

Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet –
Odsek za pedagogiju, Novi Sad

DOI 10.5937/kultura1133401M

UDK 316.775/.776

159.952.13.072-053.6

UTICAJ TELEVIZIJE NA RAZVOJ INTERESOVANJA KOD MLADIH

Sažetak: *Potrošačko društvo u kome živimo nameće konformizam kao nužnu i poželjnu osobinu ličnosti. Malo je danas ljudi, kako mladih tako i starijih, koji kritički promišljaju, a ne samo slepo usvajaju i prate dešavanja koja ih okružuju. Ipak, ako želimo imati samoaktuelizovane ličnosti, što je jedan od ciljeva humanističke pedagogije, nužno je da ta ličnost ima razvijen kritički odnos prema konzumiranju različitih sadržaja, samim tim i medija. U radu se ukazuje na implikacije koje televizija može imati na razvoj interesovanja kod mladih. Televizija je jedan od vodećih faktora koji utiču na mlade u najširem smislu, stoga i na njihova interesovanja. Ovim putem smo pokušali da objasnimo uticaj televizije na mlade, različit karakter interesovanja, mehanizme nastanka i njihovu periodizaciju, kao i povezanost televizije i interesovanja. Istraživanjem je potvrđeno da televizija utiče na razvoj interesovanja kod mladih i da učestalost emitovanja jednog sadržaja povećava nivo interesovanja za taj sadržaj, kao i to da mladi imaju visok nivo interesovanja za televizijske sadržaje zabavnog i sportskog tipa. Međutim, opovrgnuto je da se interesovanja za određeni televizijski sadržaj odražavaju na ostala interesovanja mladih. Otvorena su i pitanja kritičkog mišljenja mladih prema medijima svih sadržaja, kvalitetu televizijskih sadržaja, pasivizaciji mladih, zainteresovanosti mladih za učešće u emisijama zabavnog tipa, nedoumicama oko učešća u emisijama edukativnog tipa i korišćenju edukativnih sadržaja koji se prikazuju na televiziji, kao podsticaj pri učenju.*

Ključne reči: *televizija, mas-mediji, televizijski program, interesovanja, humanistička pedagogija*

Uvod

Mali je broj kulturoloških fenomena¹, kako kažu sociolozi, koji imaju tako duboku moć prodiranja kao što to ima televizija. Uvođenje televizije i njeno širenje od sredine dvadesetog veka prihvatilo se dijalektički, u svim društvima na vrlo sličan način, kao što su prihvatane i druge komunikacione tehnologije koje su joj prethodile (npr. knjige, novine, radio, filmovi) ili one koje su sledile (kompjuteri i internet). Kritičari imaju podeljena shvatanja o uticaju ovog mas-medija na mlade.

Mnogi misle da je uticaj televizije pozitivan, jer omogućava deci da prošire svoja saznanja, da razviju maštu i kreativnost, da pojačaju međunarodnu povezanost i toleranciju. Sa druge strane veliki je broj onih koji smatraju da je televizija donela više negativnog nego pozitivnog, da povećava otuđenost među mladima, smanjuje njihovu aktivnost, pasivizira ih, pruža veliki broj nasilnih i seksualnih sadržaja, koji ohrabruju decu na destruktivno ponašanje i da utiče na njihov sistem vrednosti.

Za razliku od škole i porodice, televizija je atraktivnija pri davanju informacija, jer ih daje kao proces, a ne kao podatak koji treba upamtiti. Ona stvarnost predstavlja u dinamici i razvoju, budi kod posmatrača osećaj istinitosti, konkretnosti, prevazilazi granice i pruža drugačiji pogled na svet.

Evidentno je da mediji poseduju veliku moć, a mladi ljudi, ukoliko nemaju kritičko mišljenje i jasno izgrađene stavove, nemoćni su, bivaju opijeni, očarani, izmanipulisani nekim drugim svetom, koji od njih ne očekuje ništa, za razliku od roditelja i vršnjaka, a daje obilje zabave, nudi beg od problema. Bitna je teza da treba više voditi računa o tome šta ljudi čine s medijima, a manje šta mediji čine s ljudima. Prema M. Radojkoviću i S. Crnobrnji, masovni mediji ne mogu da kvare informacije, jer sadržaj informacije može da izvitoperi samo čovek, kao pokretač masovnog komuniciranja.² Zbog svega toga je važna medijska pismenost kao uslov opstanka čoveka u savremenom društvu, a od obrazovanja za medije se očekuje da deca nauče kako da kritički analiziraju poruke koje im daju mediji i kako da posredstvom njih izraze svoje ideje.

Fenomen interesovanja

O značaju interesovanja pisali su pedagoški klasici Herbart (Johann Friedrich Herbart), Djuj (John Dewey), Keršenštajner

1 Tekst je rezultat rada na projektu "Kvalitet obrazovnog sistema Srbije u evropskoj perspektivi" br. 179010 (2011-2014), čiju realizaciju finansira Ministarstvo za nauku i tehnološki razvoj Republike Srbije.

2 Plemenčić Đ., *Obrazovna delotvornost televizije*, Zagreb 1982.

(Georg Kerschensteiner)... Interesovanja dece su svakako jedna od ključnih tačaka pri određenju svake koncepcije vaspitanja. Važna su i zbog toga što su deo dinamike ličnosti (pokreću, usmeravaju, kanališu ponašanje osobe), oblik su vrednosnih tendencija i univerzalna su karakteristika ličnosti (svi ih posedujemo). Interesovanja imaju značajnu ulogu u svim periodima našeg života – u predškolskom uzrastu ona su utkana u dečije igre, dok su u školskom dobu važna za praćenje toka učenja; tokom adolescencije interesovanja dobijaju ključnu ulogu u traganju za sopstvenim identitetom i u izboru vršnjaka, dok u mladosti ona uz ostale faktore igraju važnu ulogu u izboru zanimanja.³

Značajan mehanizam za nastanak interesovanja je i Olportov (Gordon Allport) mehanizam funkcionalne autonomije, prema kojem aktivnost koja je u početku služila kao sredstvo za zadovoljavanje neke potrebe vremenom postaje cilj, tj. potreba za sebe. Po njegovom mišljenju čak i dosadne aktivnosti mogu da prerastu u interesovanja.⁴ Prema jednoj od periodizacija interesovanja, u srednjem školskom uzrastu (posebno važni šesti i sedmi razred) dolazi do krize identiteta, apstraktnog mišljenja, interesovanja su promenljiva, vršnjaci usmeravaju interesovanja, ona su pod uticajem vršnjačke grupe dosta labilna i konformistička i više se biraju zbog drugih.⁵ Često čujemo od mladih da rade određene aktivnosti jer „svi to rade“, „to je in“ ili „u inat roditeljima“. Zbog ovih karakteristika je i izabran baš ovaj uzrast za naše istraživanje, jer je po mnogo čemu karakterističan za razvoj interesovanja. Deca su tada naj-sugestibilnija, a interesovanja su im nestalna, u ovom periodu interesovanja se sužavaju, individualiziraju i čvršće vezuju za ulogu sopstvenog pola.

Svakako jedno od pitanja uvek aktuelnih u vezi interesovanja je da li su ona data ili zadata, da li postojeća interesovanja treba samo slediti ili je na njihov razvoj neophodno uticati. Postoji više argumenata prema kojima na interesovanja svakako treba uticati. Neki od tih argumenata su da deca i mladi uglavnom imaju promenljiva interesovanja; često se kod mladih pojavljuju društveno neprihvatljiva interesovanja, jer, pored interesovanja, da bi se stekla određena znanja neophodne su i sposobnosti. Stano-višta smo da televizijski program nema odlučujući, već određujući uticaj, koji se nadovezuje ili, bolje reći, povezuje sa ostalim faktorima kao što su porodica, škola, vršnjaci.

3 Pantić D., *Priroda interesovanja*, Beograd 1980, str.13.

4 Ibid., str. 108.

5 Đermanov J., *Vaspitanje interesovanja*, Novi Sad 2005, str.71.

Metodološki okvir istraživanja

Cilj istraživanja odnosi se na ispitivanje uticaja koji televizija ima na razvoj interesovanja kod mladih. Ovako postavljen cilj istraživanja operacionalizovan je i raščlanjen na zadatke istraživanja koji su se odnosili na: 1) sagledavanje uticaja televizijskih sadržaja na pojavu bilo kog interesovanja kod mladih; 2) utvrđivanje interesovanja mladih za televizijske sadržaje edukativnog tipa; 3) utvrđivanje interesovanja mladih za televizijske sadržaje zabavnog tipa; 4) utvrđivanje interesovanja mladih za televizijske sadržaje sportskog tipa; 5) utvrđivanje da li se interesovanja mladih za određene televizijske sadržaje odražavaju na njihova ostala interesovanja. Na osnovu zadataka formirane su i hipoteze istraživanja: 1) pretpostavlja se da televizija utiče na razvoj interesovanja kod mladih; 2) pretpostavlja se da postoji značajna povezanost između televizijskih sadržaja i razvoja pojedinih interesovanja kod mladih; 3) pretpostavlja se da mladi imaju nizak nivo interesovanja za televizijske sadržaje edukativnog tipa; 4) pretpostavlja se da mladi imaju visok nivo interesovanja za televizijske sadržaje zabavnog tipa; 5) pretpostavlja se da mladi imaju visok nivo interesovanja za televizijske sadržaje sportskog tipa; 6) pretpostavlja se da se interesovanja za određene televizijske sadržaje odražavaju na njihova ostala interesovanja.

Uzorak istraživanja su činili učenici šestog i sedmog razreda OŠ „ Đorđe Natošević“ u Novom Sadu u toku školske 2010/11 godine. Za istraživanje je odabran uzorak veličine od 102 učenika, a istraživanje je izvršeno na namerno odabranom uzorku. Uzeti uzorak uzrasta odabran je zbog svojih karakteristika. Istraživanje je sprovedeno u saradnji sa stručnom službom škole. Po karakteru ispitivanje je bilo grupno, pismeno, dobrovoljno i anonimno.

Primenjeni metod je deskriptivni, a od tehnika istraživanja primenjeno je anketiranje. Instrument za prikupljanje podataka sačinjen je u formi upitnika kombinovanog tipa, posebno konstruisanog za potrebe ovog istraživanja. Najveći broj pitanja je zatvorenog tipa sa ponuđenim odgovorima. Podaci dobijeni putem upitnika analizirali su se prema postavljenim hipotezama i zadacima istraživanja. Rezultati su prikazani tabelarno i grafički.

Rezultati istraživanja i diskusija

Obrada podataka izvršena je prema hipotezama istraživanja. Prva hipoteza u kojoj se pretpostavlja da postoji značajna povezanost između televizijskih sadržaja i razvoja pojedinih interesovanja je potvrđena, što pokazuje podatak da često emitovanje

nekoj sadržaja podstiče kod učenika interesovanje za taj sadržaj, što se vidi u tabelama koje slede.

Često emitovanje nekog sadržaja povećava nivo interesovanja za dat sadržaj:

6 i 7 razred	muški	%	ženski	%	ukupno	%
Da	36	75%	40	74,07%	76	75%
Ne	12	25%	14	25,92%	26	25%
ukupno	48	100%	54	100%	102	100%

Tabela 1

Dobijeni rezultati su još značajniji kad se uzme u obzir vreme koje mladi provedu ispred tv ekrana u toku jednog dana, iako je najviše mladih odgovorilo da provedu jedan do dva sata ispred tv-a, nije mali broj ni onih koji provedu više od dva sata, čak njih 36%, a više od četiri sata njih 11%.

Broj sati koji mladi dnevno provedu ispred tv ekrana:

6 i 7 razred	muški	%	ženski	%	Ukupno m i ž	%
Jedan-dva	25	52,08%	24	44,44%	49	48,03%
Dva-četiri	12	25%	25	46,29%	37	36,27%
Četiri i više	8	17%	3	5,6%	11	10,78%
Ne gledam	3	6,25%	2	3,70%	5	4,90%
ukupno	48	100%	54	100%	102	100%

Tabela 2

Ispitanici su odgovorili: njih 38 % da uglavnom na tv-u (kako oni kažu) „ima svega“, pa prema tome izgleda da televizija odgovara njihovim interesovanjima, neke čak i pojačava, sudeći prema odgovorima mladih da bi voleli da ima još više filmova, kojih inače ima dosta na televiziji, a koji su njihov omiljeni televizijski sadržaj. Na osnovu dobijenih rezultata, i prema prvoj hipotezi možemo zaključiti da postoji povezanost između televizijskih sadržaja i razvoja pojedinih interesovanja, da televizija pojačava interesovanje za određene sadržaje.

Druga hipoteza u kojoj smo pretpostavili da mladi imaju nizak nivo interesovanja za televizijske sadržaje edukativnog tipa je opovrgnuta, jer samo 11% mladih ne prati edukativne emisije, a svakodnevno ili jednom nedeljno prati ukupno njih 79%, što se vidi u tabelama koje slede.

Učestalost gledanja emisija edukativnog tipa:

6 i 7 razred	muški	%	ženski	%	Ukupno m i ž	%
svakodnevno	12	25%	18	33,33%	30	29,41%
Jednom nedeljno	25	52,08%	26	48,14%	51	50,00%
Jednom mesečno	3	6,25%	7	13%	10	9,80%
Ne gledam	8	16,7%	3	5,55%	11	10,78%
ukupno	48	100%	54	100%	102	100%

Tabela 3

Emisije edukativnog tipa više prate devojčice, dok 17% dečaka uopšte ne prati ove emisije. Više je devojčica nego dečaka koji prate ove emisije jednom mesečno, a veći procenat u odnosu na dečake, njih 33% prate ove emisije svakodnevno. Ovaj podatak je prijatno iznenađujući i na njemu bi mogla da se zasnivaju i neka druga istraživanja. Verovatno su ovom procentu, ponajviše doprineli razni kvizovi znanja, kojih na našim prostorima ima izuzetno mnogo. Putem ovih kvizova i mladi i odrasli mogu da provere i unaprede svoja znanja iz različitih oblasti, a da pritom ne moraju da se trude da podatke i činjenice koje čuju upamte. Škole bi mogle da uvrste "kviz" u svoj način rada, neki nastavnici čak tako nešto i primenjuju u svom radu, kao jedan od načina učenja i ispitivanja učenika, kako bi povećali njihova interesovanja za određeni predmet, a i za sam proces učenja.

Ipak, utvrđeno je da mladi više vole da gledaju sadržaje zabavnog tipa, ako treba da se odluče između njih i edukativnih emisija, što se vidi u tabeli koja sledi:

Omiljeni televizijski sadržaji za njih su:

6 i 7 razred	mušk	%	ženski	%	Ukupno m i ž	%
Filmovi	21	43,75%	24	44,44%	45	43,41%
Serije	4	8,33%	15	27,80%	19	18,89%
Edukativne em.	1	2,08%	2	3,70%	3	2,94%
Zabavne em.	2	4,21%	11	20,37%	13	13,00%
Sport	20	41,70%	2	3,70%	22	21,76%
ukupno	48	100%	54	100%	102	100%

Tabela 4

Devojčice i dečaci koje smo ispitivali najviše vole da gledaju filmove, koji su i najomiljeniji kod oba pola, devojčice više vole da gledaju edukativne emisije, serije, koje su im posle filмова najomiljeniji tv sadržaj, ali i zabavne emisije, čak 16% više u odnosu na dečake, dok dečaci mnogo više vole da gledaju sport, čak 38% više od devojčica, koji je posle filмова njihov omiljeni tv sadržaj.

Treća hipoteza u kojoj se pretpostavlja da mladi imaju visok nivo interesovanja za televizijske sadržaje zabavnog tipa je potvrđena, što pokazuje tabela koja sledi, u kojoj se vidi koliko mladi više vole zabavne od edukativnih sadržaja.

Učestalost gledanja emisija zabavnog tipa:

6 i 7 razred	muški	%	ženski	%	Ukupno m i ž	%
svakodnevno	20	41,70 %	33	61,11 %	53	51,97%
Jednom nedeljno	20	41,70 %	16	29,70 %	36	35,29%
Jednom mesečno	3	6,25%	4	7,40%	7	6,86%
Ne gledam	5	10,42 %	1	1,90%	6	5,88%
ukupno	48	100%	54	100%	102	100%

Tabela 5

Emisije zabavnog tipa više prate devojčice, svakodnevno čak 20 % više od dečaka, ali veći broj dečaka ih prati jednom nedeljno. Veći je procenat dečaka koji uopšte ne prate emisije ovog tipa, njih 10% (tabela 5).

Isto tako, više mladih koje smo ispitivali svakodnevno prati emisije zabavnog tipa, čak njih 52%, dok edukativne svakodnevno gleda 29 %. Ovu hipotezu potvrđuje i podatak da bi 44% ispitanika učestvovalo u nekoj emisiji zabavnog tipa, mada se njih 31% izjašnjava da nije sigurno (tabela 6).

Zainteresovanost za učestvovanje u emisiji zabavnog tipa:

6 i 7 razred	muški	%	Žensk	%	Ukupno m i ž	%
Da	23	47,9 1%	21	38,9 0%	44	43,5 6%
Ne	16	33,3 3%	10	18,5 0%	26	25,3 0%
Nisam siguran	9	18,8 0%	23	42,6 0%	32	31,2 3%
ukupno	48	100 %	54	100 %	102	100 %

Tabela 6

Dečaci su više zainteresovani za učešće u emisijama zabavnog tipa od devojčica, što je neočekivano, jer ih više prate devojčice, što smo videli u prethodnim rezultatima. Devojčice, njih 42,6%, su nesigurne što se tiče svoje želje za učešćem u emisijama ovog tipa (*tabela 6*).

Što se tiče učešća u emisijama zabavnog tipa, mladi su privučeni rijaliti emisijama, koje, slično kao popularne serije i filmovi, propagiraju brz uspeh i popularnost, raskoš i sjaj reflektora koji su danonoćno upereni u njih. Ove emisije su česta tema što među mladima, što među odraslima, i mnogi se slažu da one imaju dosta negativnih efekata na mlade. Modeli ponašanja koji se u njima nameću odraz su naše (ne)kulture i perioda tranzicije, ali i globalizacije u koju smo uključeni.

Nažalost, kad smo isto pitanje postavili za emisije edukativnog tipa, dobili smo podatke koji nam ne kazuju mnogo, što se vidi u tabeli koja sledi:

6 i 7 razred	muški	%	Ženski	%	Ukupno m i ž	%
Da	22	45,90 %	12	22,22%	34	33,33 %
Ne	16	33,33 %	18	33,33%	34	33,33 %
Nisam siguran	10	20,83 %	24	44,44%	34	33,33 %
ukupno	48	100%	54	100%	102	100%

Tabela 7

Kao i za učešće u emisijama zabavnog tipa, i za učešće u edukativnim emisijama veći je broj dečaka koji bi želeli da učestvuju u njima, oni su manje nesigurni od devojčica, ali su nesigurniji nego za učešće u emisijama zabavnog tipa.

Odgovor „nisam siguran/na“ može biti indikator zbunjenosti mladih različitim televizijskim sadržajima, njihova nespremnost za odlučivanje i rasuđivanje, kao i nekritičko posmatranje različitih sadržaja.

Četvrta hipoteza u kojoj se pretpostavlja da mladi imaju visok nivo interesovanja za sadržaje sportskog tipa je potvrđena, što se vidi u tabeli (*tabela 8*):

Učestalost gledanja emisija sportskog tipa:

6 i 7 razred	muški	%	ženski	%	ukupno	%
svakodnevno	29	60,41%	5	9,25%	34	33,33 %
Jednom nedeljno	11	23,00%	21	38,90 %	32	31,38 %
Jednom mesečno	7	14,60%	16	29,62 %	23	22,54 %
Ne gledam	1	2,08%	12	22,22 %	13	12,74 %
ukupno	48	100%	54	100%	102	100%

Tabela 8

Dečaci su mnogo više zainteresovani za sportske emisije od devojčica, čak njih 60% prate sportske emisije svakodnevno, a samo njih 2% uopšte ne prati sportske sadržaje, dok je takvih devojčica 22%. Devojčice, njih 39%, sport prate uglavnom jednom nedeljno.

Svakodnevno sportske sadržaje prati 33% ispitanika, što je 4% više nego što prate edukativne sadržaje, a 19% manje nego zabavne sadržaje. Pošto su mladi zainteresovani da prate sport, gledanje nekog sporta je podstaklo njih 53% da se bave nekim sportom. Najviše se mladi interesuju i bave fudbalom, košarkom i tenisom. Ovo je razumljivo kada se zna da Srbija ima izuzetno uspešnu tradiciju bavljenja kao i osvajanja medalja u ekipnim sportovima, a što se tiče tenisa, to je svakako najpopularniji sport u Srbiji danas, zahvaljujući našim jako uspešnim i mladim teniserima, koji su svetske zvezde, i koji motivišu i podstiču dečija interesovanja za bavljenje ovim sportom širom sveta.

Na ovom primeru se dobro vidi uticaj medija na interesovanja mladih, jer da tenis nije toliko medijski praćen i popularan, i zainteresovanost mladih bi verovatno bila manja, što ide u prilog dobijenim odgovorima u ovom upitniku, da povećano emitovanje nekog sadržaja povećava nivo interesovanja za taj sadržaj. Gledanje nekog sporta podstiče me na bavljenje tim sportom:

6 i 7 razred	muški	ženski	ukupno	%
Da	31	23	54	52,94
Ne	17	31	48	47,05
ukupno	48	54	102	100%

Tabela 9

Očekivali smo da su mladi još više podstaknuti na bavljenje sportom, tako što su za te sadržaje saznali preko tv-a, ali mnogo ispitanika je reklo da su već ranije počeli da se bave određenim sportom, pre nego što su taj sport gledali na televiziji.

Peta hipoteza, u kojoj se pretpostavlja da se interesovanja za određene televizijske sadržaje odražavaju na njihova ostala interesovanja je opovrgnuta, jer čak 81% mladih odgovara da nije počelo da se bavi nekom aktivnošću tako što je za nju saznalo preko tv-a. Bavim se nekom aktivnošću jer sam za tu aktivnost saznao preko tv-a:

6 i 7 razred	muški	%	ženski	%	Ukupno m i ž	%
Da	5	10,41%	14	25,92%	19	18,62%
ne	43	89,60%	40	74,07%	83	81,40%
ukupno	48	100%	54	100%	102	100%

Tabela 10

Mladi su uglavnom navodili da su već i ranije pokazali interesovanja za neku aktivnost, pre nego što su sa njom bili upoznati preko televizije, tako da televizija nije bila odlučujući faktor da oni počnu da se bave tom aktivnošću. Više je devojčica nego dečaka koje su počele da se bave nekom aktivnošću tako što su za nju saznale preko tv-a – njih 26%. A od svih ispitanika 19% je počelo da se bavi nekom aktivnošću, muzikom (9%), sportom (6%), plesom (2%), glumom (2%), nakon što su sa ovim sadržajem bili upoznati preko tv ekrana. Sedmi razredi su bili ubedljiviji u svom odgovoru “ne”, čak njih 84% je odgovorilo na taj način.

Na kraju opet dolazimo do prve hipoteze u kojoj smo potvrdili da televizija pojačava interesovanje za određene sadržaje, ali, kao što se vidi u petoj hipotezi, ona nikako nije odlučujući činilac da mladi počnu da se bave nekom aktivnošću.

Zaključna razmatranja

Potvrđena je opšta hipoteza da televizija utiče na razvoj interesovanja kod mladih, jer čak 75% smatra da često emitovanje nekog sadržaja povećava nivo interesovanja za konkretan sadržaj.

Interesovanja mladih najviše su usmerena na filmove (43%), kao i u nekim ranijim istraživanjima. Ono što su mladi pisali u upitniku, jeste da im nedostaju novi filmovi, akcije i trileri, što odgovara njihovom uzrastu i snažnoj potrebi za novim doživljajima, pa makar oni bili samo na tv ekranu. Televizija, sudeći po odgovorima sedmaka i šestaka, odgovara njihovim interesovanjima, jer 38% smatra da „ima svega“, tj. zadovoljno je ponuđenim televizijskim programom i na tv-u ne bi ništa menjali. O ovom podatku bi se moglo dosta diskutovati i sprovesti i novo istraživanje, jer da li je baš moguće da se mladi sa svim sadržajima slažu, ili je to samo odsustvo kritičkog mišljenja, pasivizacije, što mnogi smatraju jednom od posledica velikog uticaja mas-medija na mlade.

Možda bi rešenje za ovo bilo uvođenje medijskog obrazovanja u već postojeće predmete, kao što je građansko vaspitanje ili kao samostalni predmet. Bitno je, kako navode neki predstavnici humanističke teorije vaspitanja, oblikovati uslove u kojima pojedinac živi, i prilagoditi se društvenim promenama.⁶

I ovde dolazi do izražaja podatak da učestalost emitovanja jednog sadržaja povećava nivo interesovanja za taj sadržaj, jer 23% odgovara da nedostaje filmova, a film su naveli kao sadržaj

6 Milutinović J., *Ciljevi obrazovanja i učenja u svetlu dominantnih teorija vaspitanja 20. veka*, Novi Sad 2008.

koji najviše vole da gledaju. Na osnovu ovoga se može izvesti sledeći zaključak: što im se više emituje određeni sadržaj, to je potreba za njim još veća. Mladi na taj način postaju konzumenti ovih sadržaja, pa se dobija utisak da se vrte u začaranom krugu.

Samo poznavanjem televizije kao faktora koji utiče na mlade, možemo biti spremni da odgovorimo izazovima koje pred nas stavlja kako tranzicija tako i globalizacija, kao što je mudro reklo jedno dete: „Televizija je vizija koja nema kraja i nikad neće nestati“. Samo uz kritičko promišljanje i kvalitetnije televizijske sadržaje možemo mladima pružiti televiziju, kao izvor znanja i proširivanja vidika, bez straha da će biti izmanipulisani i pasivizirani od strane medija. Samo tako mladi ljudi mogu iskoristiti sve svoje potencijale kako bi postali ono što žele, oslanjajući se na sopstvene vrednosti i upravljajući vlastitim obrazovanjem, što je jedno od osnovnih polazišta humanističke pedagogije. Kako navode humanisti, obrazovanje putem medija, i bilo koje drugo, treba da pomogne pojedincu da bude slobodna ličnost koja će, bez obzira na spoljašnje pritiske, donositi vlastite odluke, birajući sadržaje koji odgovaraju njihovim interesovanjima.⁷ Na svima nama je odgovornost, i samo zajedničkim trudom možemo očekivati pozitivne rezultate, koji će nam biti potrebni u vremenu u kome živimo.

LITERATURA:

Bezdanov G. S. i Radinović K., *Dete sa tri lista: porodica, škola, mediji*, Subotica, Beograd 2000.

Đermanov J., *Vaspitanje interesovanja*, Novi Sad 2005.

Đorđević J., *Mogućnost televizije u vaspitanju i obrazovanju*, Beograd 1975.

Đorđević J. i Đorđević B., *Savremeni problemi društveno-moralnog vaspitanja*, Novi Sad 2007.

Grandić R., *Slobodno vreme*, Novi Sad 2000.

Đurić P., *Novinarska enciklopedija*, Beograd 1997.

Gone Ž., *Obrazovanje i mediji*, Beograd 1998.

Grandić R., *Slobodno vreme*, Novi Sad 2000.

Milutinović J., *Ciljevi obrazovanja i učenja u svetlu dominantnih teorija vaspitanja 20. veka*, Novi Sad 2008.

Pantić D., *Priroda interesovanja*, Beograd 1980.

Plemenčić Đ., *Obrazovna delotvornost televizije*, Zagreb 1982.

7 Ibid.

Vidanović I., *Rečnik socijalnog rada*, Beograd 2006.

Zindović V. G., *Mediji i vaspitanje*, u: *Zbornik instituta pedagoška istraživanja, knj. 32*, Beograd 2000, str.118-131.

<http://www.rod.teliportal.com>

<http://www.mirkomiletic.rs>

http://www.knjizara.com/bib/knj/cliio_pdf/obrazovanje_i_mediji.pdf

Stanislava Marić Jurišin and Bojana Marković

University of Novi Sad, Faculty of Philosophy, Novi Sad

THE INFLUENCE OF TELEVISION ON THE DEVELOPMENT OF INTEREST OF YOUNG PEOPLE

Abstract

We live in a consumer society, which imposes conformism as a necessary and desirable characteristic of personality. Rare are those, both young and elderly, who follow and critically approach things, rather than blindly absorbing them. However, one of the aims of humanistic pedagogy is to develop self-actualizing personalities. It is essential for each person to develop a critical sense of consuming different contents, including the media ones. This paper emphasizes implications that television may have for developing interests of the young. Television is one of the leading factors that influence young people in the broadest sense, including their interests. This was merely an attempt to explain the influence of television on the young, development mechanisms and their periodization, as well as the link between television and interests. Our research confirms that television influences developing interests of young people and that the frequency of broadcasting particular content increases the amount of interest in that content. Furthermore, the young show a great amount of interest in television contents related to entertainment and sport. However, it is denied that interests in particular television contents reflect other interests of the young. Various matters still remain disputable, such as: critical opinion on different contents in the media, quality of television contents, passivity of the young, their interest in participating in entertainment shows, dilemmas on taking part in educational shows and using educational television contents as a motive for studying harder.

Key words: *Television, mass media, television programs, interests, humanist pedagogy*