in fizičnega nasilja, strahu, spolnosti, diskriminacije, uživanja drog in alkohola ter nevarnega vedenja. Ker odrasli ne poznamo dovolj otroškega razumevanja medijske vsebine, so potrebne raziskave, ki vključujejo tudi mnenja otrok.

V zadnjem času se je v javnosti in znanosti povečala skrb za to, kako otroci preživljajo čas, ki ga namenjajo uporabi določene medijske tehnologije (npr. gledanju televizije, igranju igrice na igralnih konzolah in/ali internetu ter uporabi interneta), saj ta zmanjšuje čas, ki ga otroci namenjajo branju in drugim ustvarjalnim dejavnostim (npr. Wright in sod. 2001; Heim in sod. 2007). Ker so spremembe v socialnem in kognitivnem razvoju otrok povezane tudi s spremembami medijskih navad otrok (Wright in sod. 2001; Roberts in sod. 2005; Heim in sod. 2007), je potrebno razumeti medijsko potrošnjo otrok. Zato je namen tega članka ugotoviti, kako 6 do 12 let stari otroci uporabljajo medije. S kombinacijo kvantitativne (reprezentativna anketa staršev slovenskih otrok) in kvalitativne raziskave (poglobljeni intervjuji z 48 otroki) bomo skušali ugotoviti, koliko časa uporabljajo medije in kakšno je medijsko izpodrivanje branja knjig.

V naslednjem poglavju bomo predstavili teoretsko ogrodje in dosedanje raziskave o medijski potrošnji otrok, starih 6 do 12 let, ki mu sledi poglavje o metodologiji. V poglavju o rezultatih bodo predstavljeni rezultati kvalitativne in kvantitativne raziskave, v zadnjem poglavju pa bomo skušali rezultate povzeti in jih razložiti.

2 Pregled teoretičnih izhodišč

2.1 Vpliv medijev in hipoteza izpodrivanja

Znanstveniki so soglasni, da je izvajanje različnih dejavnosti, kot so sodelovanje v družbenih dogodkih in branje knjig, pomembno za celovit razvoj otroka (Mutz in sod. 1993). Zaradi priljubljenosti sodobnih medijev in tehnologije se je med znanstveniki in v javnosti povečalo zanimanje za »vpliv škodljive medijske vsebine na otroke« (Anderson in Hanson 2009; Griffiths 2011). Kaj pomeni »škodljiva« medijska vsebina? V literaturi »škoda« ni jasno opredeljena, poleg tega je presenetljivo malo znanstvenih razprav na to temo in malo opredelitev tega pojma (Livingstone in Hargrave 2006). Nejasna je razmejitev med tem, kaj otrokom škodi, kaj jih žali, kaj le moti oz. vznemirja. Običajno je škodljivost medijske vsebine opisana kot tisti negativen učinek, ki ga lahko znanstveniki identificirajo in verodostojno

izmerijo. Učinkujejo tako na uporabnika medijev kot na druge, tako kratkoročno kot dolgoročno. Obstajajo različne opredelitve učinka škodljive medijske vsebine (McQuail in Windhal 1993): a) sprememba odnosa in prepričanja na individualni ravni (npr. strah pred kriminalom) in družbeni ravni (npr. stereotipi); b) sprememba obnašanja, še posebej večja nagnjenost k poškodovanju drugih (npr. agresivno obnašanje, s katerim se poškodujeta krivec in žrtev) ali samopoškodovanje (npr. samomor); c) čustveni odzivi, ki učinkujejo na posameznika in druge (npr. strah, vznemirjenje, sovraštvo), kar lahko ima dolgoročen učinek. Večina študij se osredotoča na prva dva učinka. Ko raziskave proučujejo negativne čustvene posledice, poudarjajo kratkoročni učinek. Veliko razprav opozarja na verižni učinek v smislu, da medijski učinki najprej škodijo posamezniku, posledično pa še celotni družbi. Na primer: povečano gledanje nasilja na televiziji spodbuja pri določenih fantih agresivno obnašanje, kar škodi tudi tistim, proti katerim je nasilje usmerjeno (npr. sošolcem na igrišču), in posledično tudi družbi, ker se strah in agresija razširita. Znanstveniki opozarjajo, da sicer obstajajo med seboj povezani učinki na različnih ravneh, vendar je njihovo širjenje odvisno od posameznih primerov. Domnevna škoda je vedno kulturno določena, saj mediji določajo ogrožje in pričakovanja, v katerih člani občinstva razumejo svet okoli sebe (Gerber 1995). Poleg tega mediji vplivajo na otroke s kultiviranjem naravnosti do družbene realnosti, prednostnim tematiziranjem (mediji določajo, o čem ljudje razmišljajo), oblikovanjem osnovne perspektive razumevanja družbe (mediji predstavljajo določene poglede kot normalne oz. standardne, medtem ko so drugi pogledi marginalizirani) (Livingstone in Hargrave 2006).

Komunikologi so soglasni, da množični mediji nimajo univerzalnega in takojšnjega učinka na vso občinstvo, ampak je ta vpliv dolgoročen in odvisen od štirih ključnih dejavnikov: 1. posredovane vsebine (npr. pomen sporočila, pogostost uporabe), 2. osebnosti prejemnika (npr. starost, spol, kognitivna in čustvena sposobnost, pismenost), 3. socialnega dejavnika (npr. vpliv skupine, družine, šole, razreda, širšega okolja in družbe), 4. konteksta (npr. neposredne okoliščine sprejemanja vsebine).

Številni raziskovalci medijske potrošnje otrok opozarjajo (npr. Singer in Singer 2001; Buckingham 2005; Livingston 2009), da se v otroštvu oblikuje vzorec medijske potrošnje, katerega vpliv se kaže v afiniteti do določenih medijev in njihovi prevladujoči uporabi. Ta vzorec naj bi temeljil na izpostavljenosti določenim medijem. Tako hipoteza izpodrivanja v svoji najpreprostejši obliki postavlja različne prostočasne dejavnosti v enakovreden odnos in trdi, da otroci z večanjem časa, ki ga namenjajo medijem, zmanjšujejo čas, ki ga namenjajo drugim prostočasnim dejavnostim. Ta priljubljena in v mnogih pogledih samoumevna hipoteza v osnovi pomeni, da čas, namenjen eni dejavnosti, ne more biti namenjen drugi. Mutz, Roberts in Vuuren (1993) pa opozarjajo, da lahko otroci istočasno spremljajo različne medije (npr. hkrati berejo in gledajo televizijo ali poslušajo glasbo in igrajo računalniško igrigo) in izvajajo različne medijske in druge prostočasne dejavnosti (npr. poslušajo glasbo in pišejo domačo nalogo). Avtorji (ibid.) tudi opozarjajo, da imajo otroci kljub večopravilnostni sposobnosti na razpolago omejen prosti čas in nimajo neomejene pozornosti za vzporedno predelavo informacij. Hipotezi izpodrivanja nasprotuje hipoteza »več je več«, ki trdi, da bolj aktivni otroci sodelujejo v različnih dejavnosti (Meyersohn 1968). Na primer: tisti otroci, ki več časa namenjajo športnim dejavnostim, namenjajo tudi več časa spremljanju medijev, in obratno.

2.2 Pregled obstoječih raziskav o medijski potrošnji otrok in branju

Večina obstoječih raziskav o medijski potrošnji otrok v glavnem vključuje otroke in mladostnike, stare nad 9 let, ker je na populaciji starejših otrok zaradi njihove večje kognitivne in socialne zrelosti raziskave lažje izvajati (Livingstone 2009).

V Sloveniji smo leta 1999 s pomočjo osnovnošolskih učiteljev izvedli raziskavo o medijski potrošnji učencev, ki je ugotovila, da otroci, stari 7 do 12 let, največ prostega časa namenijo gledanju televizije, in sicer v povprečju tri ure na dan (Erjavec in Volčič 1999). Ta raziskava pa ni merila, koliko časa otroci namenjajo branju knjig.

Najnovejša Ofcomova raziskava (Children and parents 2011), ki je raziskovala medijsko potrošnjo otrok, starih od 5 do 15 let, je ugotovila, da otroci vseh starosti največ časa namenijo gledanju televizije; otroci, stari med 5 in 11 let, okrog 16 ur in pol na teden oz. 2,3 uri na dan, pri čemer pa še vsaj eno uro na dan igrajo računalniške igrice in/ali igrice na konzolah. Med britanskimi otroki ostaja televizija tisti medij, ki bi ga otroci najbolj pogrešali (48 %), sledi igranje igrice na igralnih konzolah (39 %). Ta raziskava je tudi ugotovila, da z leti uporaba interneta pri otrocih narašča, predvsem igranje internetnih igrice. Otroci, stari od 5 do 7 let, uporabljajo povprečno 5,5 ure na teden internet, starejši otroci, stari od 8 do 11 let, pa 8 ur na teden.

Ameriška raziskava (Zero to Eight 2011), ki je s pomočjo anketiranja staršev proučevala medijsko potrošnjo ameriških (ZDA) otrok, starih do 8 let, je ugotovila, da v medijski potrošnji ameriških otrok prevladuje televizija, ki jo otroci, stari 6 do 8 let, gledajo okrog 4 ure na dan. Večina otrok, starih med 5 in 8 let, dnevno malo več kot eno uro namenja igrice na konzolah in računalniškim igrice. Za razliko od britanske pa je ta raziskava ugotovila povečanje dnevnega časa, namenjenega branju. Ameriški starši poročajo, da so njihovi otroci v letu 2011 trideset minut na dan namenili tudi branju. Obe raziskavi ugotavljata, da je med otroki najbolj priljubljena televizija in da so otroci večopravilnostni, saj večina otrok, starih med 6 in 8 let, gleda televizijo, medtem ko se igra ali dela domačo nalogo.

Obstajajo številne raziskave o medijskem izpodrivanju branja, ki so prišle do različnih rezultatov. Med prve poglobljene raziskave o medijskem izpodrivanju branja knjig (poglobljeni intervjuji z britanskimi otroki) lahko uvrstimo raziskavo Neumanove (1986), ki je ugotovila, da otroci ne gledajo televizije namesto branja knjig in da gledanje televizije ne vpliva na bralne sposobnosti otrok. Koolstra in Van der Voort (1996) pa sta na podlagi intervjujev s 1050 nizozemskimi učenci višjih razredov osnovne šole ugotovila, da intenzivno gledanje televizije izpodriva branje knjig, povzroči oblikovanje odklonilnih stališč do branja in celo negativno vpliva na sposobnosti otrok, da se osredotočijo na branje. Hustonova in kolegi (1999) so v analizi dnevnikov medijske potrošnje ameriških predšolskih otrok ugotovili, da je vpliv bolj kompleksen, saj na televizijsko izpodrivanje branja vplivata vsebina televizijskega programa (izobraževalni program spodbuja branje knjig, razvedrilni pa branje knjig izpodriva) in družina (družinski zgled in motivacija za spodbujanje branje). Tudi nemška longitudinalna raziskava, ki je temeljila na poglobljenih intervjujih s predšolskimi otroki in učenci prvega razreda osnovne šole (Ennemoser in Schneider 2007), je potrdila, da gledanje TV izobraževalnih vsebin branje spodbuja, razvedrilne vsebine pa ga izpodrivajo in celo negativno vplivajo na bralne sposobnosti. Skandinavska kvantitativna raziskava z 11 do

12-letniki (Johnsson-Smaragdi in Jönsson 2006) je ugotovila, da gledanje televizije in uporaba novih medijev ne izpodrivata branja knjig. Hkrati pa je opozorila, da obstajajo velike razlike med otroki: razmeroma veliko število otrok v prostem času ne bere in razmeroma veliko število otrok veliko bere. Ameriška reprezentativna raziskava (Hofferth 2009) je na vzorcu otrok, starih med 6 in 12 let, s pomočjo medijskih dnevnikov ugotovila, da je čas, ki ga otroci namenjajo igranju video igrin in gledanju televizije, negativno povezan s časom, ki ga otroci namenjajo branju knjig, učenju in drugim dejavnostim izven doma, npr. športnim in glasbenim dejavnostim.

3 Metodologija

Ker primanjkuje raziskav o medijski potrošnji otrok, mlajših od 12 let, smo na tej populaciji želeli preveriti, koliko časa otroci preživijo z množičnimi mediji, tehnologijo in knjigo ter kako televizija in tehnologija izpodrivata branje knjig. Podatke smo zbirali s kvantitativno (anketa) in kvalitativno metodo (poglobljeni intervjuji). Najprej smo izvedli anketo, da bi »razmeroma hitro pridobili posplošene podatke« (Schuman in Presser 2001: 46) o medijski potrošnji otrok. Po vzoru edinih raziskav o medijskih potrošnji otrok, mlajših od 9 let (Children and parents 2011; Zero to Eight 2011), smo oblikovali strukturirani vprašalnik za starše. Anketirali smo reprezentativen vzorec slovenskih staršev (N = 532) otrok, starih 6 do 12 let. Anketo smo prvič poslali po pošti novembra 2011, a ker je bila odzivnost slaba (32 %), smo jo morali pri večini anketirancev decembra 2011 ponoviti. Vzorec se je razlikoval glede na spol in starost otrok (6 do 12 let) ter regijo. Vprašalnik je zajemal čas, namenjen medijem in tehnologiji na tipičen delovni dan in ob koncu tedna, in izpodrivanje branja z medijsko potrošnjo. Vzorec je vključeval starše 51 % deklet in 49 % fantov ter približno enako število otrok treh starostnih skupin (6 do 12 let). Za statistično vrednotenje rezultatov smo uporabili SPSS-program. Uporabili smo hi-kvadrat test (χ^2 test) in korelacijsko analizo.

Da bi preverili ugotovitve kvantitativne raziskave, jih razložili, dobili poglobljen vpogled v medijsko potrošnjo, predvsem pa pridobili mnenje otrok o svoji medijski potrošnji, smo izvedli tudi 48 vodenih polstrukturiranih individualnih intervjujev z otroki, starimi 6 do 12 (8 otrok iz vsake starostne skupine). Poglobljeni intervjuji so bili za naš namen ustrezni, ker »omogočajo pogled v globino, odkrivanje novih smernic, odpirajo nove razsežnosti problemov ter omogočajo dostop do jasnih in točnih mnenj, ki izhajajo iz osebnih izkušenj« (Walker 1988: 4). Intervjuji so bili izvedeni januarja in februarja 2012. 120 staršem po vsej Sloveniji, ki so predhodno sodelovali v anketi, smo poslali vabilo za sodelovanje tudi v kvalitativni raziskavi, ki bi vključila njihove otroke. V pismu smo priložili tudi posebno vabilo za otroke. Odzvalo se je 48 staršev oz. otrok. Vsak otrok je imel možnost, da kadar koli brez pojasnitve intervju prekine in ne odgovarja na vprašanja. To se je zgodilo le enkrat. Temi intervjujev sta bili čas uporabe medijev in medijsko izpodrivanje knjige. Intervjuji so potekali v prostorih, ki so jih skupaj z otroki izbrali starši, tj. večina doma, nekateri pa tudi v slaščičarni. Intervjuji so potekali brez neposredne prisotnosti staršev in so trajali od pol do ene ure. Intervjuje smo posneli, prepisali in analizirali, kot je to običajno v kvalitativnih študijah (Lindlof in Taylor 2002).

4 Rezultati

4.1 Čas, namenjen medijem

Starše otrok smo vprašali za oceno časa, ki ga njihovi otroci preživijo z mediji. Čas, namenjen televiziji, znaša v povprečju 2,3 ure na dan, igrice na igralnih konzolah in/ali internetu otroci namenjajo 1,2 uri na dan, radiu 40 minut na dan, internetu eno uro na teden, knjigam 15 minut na dan in revijam 20 minut na teden.

Preglednica 1 kaže, da otroci vseh starosti preživijo največ časa pred televizorjem, sledijo igrice na igralnih konzolah in/ali internetu. Čas, namenjen televiziji, igrice, internetu, revijam, narašča s starostjo, radiu in knjigam pa čas s starostjo otrok pada. Po mnenju staršev, 6 in 7 let stari otroci gledajo televizijo 15 ur na teden, 8 in 9 let stari otroci 16,3 ur in 10 in 11 let stari 17,5 ur.

Igranje igrice na igralnih konzolah in/ali internetu se z leti znatno povečuje. 6 in 7-letniki igrajo igrice 6,4 ur na teden, 8 in 9-letniki 9,4 ur, 10 in 11-letniki pa 10,3 ur.

Še večji porast medijske potrošnje z leti se kaže v uporabi interneta. 6 in 7-letniki uporabljajo internet v povprečju 5 minut na teden, 8 in 9-letniki 10 minut na teden, 10 in 11-letniki pa že okrog 1,5 ure na dan.

Poslušanje radia z leti upada. 6 in 7-letniki ga poslušajo 1,4 ure, 8 in 9-letniki 1,2 ure, 10 in 11-letniki pa samo še 30 minut na teden.

Branje knjig z leti močno upada, branje revij pa minimalno narašča. Starši 6 in 7-letnikov trdijo, da njihovi otroci namenjajo branju knjig 2,2 ure in branju revij 20 minut na teden, starši 8 in 9-letnikov trdijo, da njihovi otroci berejo knjige 1,1 uro in revije 20 minut na teden, starši 10 in 11-letnikov pa ocenjujejo, da njihovi otroci berejo knjige in revije le 30 minut na teden.

	Televizija	Igrice	Internet	Radio	Knjige	Revije
6-7	15,0	6,4	0,05	1,4	2,2	0,2
8-9	16,4	9,4	0,1	1,2	1,1	0,2
10-11	17,5	10,3	7	0,5	0,3	0,3

Preglednica 1: Ocenjen čas medijske potrošnje otrok doma na teden in po starosti (ure, χ^2 test, sig. $p < 0.001$, $n = 532$)

Tudi poglobljeni intervjuji so pokazali, da prihaja do najvišjega preskoka pri 10 in 11-letnikih, ki minimalno berejo, veliko pa uporabljajo internet in igrajo igrice na konzolah in internetu. Tipična je izjava 10-letnega fanta iz Ljubljane, ki trdi, da je pred leti rad bral slikanice, danes pa bere le takrat, ko mora (tj. za domače branje), ker se v knjigah »nič ne dogaja«:

Izpraševalec: *Koliko časa pa si ta teden bral knjigo?*

Jaka: *Nisem je.*

Izpraševalec: *Kaj pa prejšnji teden?*

Jaka: *Ne.*

Izpraševalec: *Ne bereš knjig?*

Jaka: *Ko moram ... za domače branje ... pa še to ...*

Izpraševalec: *Zakaj pa ne bereš?*

Jaka: Ker se v knjigah nič ne dogaja. Včasih so bile vsaj slikice v knjigah, ki sem jih gledal, zdaj pa se v teh nič ne dogaja. To je za stare mame.

Raziskava je pokazala, da otroci uporabljajo medije večopravilnostno, da torej lahko spremljajo več medijev hkrati. Poglobljeni intervjuji so pokazali, da so običajni vzorci večopravilnostne medijske potrošnje naslednji: gledanje televizije in igranje igrice, gledanje televizije in branje revij, gledanje televizije in uporaba interneta. Otroci pa pogosto delajo tudi domače naloge in ustvarjalne dejavnosti pri prižgani televiziji ali radiu, kot kaže tudi tipična izjava 7-letnega Maria iz Komna:

Mario: *Ko smo doma, je pri nas televizija vedno prižgana.*

Izpraševalec: *Tudi takrat, ko se učiš, delaš domačo nalogo ali kaj drugega?*

Mario: *Ja.*

Izpraševalec: *Pa se lahko zbereš?*

Mario: *Ja. Ne morem se zbrati, ko je vse tiho.*

Preglednica 2 kaže statistične razlike v medijski potrošnji po spolu. Po mnenju staršev deklice več časa na teden kot fantki gledajo televizijo (17,3 ure), poslušajo radio (1,5 ure) in tudi berejo knjige (2 uri) ter revije (50 minut); fantje po naši raziskavi štirikrat več časa namenjajo igranju igrice na konzolah (8,5 ur) in uporabi interneta (1,5 ure).

	Televizija	Igrice	Internet	Radio	Knjige	Revije
Dekleta	17,3	2,1	0,5	1,5	2,0	0,5
Fantje	16,5	8,5	1,5	0,5	0,4	0,1

Preglednica 2: *Ocenjen čas medijske potrošnje otrok doma na teden in po spolu (ure, χ^2 test, sig. $p < 0.001$, $n = 532$)*

Primerjava rezultatov je pokazala, da so največja odstopanja po spolu med rezultati kvantitativne in kvalitativne raziskave v času, namenjenem branju knjig. Ponovno se je pokazalo, da je ključna razlika nastala pri 10 in 11-letnikih. Nobeden od intervjuvanih 11-letnikov ni potrdil, da vsak teden bere knjige, kot so v anketi navedli njihovi starši. Predpostavljamo, da so starši (namenoma) navedli kot tipičen tisti teden, ko njihovi otroci berejo knjigo; možno pa je tudi, da starši ne poznajo dovolj dobro medijskih navad svojih otrok. Za razliko od fantov je ena tretjina intervjuvanih deklic (8) dejala, da rada bere knjige, še posebej ljubezenske zgodbe. Ključen motiv branja je učenje obnašanja v ljubezenskih situacijah. Nekatere knjige, ki jih berejo za domače branje, so jim tuje, ker jih ne razumejo (npr. Prežihove *Solzice*), kar potrjuje tudi tipična je izjava 11-letne Urške iz Kranja:

Urška: *Ja, veliko berem, vsak dan vsaj pol ure, včasih pa tudi tri in več.*

Izpraševalec: *Koliko časa si brala včeraj?*

Urška: *Včeraj nisem brala, ker sem se učila, danes smo pisali matematiko. Sem pa brala v nedeljo ves popoldan, da sem knjigo končala.*

Izpraševalec: *Kakšne knjige imaš rada?*

Urška: *Ljubezenske zgodbe.*

Izpraševalec: *Zakaj?*

Urška: *Ne vem. Da se kaj naučim iz njih. Da bom, ko bom sama na takšen mestu, znala ravnati.*

Izpraševalec: *Kakšnih knjig pa nimaš rada?*

Urška: *Večine knjig za domače branje.*

Izpraševalec: *Zakaj?*

Urška: *Ker jih ne razumem, ker so kar nekaj.*

Izpraševalec: *Katere npr. nisi razumela?*

Urška: *Zdaj smo morali brati Solzice. To je kot z Lune.*

4.2 Medijsko izpodrivanje

Ker se je branje z leti znatno zmanjšalo, povečala pa uporaba interneta, nas je zanimalo, ali medijska potrošnja izpodriva branje. V spodnji preglednici predstavljamo samo podatke za gledanje televizije in igranje igrice na konzolah in/ali internetu, ker je bilo pri ostalih spremenljivkah medijske potrošnje (uporaba mobilnega telefona, interneta, poslušanje radia, branje knjig in revij) premalo frekvenc, da bi jih lahko vključili v nadaljnjo analizo. Kot kaže Preglednica 3, obstaja malo znakov za izpodrivanje medijskih dejavnosti na račun branja. Korelacije so šibke in samo v dveh primerih negativne. Na splošno, tj. za vse starosti (6–12 let), med branjem in gledanjem televizije obstaja šibka negativna povezava ($r = -0,1$, $p < 0,001$), na podlagi katere lahko trdimo, da otroci gledajo televizijo v minimalnem obsegu na račun branja. To je potrdila tudi analiza intervjujev. Tipična je izjava 11-letne Monike iz Gornje Radgone:

Izpraševalec: *Koliko časa si včeraj brala knjigo?*

Monika: *Včeraj nisem brala, ker se mi ni dalo. Sem gledala televizijo.*

Izpraševalec: *Se pogosto zgodi, da namesto branja gledaš televizijo?*

Monika: *Včasih. Bolj zadnje čase.*

Izpraševalec: *Kako to?*

Monika: *Včasih sem tako utrujena od učenja, šole, domačih nalog ... vsega, da se moram odklopiti ali pa si naredim pavzo med učenjem. Pa največkrat gledam TV ali pa grem na internet.*

	Igranje igrice	Gledanje TV
Branje knjig	-0,1*	-0,1***
Branje revij	0,01	0,01

Preglednica 3: *Povezava med ocenjenim skupnim časom, ki ga otroci preživijo z gledanjem televizije in igranjem igrice na igralnih konzolah in/ali internetu ter branjem knjig in revij (korelacijski koeficient, n = 532)*

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$

Boljši dokaz izpodrivanja smo identificirali pri 11-letnih fantih. Ti namesto branja knjig igrajo igrice na konzolah in/ali internetu ($r = -0,7$, $p < 0,001$). To so potrdili tudi poglobljeni intervjuji, v katerih so fantje jasno povedali, da namesto branja raje igrajo igrice na konzolah in/ali spletu, ker se jim zdi to »bolj zanimivo« oz. »manj dolgočasno«, ker se »nekaj dogaja« in ker »zahteva manj truda«. Tipična je izjava 11-letnega Vasje iz Celja:

Izpraševalec: *Kaj delaš najraje?*

Vasja: *Najraje igram igrice.*

Izpraševalec: *Česa pa ne delaš rad?*

Vasja: *Ne maram brati. Mami me sili, jaz pa nočem, raje igram igrice na internetu s sošolci.*

Izpraševalec: *Zakaj pa nočeš brati?*

Vasja: *Ker je dolgočasno ... joj, muka.*

5 Razprava in zaključki

Slovenski otroci uporabljajo različne medije in jim namenjajo različno pozornost. Raziskava je pokazala, da čas, ki ga otroci namenjajo televiziji, znaša v povprečju 2,3 ure na dan, igricam namenjajo 1,2 uri na dan, radiu 40 minut na dan, internetu eno uro na teden, knjigam 15 minut na dan in revijam 20 minut na teden.

Večina medijske potrošnje s starostjo otrok narašča oz. natančneje: čas, ki ga otroci namenjajo televiziji, igricam, internetu in revijam, s starostjo narašča, radiu in knjigam pa upada. To lahko pojasnimo z večjo kognitivno sposobnostjo razumevanja medijskih vsebin, pri igranju igrice pa tudi z večjo spretnostjo.

Televizija je še vedno medij, pred katerim otroci preživijo največ medijskega časa. Raziskava je razkrila razlike v medijski potrošnji po spolu, saj dekleta več časa kot fantje gledajo televizijo, poslušajo radijske vsebine in berejo knjige ter revije; fantje štirikrat več časa namenijo igranju igrice na konzolah in uporabi interneta.

Raziskava je tudi pokazala, da so otroci večopravilnostni. Hkratno gledanje televizije in delanje domačih nalog ali drugih ustvarjalnih dejavnosti je tudi običajna praksa slovenskih otrok.

Raziskava je pokazala, da slovenski otroci malo berejo, še posebej fanti. To si lahko razlagamo s prevladujočo vizualno potrošnjo, ki hitreje in močneje pritegne pozornost kot branje knjig, saj to praviloma zahteva večji miselni angažma (Erjavec in Volčič 1999). To dokazujejo tudi trditve 6 in 7-letnih fantkov, da berejo slikanice predvsem zaradi vizualnih elementov. Verjetno so se otroci z gledanjem televizije in igrice navadili na hitro spreminjajoče se dogajanje in ga pri branju knjig pogrešajo. Rezultati tudi nakazujejo, da velika večina intervjuvanih fantov ni naredila preskoka od slikanic, ki so jih bolj gledali kot brali, do otroških knjig, ki zaradi prevladujočega besedila zahtevajo večji miselni napor. Ali to lahko vpliva na otrokov razvoj? Številni avtorji (npr. Beentjes in Jacobus 1990; Shiel in sod. 2000; Marjanovič Umek in sod. 2001) so prepričani, da je za ustrezen otrokov razvoj potrebno tudi branje. V medijski potrošnji naj bi bila ključna naslednja kombinacija: branje knjig kot socialni ritual in verbalni opis dogajanja, ki z miselnim naporom spodbuja otrokov kognitivni razvoj, ter gledanje risank in drugih medijskih vsebin kot navajanje na hitro komunikacijo.

Rezultati raziskave so pokazali le nekaj znakov medijskega izpodrivanja branja. Korelacije so šibke in samo v dveh primerih negativne. Na splošno obstaja med branjem knjig in gledanjem televizije šibka negativna povezava, na podlagi katere lahko trdimo, da otroci gledajo televizijo na račun branja knjig v minimalnem obsegu. Trdnejši dokaz izpodrivanja smo identificirali pri 11-letnih fantih, ki namesto branja knjig raje igrajo igrice na konzolah in/ali internetu. Naša raziskava je ugotovila, da pri starejših otrocih moškega spola ni več ključni medij izpodrivanja

branja televizija, ampak so to igrice na igralnih konzolah in/ali internetu, zato bi morale prihodnje raziskave analizirati izpodrivanje branja z različnimi mediji in tehnologijami.

Primerjava naših rezultatov s tujimi rezultati pokaže, da je medijska potrošnja slovenskih otrok primerljiva z medijsko potrošnjo britanskih otrok, odstopa pa od medijske potrošnje ameriških (ZDA) otrok, saj ti uporabljajo medije v precej večjem obsegu. Zanimivo pa je, da po teh podatkih ameriški otroci tudi berejo več časa kot slovenski, in sicer branju namenjajo dnevno v povprečju kar deset minut več časa.

Povzetek

Namen članka je zapolniti raziskovalno vrzel na področju raziskovanja medijske potrošnje otrok in ugotoviti, koliko časa otroci namenjajo določenemu mediju, tehnologiji in knjigi ter kako mediji izpodrivajo branje. Izvedli smo prvo raziskavo, ki kombinira anketo staršev (reprezentativni vzorec 532 staršev slovenskih otrok) in poglobljene intervjuje otrok (48 polstrukturiranih intervjujev).

Raziskava je pokazala, da čas, ki ga otroci namenjajo televiziji, znaša v povprečju 2,3 ure na dan, igrice namenjajo 1,2 uri na dan, radiu 40 minut na dan, internetu eno uro na teden, knjigam 15 minut na dan in revijam 20 minut na teden.

Medijska potrošnja s starostjo otroki v glavnem narašča. Čas, ki ga otroci namenjajo televiziji, igrice, internetu in revijam, s starostjo narašča, radiu in knjigam pa pada. To lahko pojasnimo z večjo kognitivno sposobnostjo razumevanja medijskih vsebin, pri igranju igrice pa tudi z večjo gibčno spretnostjo.

Televizija je še vedno medij, ki mu otroci namenjajo največ prostega časa. Raziskava je razkrila razlike v medijski potrošnji po spolu, saj dekleta gledajo televizijo, poslušajo radijske vsebine in berejo knjige ter revije več časa kot fantje, ki štirikrat več časa namenijo igranju igrice na konzolah in/ali internetu ter uporabi interneta.

Slovenski otroci so večopravilnostni. Hkratno gledanje televizije ter delanje domačih nalog in drugih ustvarjalnih dejavnosti je običajna vsakdanja praksa otrok.

Raziskava je pokazala, da slovenski otroci malo berejo, še posebej fanti. To si lahko razlagamo s prevladujočo vizualno potrošnjo, ki hitreje in močneje pritegne njihovo pozornost kot branje knjig, ki zahteva večji miselni napor. Rezultati tudi nakazujejo, da večina intervjuvanih fantov ni naredila preskoka od slikanic, ki so jih bolj gledali kot brali, do otroških knjig.

Na splošno obstaja med branjem knjig in gledanjem televizije šibka negativna povezava, na podlagi katere lahko trdimo, da otroci gledajo televizijo v minimalnem obsegu na račun branja. Raziskava je tudi pokazala, da 11-letni fanti raje kot branju namenjajo čas igranju igrice na konzolah in/ali internetu.

Literatura

Daniel Anderson in Katherine G. Hanson, 2009: Children, Media and Methodology. *American Behavioural Scientist* 52/8, 1204–1219.

Jacobus Beentjes in Johannes Wilhelmus, 1990: *Studies on children's television viewing and reading*. Leiden: Center for Child and Media Studies.

David Buckingham, 2005: *Moving images: understanding children's emotional response to television*. Manchester: Manchester University Press.

Children and parents, 2011: London, Ofcom, Independent regulator and competitions authority for UK communication industries. [Http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/oct2011/Children_and_parents.pdf](http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/oct2011/Children_and_parents.pdf)

Kevin Durkin, 1995: *Developmental Social Psychology*. Blackwell, Oxford.

Tor Endestad, Jan Heim, Birgit Kaare, Leila Torgersen in Peter Bae Brandtzæg, 2011: Media User Types among Young Children and Social Displacement. *Nordicom Review* 32/1, 17–30.

Marco Ennemoser in Wolfgang Schneider, 2007: Relation of Television Viewing and Reading: Finding From a 4-Year Longitudinal Study. *Journal of Educational Psychology* 99/2, 349–368.

Karmen Erjavec in Zala Volčič, 1999: *Odraščanje z mediji*. Ljubljana: ZPMS.

George Gerbner, 1995: Mass Media and Collective violence. *The Public* 2/2, 77–84.

Heather Gilmour, 1999: What Girls Want: The Intersections of Lesure and Power in Female Computer Game Play. V: Marsha Kinder: *Kid's Media Culture*. Durham in London: Duke University Press.

Jan Heim, Peter Bae Brandtzæg, Birgit Kaare, Tor Endestad in Leila Torgersen, 2007: Children's Usage of Media Technologies and Psychosocial Factors. *New Media & Society* 9/4, 425–454.

Sandra L. Hofferth, 2009: Media Use vs. Work and Play in Middle Childhood. *Social Indicators Research* 99/1, 127–129.

Aletha C. Huston, John C. Wright, Janet Marquis in Samuel B. Green, 1999: How Young Children Spend Their Time: Television and Other Activities. *Developmental Psychology* 35/4. 912–925.

Merris Griffiths, 2011: Favoured Free-time. *Children & Society* 25/2, 190–201.

Ulla Johnsson-Smaragdi in Annelis Jönsson, 2006: Book reading in Leisure Time: Long-term changes in young peoples' book reading habits. *Scandinavian Journal of Educational Research* 50/5. 519–540.

Cees M. Koolstra in Tom. H. A. van Der Voort, 1996: Longitudinal effects of television on children's leisure-time reading. *Human Communication Research* 23/1, 4–12.

Thomas Lindlof in Bryan C. Taylor, 2002: *Qualitative Communication Research Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Sonia Livingstone, 2009: *Children and the Internet*. Cambridge: Polity Press.

Sonia Livingstone in Millwood Hargrave, 2006: *Harm and Offence in Media Content*. Bristol: Intellect Press.

Ljubica Marjanovič Umek, Petra Lešnik Musek, Simona Kranjc in Urška Fekonja Peklaj, 2001: The impact of reading children's literature on language development. V: *Early childhood narratives*. Amsterdam: European Early Childhood Education Research Association.

David McQuail in Sven Windhal, 1993: *Communication Models for the Study of Mass Communication*. London: Longman.

Diana C. Mutz, Donald F. Roberts in D. P. van Vuuren, 1993: Reconsidering the Displacement Hypothesis: Television's Influence on Children's Time Use. *Communication Research* 20/1. 51–75.

- Susan B. Neuman, 1986: *Television and Reading: A research Synthesis*. Članek, predstavljen na konferenci *The International Television Studies*. London: 10. 7.–12. 7. 1986.
- Susan B. Neuman, 1991: *Literacy in the Television Age: The Myth of the TV Effect*. Norwood NJ: Ablex.
- Donald F. Roberts, Ulla G. Foehr in Victoria Rideout, 2005: *Generation M: Media in the Lives of 8–18 Year Olds*. Menlo Park: CA, Kaiser Family Foundation.
- Gerry Shiel, Ursula Ní Dhálaigh in Eithne Kennedy, 2000: *Language and literacy for the new millennium*. Dublin: Reading Association of Ireland.
- Howard Schuman in Stanley Presser, 2001: *Questions & Answers*. London: Sage Publication.
- Brain Simpson, 2004: *Children and television*. London: Continuum.
- Dorothy Singer in Jerome Singer, 2001: *Handbook of Children and the Media*. London: Sage.
- Elisabeth Staksrud, Sonia Livingstone in Leslie Haddon, 2007: *What do We Know about Children's Use of Online Technologies? A report on data availability and research gaps in Europe*. London: EU Kids Online.
- Robert Walker, 1988: *Applied Qualitative Research*. Vermont: Gower.
- John Wright, Aletha Huston, Elizabeth Vandewater, David Bickham, Ronda Scantlin, Jennifer Kotler, Allison Goman Caplovitz, June Lee, Sandra Hofferth in Jonathan Finkelstein, 2001: *American Children's Use of Electronic Media in 1997: A National Survey*. *Journal of Applied Developmental Psychology* 22/1, 31–47.
- Zero to Eight 2011: *A Common Sense Media Research Study*. <http://www.common sense media.org/research/zero-eight-childrens-media-use-america>.