



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 640
Podgorica, 25.04.2019.godine

INFORMACIJA O TELEVIZIJSKIM PROGRAMSKIM SADRŽAJIMA
NAMIJENJENIM DJECI

Polazne osnove

Televizija kao audiovizuelni medij emituje mnogobrojne i različite sadržaje, kako bi zadovoljila potrebe i ukuse veoma heterogene publike, između ostalih i potrebe i ukuse djece odnosno maloljetnika, kao najmlađih konzumenata televizijskog programa.

Godinama unatrag se govori o uticaju medija, posebno televizije i sadržaja koje ona emituje na razvoj djeteta, te da li programi za djecu doprinose ostvarivanju potreba i prava djece i mladih na informaciju, pismenost, učenje, kulturu, zabavu i opšti razvoj. Najviše pažnje svakako se poklanja i diskutuje o negativnoj strani medija i pretjeranom nasilju kojem su djeca kao gledaoci izložena. Sa druge strane, neophodno je naglasiti i da su mediji nepresušni izvor informacija i da mogu proizvesti pozitivne efekte na razvoj maloljetnika kroz obrazovne, kulturne i druge podsticaje. Ne zaboravljajući pozitivne ali ni negativne aspekte, jasno je da se većina medijskih analitičara slaže da televizija zauzima značajno mjesto u životima djece, te da može proizvesti uticaj na društvenu socijalizaciju i oblikovanje identiteta i djeteta i odraslih osoba.

Zaštita najboljeg interesa djeteta ima prioritet u Konvenciji UN o pravima djeteta. Član 13 Konvencije garantuje pravo djeteta na slobodu izražavanja, koje uključuje slobodu traženja, primanja i širenja informacija i ideja svake vrste, usmeno ili u pisanoj formi, putem štampe ili umjetničkim oblikovanjem ili drugim sredstvom prema izboru djeteta. Evropska medijska regulativa posebnu pažnju poklanja zaštiti djece na različitim područjima, i različitim etičkim parametrima informacionog društva i audiovizuelnih usluga koje pružaju nove informacione i komunikacione tehnologije.

Zakonom o elektronskim medijima je propisano da se mora striktno voditi računa da se programski sadržaji koji nijesu prilagođeni pojedinim uzrastima u okviru skupine maloljetnih lica moraju raspoređivati u vremenske periode (djelove dana) kada postoji najmanja vjerovatnoća da mogu biti dostupni dijelu populacije kojoj nijesu namijenjeni. Takođe, emiteri su dužni da takve sadržaje označavaju određenim zvučnim i vizuelnim oznakama.

Imajući u vidu da u Crnoj Gori danas ima nešto preko 200.000 korisnika kablovske televizije (broj domaćinstava je oko 195.000) te da svega desetak procenata domaćinstava koristi samo besplatnu (free to air) televiziju, posebnu pažnju već duže vremena Agencija za elektronske medije posvećuje činjenici da sadržaj, čak i ozbiljno štetan, može biti zabranjen ili dopušten, zavisno od platforme distribucije: zabranjeno na tradicionalnoj televiziji, dopušteno sa ili bez šifriranja u slučaju usluga na zahtjev i potpuno slobodno vidljiv na internetu.

Rezultati istraživanja „Djeca, roditelji i mediji u Crnoj Gori“¹ su pokazali da opseg aktivnosti Agencije na polju zaštite maloljetnika mora biti značajno širi od monitoringa poštovanja obaveza vezanih za označavanje i raspoređivanje sadržaja. Istraživanje je pokazalo da se na spisku 20 omiljenih TV kanala maloljetnika od 12 do 17 godina nalaze svega dva crnogorska kanala.

¹ <http://www.medijskapismenost.me/>
<https://www.unicef.org/montenegro/izvjestaji/>

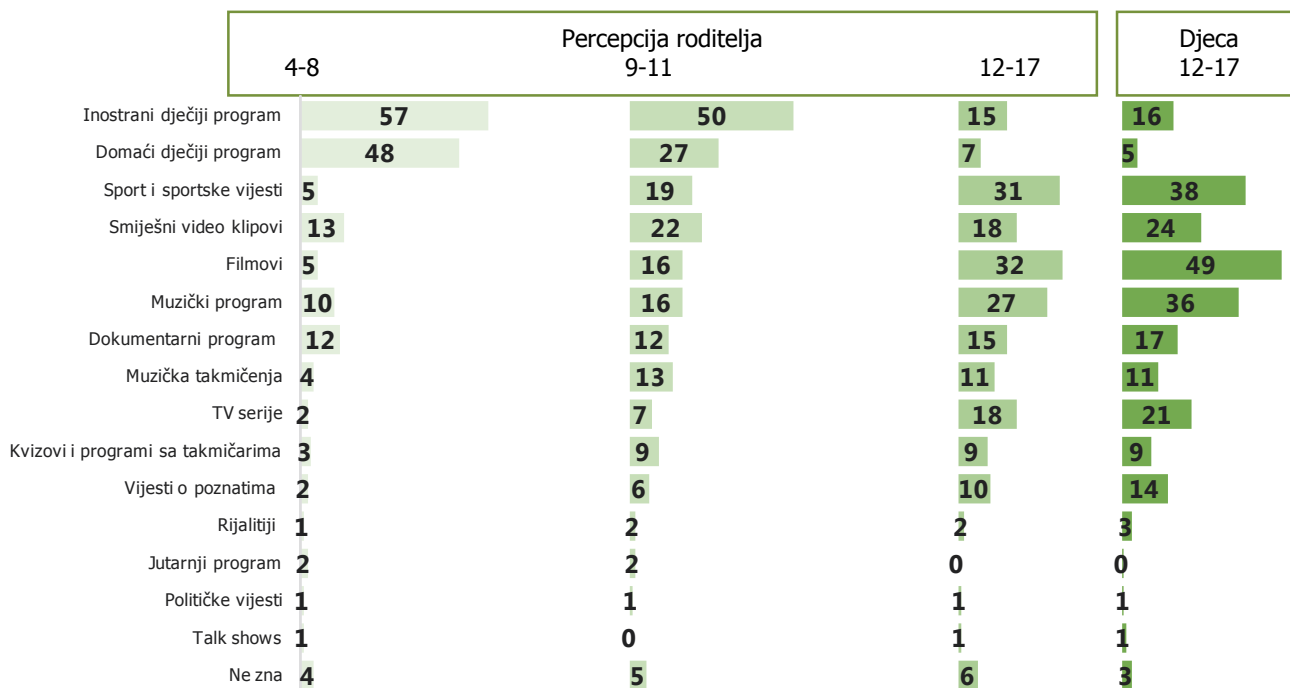
Imajući navedeno u vidu, ova informacija ima za cilj da prikaže dostupne podatke o tome šta maloljetnici u Crnoj Gori gledaju i žele da gledaju na televiziji i, sa druge strane, kakva je ponuda televizijskih sadržaja za djecu na crnogorskim televizijama i inostranim kanalima dostupnim putem platformi za distribuciju televizijskog sadržaja.

Šta maloljetnici gledaju i žele da gledaju?

U okviru kampanje medijske pismenosti „Birajmo šta gledamo“, za potrebe Agencije za elektronske medije i UNICEF-a, agencija „IPSOS“ je napravila istraživanje o korišćenju medija od strane djece i roditelja „Djeca, roditelji i mediji“. Istraživanje je sprovedeno tokom avgusta 2018.g. na nacionalno reprezentativnom uzorku od 1050 roditelja djece uzrasta 4 do 17 godina i 655 djece uzrasta 9–17 godina kroz upitnik koji se popunjavao u domaćinstvima širom Crne Gore.

Prema podacima iz istraživanja, 9 od 10 djece, bez obzira na uzrast, je okruženo svim savremenim komunikacionim i informacionim uređajima uz dominaciju „screen“ uređaja. Dostupnost tehnologija značajno raste s uzrastom djece. Sasvim je jasno da je savremeno društvo postalo nezamislivo bez TV uređaja, pametnih mobilnih telefona, game playere konzola za igrice, računara i tableta koje koristimo za posao, zabavu, edukaciju i druge oblike komunikacije.

Navike djece prilikom konzumiranja televizije se razlikuju u zavisnosti od uzrasta djeteta. Sasvim očekivano, najmlađa djeca (uzrast od 4 do 11 godina) najviše vole da gledaju dječji program. Više od polovine ispitane populacije dječje programe gleda na inostranim dječjim programimima. Taj procenat (57%) je nešto višiji kod mlađe djece. Svega 27% djece uzrasta 9 do 11 godina, a 48% djece uzrasta 4 do 8 godina, gleda domaće dječje programe.

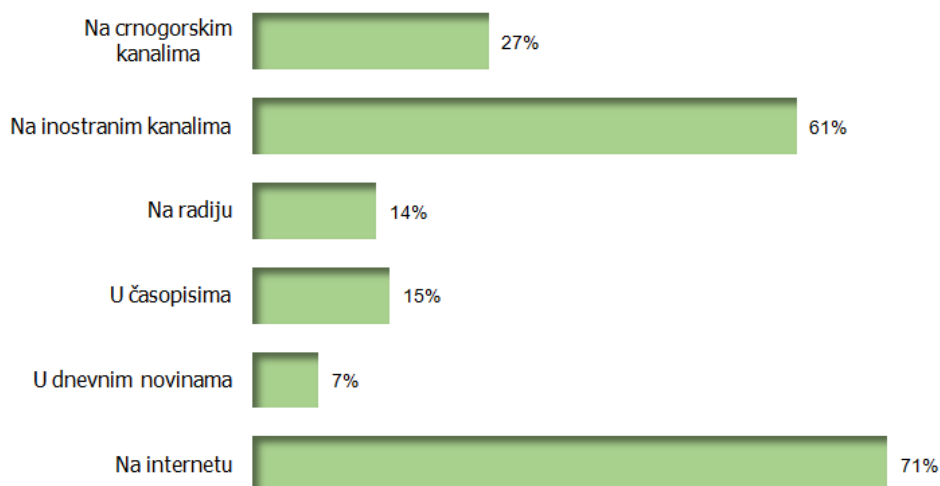


Grafik 1: Omiljeni sadržaji na televiziji (ukupna ciljna populacija, procenti)

Istraživanje ukazuje da sa većim uzrastom djece opada uticaj televizije, a raste uticaj interneta i društvenih mreža.

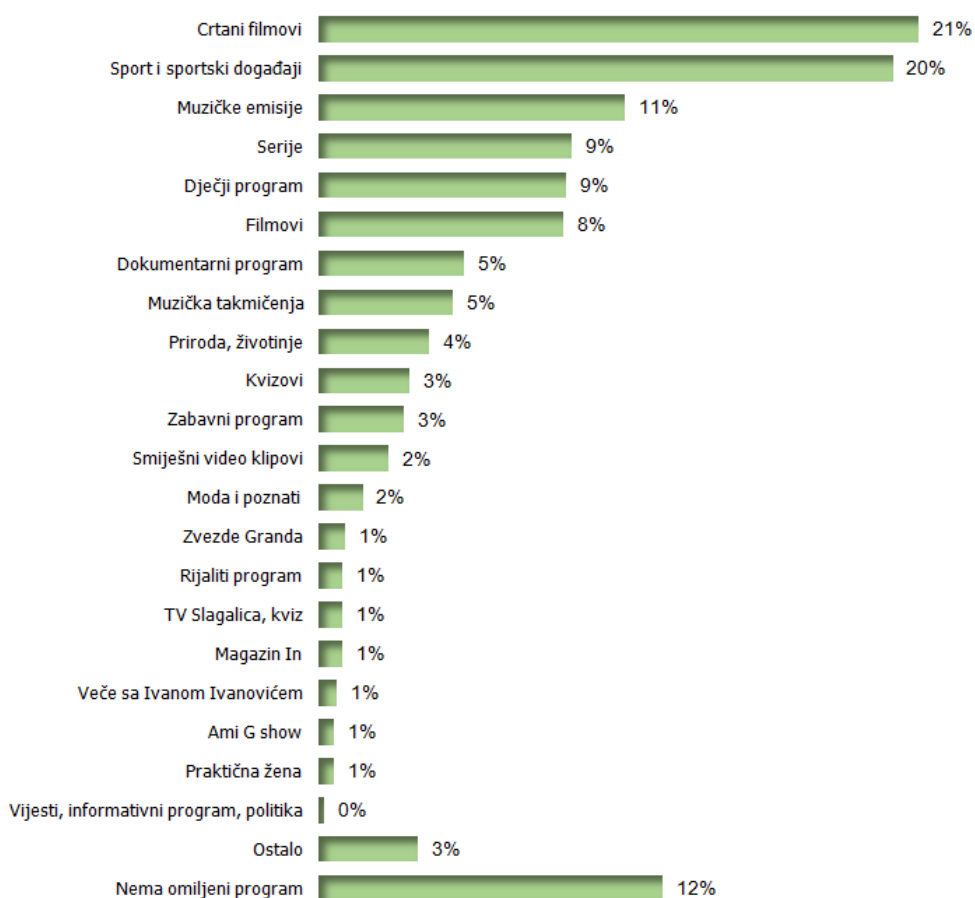
Djeca uzrasta od 12 do 17 godina procjenjuju da medijske sadržaje koji odgovaraju njihovim potrebama, interesovanjima i uzrastu mogu najprije pronaći na internetu, a zatim na inostranim kablovskim TV kanalima.

Percepcija roditelja se uglavnom poklapa sa odgovorima djece ove dobi što ukazuje da roditelji adekvatno prate korišćenje medija i da su svjesni trendova medijske konzumacije njihove djece. Rezultati su pokazali da su roditelji saglasni sa procjenom djece da se kvalitetniji i dječjem uzrastu prilagođeniji sadržaji mogu u većoj mjeri naći najprije na internetu i na inostranim televizijskim kanalima. Ocjena je da su medijske poruke, koje djeca primaju kroz programe, brojne te je čak i za roditelje teško da se snađu u moru informacija koje nam se nude i da je teško uputiti na njihovo analitičko i kritičko vrednovanje.



Grafik 2: Gdje ima dovoljno sadržaja prilagođenih tvom uzrastu? (višestruki odgovori, maloljetnici 12-17 godina)

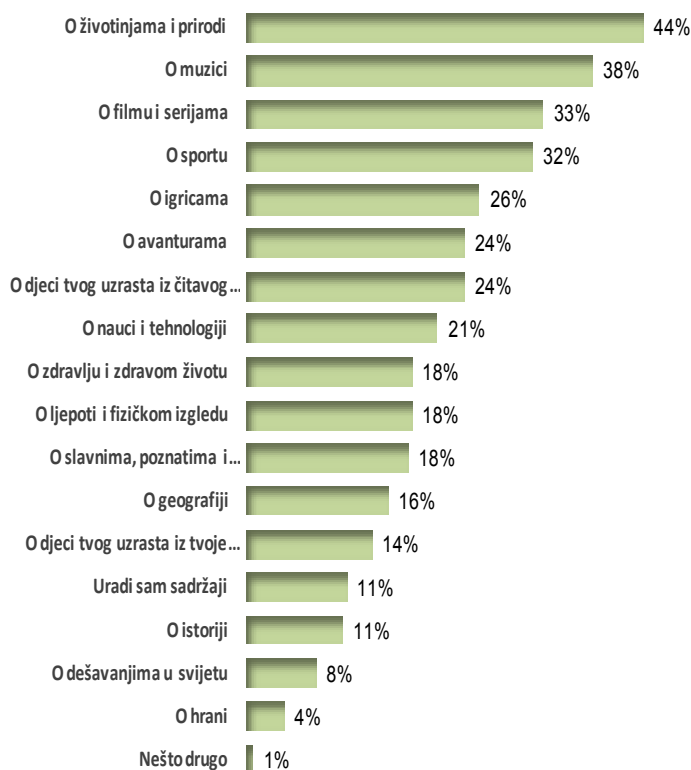
Istraživanje je pokazalo da maloljetnici od televizijskih sadržaja najviše prate crtane filmove, a zatim sport i sportske događaje (prvenstveno na specijalizovanim sportskim kanalima). Muzički sadržaji, serijski i filmski programi se takođe nalaze u vrhu dječjih interesovanja. Programске sadržaje posebno namijenjene djeci prati 9% ukupno ispitane populacije.



Grafik 3: Omiljene emisije koje maloljetnici redovno gledaju na televiziji (višestruki odgovori, ukupna ciljna populacija)

Starija djeca najčešće prate televizijske kanale u kojima dominiraju sportski, zabavni, filmski i programi dokumentarnog tipa. Većinu takvih programa gledaju posredstvom interneta ili na inostranim televizijskim kanalima. Ovi podaci ukazuju na veću sposobnost inostranih medija da odgovore potrebama djece i mladih što domaćoj medijskoj produkciji postavlja nove izazove.

Na pitanje kakvu bi vrstu programa proizvedenu za djecu rado gledali na televiziji, približno polovina ispitanika (44%) je odabrala emisije o životinjama i prirodi. Muzika, filmski sadržaji i sport su takođe u vrhu sadržaja koje bi djeca rado pratila. Najmanje interesovanje je pokazano za „uradi sam“ sadržaje, istoriju, dešavanja u svijetu i emisije o hrani.



Grafik 3: Sadržaji koje bi maloljetnici rado gledali na televiziji (višestruki odgovori, ukupna ciljna populacija)

Istraživanje je pokazalo da je skoro polovina (47%) djece ispitanika spremna da učestvuje u stvaranju dječjeg programa, ukoliko bi mu to bilo ponuđeno. Oko 32% je bilo neodlučno, dok 21% ne bi prihvatilo ponudu da učestvuje u stvaranju dječjeg programa.

Značajan broj djece koja su učestvovala u istraživanju je već imao iskustva sa kreiranjem medijskog sadržaja. Oko 42% ukupno ispitanike populacije je već imalo iskustva sa kreiranjem nekog video medijskog sadržaja. Trećina ispitanika je imala iskustva sa kreiranjem audio sadržaja ili neke vrste pisanog sadržaja (novinski članak ili sl.), četvrtina ispitanika je imala iskustvo sa kreiranjem muzičkih sadržaja.

Zaključno, istraživanje je pokazalo da djeca u Crnoj Gori po pristupu, načinu i vremenu korišćenja, ne zaostaju za vršnjacima iz tehnološki razvijenih zemalja Evrope. Djeca u Crnoj Gori žive okružena modernim informaciono-komunikacionim tehnologijama, koja su im gotovo neograničeno dostupna.

Pružene mogućnosti djeca koriste konzumirajući različite medijske sadržaje prvenstveno kako bi se zabavila i relaksirala, ali i informisala o stvarima koje ih u tom uzrastu zaokupljaju. Imajući u vidu da njihovu usmjerenost ka internetu i online platformama, jasno je i da je povećana izloženost različitim nepodobnim, i za njihov uzrast, neadekvatnim i neprilagođenim sadržajima.

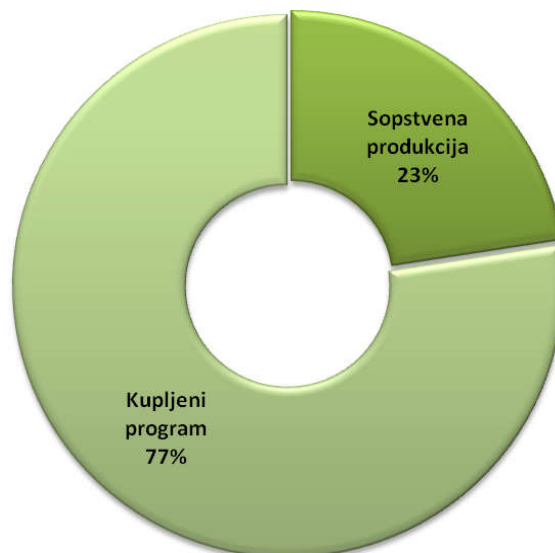
Pristup sadržajima u Crnoj Gori – crnogorske televizije

Tokom jedne sedmice na programu 14 televizijskih emitera u Crnoj Gori u prosjeku se emituje 3,37%² dječjeg programa u odnosu na ukupno emitovani sadržaj.

Veća je zastupljenost kupljenih od sadržaja iz sopstvene produkcije emitera, s tim da je kupljeni program zastupljeniji kod komercijalnih, a sopstvena produkcija kod javnih servisa.

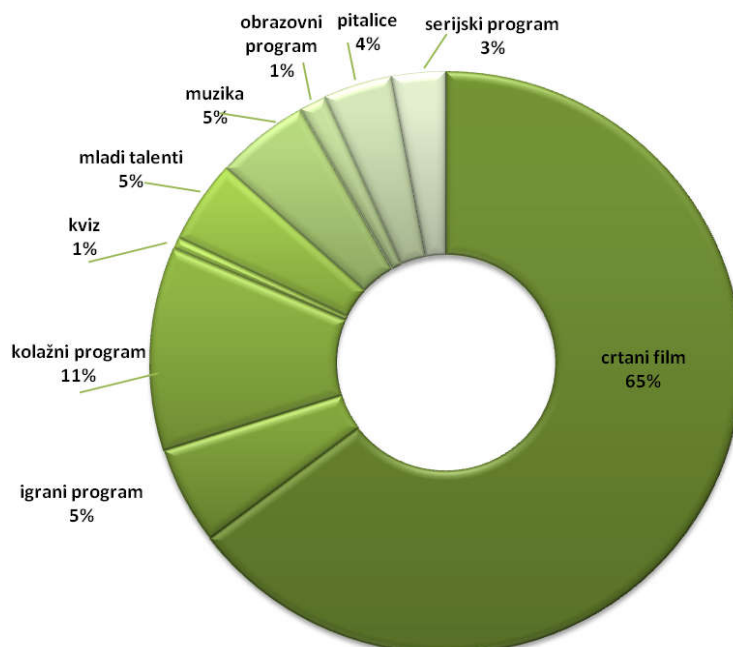


Grafik 4: Učešće sadržaja za djecu (prosjek)



Grafik 5: Sopstvena produkcija VS kupljeni program (prosjek)

Od ukupno emitovanog programa za djecu najveći procenat, 65%, čine crtani filmovi. Učešće veće od 10% bilježi još jedino kategorija „kolažnih programa“ koja obuhvata emisije koje obrađuju više oblasti interesantnih najmlađoj populaciji. U ovim sadržajima djeca su često u ulozi prezentera, „novinara“ koji pripremaju priloge u vezi sa naukom, sportom, plesom, modom ili muzikom.

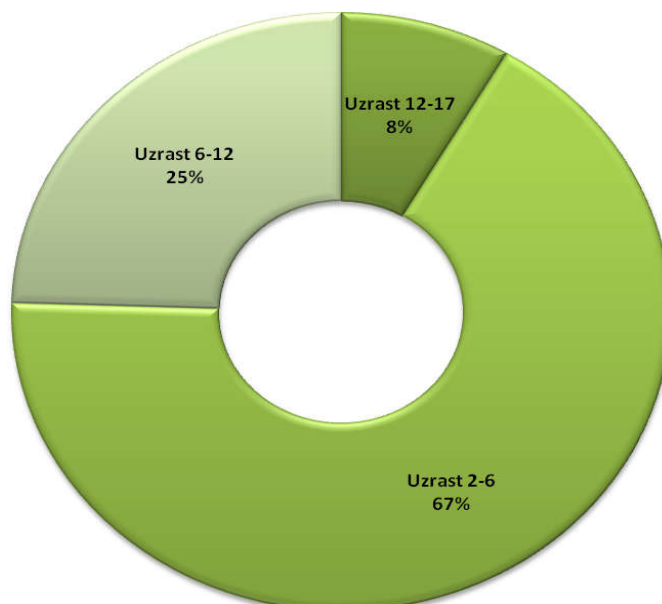


Grafik 5: Struktura emitovanog sadržaja namijenjenog djeci

² Podaci za period novembar 2018. – mart 2019. godine

Sadržaji namijenjeni djeci se uglavnom emituju u vikend blokovima od po nekoliko sati. Veoma je ograničen broj sadržaja za djecu koji se emituje tokom radne sedmice i svodi se na emitovanje u okviru kolažnih sadržaja kao što su crtani filmovi ili „pitalice“ (sadržaj u kojem djeca predškolskog uzrasta objašnjavaju značenje zadatih pojmova). Emisije dominantno obrazovnog sadržaja čine svega 1% ukupno emitovanog sadržaja za djecu. Takođe, kao određeni nedostatak emitovanog sadržaja za djecu mogao bi se prepoznati nedostatak novih sadržaja i značajna količina programa koji se reprizira.

Najveći broj emisija sa učešćem djece i nešto raznovrsniji sadržaj se nudi u programima javnih emitera. Od tri komercijalna emitera sa nacionalnim pokrivanjem, jedan nema sadržaje namijenjene djeci, a jedan ima svega jedan sadržaj za djecu. Raznovrsnost programa je ograničena, kako po sadržaju tako i po prilagođenosti različitim uzrastima.



Grafik 6: Struktura emitovanog sadržaja namijenjenog djeci po uzrastu

Najveći broj emisija za djecu prilagođen je uzrastu od 2 do 6 godina, 67% ukupno emitovanog sadržaja. Približno 25% sadržaja je prilagođeno uzrastu od 6 do 12 godina, dok je najmanje sadržaja koji bi mogli biti namijenjeni maloljetnicima uzrasta od 12 do 17 godina (oko 8%).

Većina emitovanog dečijeg programa nema interaktivni karakter, ograničeno podstiče razmišljanje ili učestvovanje gledaoca u temi. Kvizovi sa učešćem djece čine svega 1% od ukupno emitovanog sadržaja za djecu. Prezenteri, voditelji sadržaja se rijetko obraćaju djeci pred ekranom i rijetko pitanjima koja se mogu postaviti pozivaju djecu na neku vrstu reakcije na emitovani sadržaj. Pored linearnog karaktera emitovanja, nedostatak interaktivnosti i komunikacije TV sadržaja sa djecom, te produkcijska „zastarjelost“ sadržaja, koji se takmiče sa sadržajima na specijalizovanim dječjim kanalima koji su bogati grafikom i audiovizuelnim efektima, može biti jedan od razloga što sadržaji na domaćim televizijskim kanalima gube na značaju kod najmlađe publike.

Posebno zabrinjavajući je nedostatak inkluzivnosti TV sadržaja namijenjenog djeci. Učešće djece sa smetnjama u razvoju i invaliditetom u programu pogodnom za najmlađe ne postoji. Djeca iz marginalizovanih grupa nijesu vidljiva u dječjem programu. U kolažnim programima koji podrazumijevaju učešće djece u programu ne prikazuju se djeca sa smetnjama u razvoju i invaliditetom, djeca koja pripadaju različitim etničkim i nacionalnim manjinama, djeca iz socijalno ugroženih porodica, djeca sa sela. Ova slika se značajno razlikuje od napora da se širem dječjem okruženju, u školi i drugim obrazovnim institucijama, radi na stvaranju inkluzivnog okruženja u kojem pripadnici socijalno marginalizovanih grupa ne bi bili diskriminisani.

Zaključno, unaprjeđenje programa za djecu koji se emituje na programu crnogorskih televizija bi pored značajno veće količine programa morao biti savremeniji, interaktivniji, participativniji i inkluzivniji, sa što većim učešćem sopstvene produkcije koja bi podržala autohtone kulturne vrijednosti i proizvodnju sadržaja koji bi odražavao društveni kontekst u kojem rastu djeca u Crnoj Gori.

Pristup sadržajima u Crnoj Gori – inostrane televizije

Tokom poslednjih godina značajno je promijenjeno okruženje u kojem posluju evropski televizijski emiteri. Nastale promjene su značajno uticale i na proizvodnju i ponudu televizijskih sadržaja namijenjenih djeci. Prema istraživanjima Evropske audiovizuelne opservatorije³ (EAO), tradicionalna praksa u kojoj je dječji televizijski program u okviru namjenskih blokova, prvenstveno bio dio ponude televizijskih emitera opšte programske strukture, je promijenjena i pokazuje da su sve značajniji učesnici na televizijskom tržištu specijalizovani dječji kanali. Navedene tendencije pokazuju da se povećao broj paketa sa digitalnim televizijskim kanalima posvećenim djeci.

Istraživanja Evropske audiovizuelne opservatorije ističu da zbog navedenih kretanja proizvodnja izvornog evropskog sadržaja može biti pogođena, imajući u vidu da je značajan broj specijalizovanih dječjih kanala američkog porijekla, kako zbog finansijskih ograničenja evropskih produkcija tako i zbog manjeg tržišnog rizika povezanog sa emitovanjem uspješnih poznatih produkcija koje su već testirane na drugim tržištima.

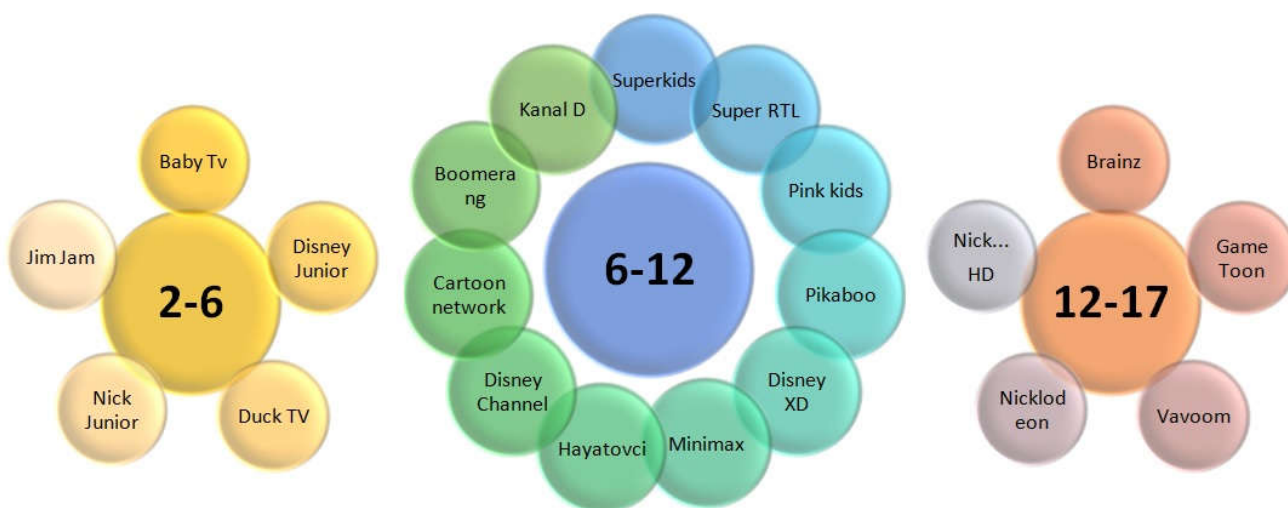
Na crnogorskom tržištu distribucije inostranih televizijskih kanala u ponudi distributera se u svakom trenutku nalazi od 20 do 25 specijalizovanih kanala namijenjenih djeci (23 u trenutku objavljivanja ove informacije).

U ponudi jednog distributera u prosjeku se nalazi 11 specijalizovanih kanala namijenjenih djeci, od čega je prosječno 7 kanala u osnovnim paketima (oko 60%).

Distribuirani inostrani kanali u većini predstavljaju programe sa animiranim sadržajima (crtani filmovi) ili serijskim programom sa tematikom namijenjenom maloljetnicima.

Iako nesumnjivo postoje sadržaji koji imaju edukativne komponente (npr. sadržaji namijenjeni učenju jezika), kao najzastupljenije teme u dječjim programima nalaze se magija, transformacija, zatim nasilje i borba protiv zla, dok je značajno manje učešće programa koji se bave pitanjima od značaja za širi kontekst odrastanja djeteta. Većina distribuiranih programa je sinhronizovana na hrvatski ili srpski jezik. Navedeno utiče na razumljivost sadržaja, kao i nedovoljan podsticaj i promociju razvoju lokalnih kulturnih i jezičkih vrijednosti i identiteta.

Ograničenost raznovrsnosti programa sa aspekta prilagođenosti različitim uzrastima koja se bilježi u programu crnogorskih televizija, prisutna je i kod ponude distribuiranih specijalizovanih kanala. Najveći je broj kanala koji su po svom sadržaju namijenjeni maloljetnicima od 6 do 12 godina. Značajno je manje sadržaja koji su namijenjeni najmlađoj publici (uzrast od 2 do 6 godina), ali i onih koji su namijenjeni grupi starijih maloljetnika (12 do 17 godina).



Grafik 6: Struktura distribuiranih kanala namijenjenih djeci po uzrastu⁴

³ „Media Ownership: Children's TV Channels in Europe – Who are the key players?“ <http://www.obs.coe.int/>

⁴ Dobna orijentacija je izvedena na osnovu podataka iz publikacije „Media Ownership: Childrens TV Channels in Europe – Who are the key players?“ ili na osnovu podataka o programskoj orijentaciji kanala

Ocjene i zaključci

1. Sadržaji namijenjeni djeci u programu crnogorskih televizijskih emitera, kako po svojoj količini tako i po svojoj raznovrsnosti, ne mogu zadovoljiti narastajuće potrebe najmlađe populacije koja se, usled nedostatka sadržaja, okreće inostranim televizijskim kanalima i online sadržajima.

2. Razlozi za usmjerenost djece ka internetu i televizijskim kanalima koji se distribuiraju putem kabela i drugih platformi za distribuciju sadržaja, mogu se tražiti i u promijenjenim navikama savremenih gledalaca i činjenici da linearni sadržaji vremenom gube na značaju kod određenih kategorija programa. Linearni karakter televizijskog emitovanja nije uvijek usklađen sa dnevnim ritmom obaveza i slobodnog vremena kod djeteta, i kao takav konkuriše sa obiljem sadržaja u svakom trenutku dostupnih djeci online ili putem različitih platformi za distribuciju.

3. Unaprjeđenje programa za djecu koji se emituje na programu crnogorskih televizija bi moralo ići u pravcu proizvodnje savremenijeg, interaktivnijeg i participativnijeg sadržaja. Proizvodnja ovakvog sadržaja bi morala biti podržana sredstvima iz raspoloživih fondova za podršku medijima.

4. Nedostatak lokalne produkcije koja bi podržala lokalne kulturne i druge vrijednosti ima za posljedicu da djeca dominantno prate i medijske poruke primaju iz sadržaja koji ne odražavaju društveni kontekst u kojem rastu djeca u Crnoj Gori.

5. Posebna pažnja bi se morala posvetiti podizanju svijesti i odgovornosti emitera za proizvodnju inkluzivnijeg sadržaja za djecu koji bi doprinio stvaranju tolerantnog okruženja u kojem pripadnici socijalno marginalizovanih grupa ne bi bili diskriminirani.

6. Sadržaji namijenjeni zabavi su dominantna ponuda kako crnogorskih televizijskih emitera, tako i specijalizovanih dječjih kanala dostupnih putem različitih platformi za distribuciju. Djeca prepoznaju nedostatak obrazovnih sadržaja (prvo mjesto na listi sadržaja koje bi rado gledali na televiziji zauzimaju emisije o prirodi i životinjama).

7. Ograničenost raznovrsnosti programa sa aspekta prilagođenosti različitim uzrastima koja se bilježi kako u programu crnogorskih televizija, tako i u ponudi distribuiranih specijalizovanih kanala, ima za rezultat da maloljetnici uzrasta 12 do 17 godina sadržaje, za koje su zainteresovani (sport, muzika, filmski i serijski program), traže na specijalizovanim televizijskim kanalima namijenjenim odraslima.

8. Imajući u vidu povećanu izloženost djece različitim nepodobnim, i za njihov uzrast, neadekvatnim i neprilagođenim sadržajima, neophodne su aktivnosti na unaprjeđenju analitičkog i kritičkog vrednovanja sadržaja.



Sektor za monitoring

Sunčica Bakić, pomoćnik direktora