

Branislava POPOVIĆ ĆITIC¹
Univerzitet u Beogradu
Fakultet za specijalnu edukaciju i rehabilitaciju

POZITIVNI UTICAJI TELEVIZIJSKIH SADRŽAJA NA EMOCIONALNO I SOCIJALNO PONAŠANJE DECE²

U oblasti teorijske i istraživačke analize uticaja televizijskih sadržaja na razvoj dece i omladine evidentna je, decenijama unazad, dominacija studija koje za predmet interesovanja imaju različite aspekte negativnih efekata televizije, dok je razmatranje pozitivnih uticaja uglavnom bilo izvan sistematskog interesovanja naučnika i istraživača. Iako je generalni nalaz da gledanje prosocijalnih televizijskih sadržaja može rezultirati pozitivnim promenama u socijalnom i emocionalnom ponašanju mladih osoba, istraživačke studije posvećene pozitivnim efektima televizijskih sadržaja na emocionalno i socijalno ponašanje dece su malobrojne i u nedovoljnoj meri sagledavaju karakter i prirodu uticaja televizije na razvoj emocija i prosocijalnog ponašanja u periodu detinjstva. Na osnovu kritičkog pregleda nalaza jednog broja inostranih empirijskih studija, u radu su sumirane istraživačke potvrde o pozitivnim efektima televizijskih sadržaja na empatiju, altruizam, učenje emocija, socijalnu interakciju i prihvatanje različitosti, uz izvođenje zaključaka o potencijalnim medijatornim faktorima koji mogu biti u interakciji sa uticajima televizijskih prikaza.

Ključne reči: mediji, televizija, emocionalno ponašanje, socijalno ponašanje, deca

1 E-mail: popovb@eunet.rs

2 Članak predstavlja rezultat rada na projektu *Unapređivanje kvaliteta i dostupnosti obrazovanja u procesima modernizacije Srbije* (broj 47008) koji finansira Ministarstvo prosvete i nauke Republike Srbije (2011-2014).

UVOD

Pitanje potencijalnih uticaja televizijskih sadržaja na socijalno i emocionalno ponašanje u detinjstvu i adolescenciji je decenijama predmet interesovanja naučne javnosti. Obimna, intenzivna i metodološki raznovrsna istraživačka praksa, o kojoj jasno svedoči više od dve hiljade realizovanih empirijskih studija različitog istraživačkog dizajna, prevashodno je usmeravana na izučavanje različitih aspekata negativnih efekata televizije (više: Popović-Čitić, Đurić, 2009), dok je razmatranje pozitivnih uticaja televizijskih sadržaja uglavnom ostajalo izvan sistematskog interesovanja naučnika i istraživača.

Iako se prve studije o pozitivnim efektima televizije javljaju relativno rano, početkom sedamdesetih godina prošlog veka, istraživački interes za izučavanje prosocijalnih uticaja izloženosti dece medijima kontinuirano je opadao tokom osamdesetih godina i na niskom nivou se zadržao do današnjih dana (Wimmer & Dominick, 2010). Otuda je u ovoj istraživačkoj oblasti, naročito kada je u pitanju poslednja decenija, realizovan veoma mali broj empirijskih studija koje se bave ispitivanjem pozitivnih uticaja televizijskih sadržaja (Gauntlett, 2005). Pri tome, većina studija o pozitivnim efektima televizije zasnovana je na transverzalnom i eksperimentalnom istraživačkom dizajnu, dok su longitudinalne studije koje procenjuju dugoročni uticaj gledanja prosocijalnih televizijskih sadržaja veoma retke.

Za potrebe izvođenja zaključaka o mogućim pozitivnim uticajima televizije sproveden je sistematičan pregled niza rezultata inostranih istraživačkih studija koje su se bavile ispitivanjem efekata televizijskih sadržaja na emocionalno i socijalno ponašanje dece. U domenu emocionalnog ponašanja sagledan je uticaj televizijskih programa na učenje emocija i razvoj empatije, dok su u pogledu socijalnog ponašanja analizirani empirijski nalazi o uticaju televizijskih sadržaja na razvijanje altruizma, unapređivanje kvaliteta socijalnih interakcija i kreiranje stavova usmerenih na prihvatanje različitosti. U tekstu koji sledi sumirani su istraživački rezultati o pozitivnim efektima televizije na emocionalno i socijalno ponašanje dece i izvedeni zaključci o uticajima drugih varijabli za koje je ustanovljeno da posreduju ili modifikuju televizijske uticaje.

Učenje emocija

Učenje emocija, kao osnovni proces u izgradnji emocionalne kompetencije, odnosno sposobnosti prepoznavanja, interpretacije i konstruktivnog odgovora na sopstvene i emocije drugih osoba (Saarni, 1999), može se odvijati pod uticajem televizijskih sadržaja (Dorr, 1982). Istraživanja ukazuju da su deca već na uzrastu od tri do pet godina sposobna da identifikuju i razlikuju bazične emocije doživljene od strane televizijskih likova, kao što su sreća, tuga i strah (Wilson & Cantor, 1985), posebno ukoliko sadržaj programa opažaju kao realističan (Huston et al., 1995). Na ovom uzrastu deca pokazuju tendenciju da interpretiraju ili zapamte emocionalne reakcije televizijskih likova, ali su uspešnija u prepoznavanju emocija koje ispoljavaju ljudski nego animirani ili lutkarski likovi, pri čemu se u reprodukciji sadržaja televizijskog programa ne fokusiraju neminovno na emocije likova (Hayes & Casey, 1992). Vremenom, kako dostižu uzrast od osam godina, deca, posebno devojčice, u prepričavanju televizijske priče pominju emocionalna stanja likova (Huston et al., 1995) i počinju da razumeju mnogo kompleksnije emocije televizijskih likova, kao što su ljubomora ili zavist (Knowles & Nixon, 1990). Ipak, iako se može pretpostaviti da televizija utiče na emocionalno ponašanje dece, budući da prezentuje širok opseg emocija i emocionalnih situacija, uključujući i one koje deca možda ne mogu iskusiti u realnom životu, iznenađujuće je malo istraživanja o tome da li prikazi emocija u medijima mogu učiti decu emocijama.

Jedna rana studija upućuje da redovno gledanje emisije „Ulica Sezam“³, pored učenja intelektualnih veština, pomaže deci, uzrasta od tri do pet godina, da nauče da prepoznaju emocije i emocionalne situacije, nezavisno od toga što su u emisijama u većem obimu prezentovani tradicionalni školski sadržaji nego emocije (Bogatz & Ball, 1971). Poslednjih godina, u programske ciljeve ove emisije uključeni su sadržaji vezani za emocije i suočavanje sa emocijama (na primer, strah od uragana, ljubomora zbog rođenja brata ili sestre, neizvesnost nakon

3 „Ulica Sezam“ (engl. Sesame Street) je veoma popularna dečja emisija obrazovnog tipa, koja je prvi put prikazana decembra 1967. godine u Americi i do danas je emitovano preko 4000 epizoda. Prikazivana je u više od 140 zemalja širom sveta, a tokom 70-ih i 80-ih godina prošlog veka i na prostorima bivše Jugoslavije. Polučasovne epizode su sastavljene od šest do deset manjih, često tematski nepovezanih pojedinačnih segmenata, koji se prikazuju kroz skečeve, poučne lutkarske dijaloge, crtane filmove, dečje pesme i kratke filmove.

terorističkih napada), ali ispitivanja dugoročnih uticaja ovih sadržaja na emocionalno ponašanje dece mlađeg uzrasta nisu vršena.

I novija istraživanja potvrđuju mogućnost učenja emocija kroz gledanje televizijskih sadržaja, ali samo kada su u pitanju starija deca. Serijom studija kojima je ispitivan veći broj prosocijalnih edukativnih programa za decu, utvrđeno je da, na uzrastu od sedam do 12 godina, deca mogu da zapamte i jasno izraze pouke televizijskih emisija (Calvert & Kotler, 2003). Uzorci dece, regrutovani iz škola širom Amerike, pozvani su da tokom devet meseci posete posebno dizajniranu internet stranicu i izveste o onome što su naučili iz određenih televizijskih programa koje su u skorašnje vreme gledali. Rezultati samoizveštavanja pokazali su da edukativno-informativni programi više uče decu o emocijama (prevazilaženje straha i prepoznavanje različitih emocija) i interpersonalnim veštinama (poštovanje, deljenje i odanost), nego o nauci, istoriji ili kulturi. Drugim rečima, zabeleženo je da gledanjem edukativnih programa deca pamte više socio-emocionalnih ili prosocijalnih pouka, nego onih koje su informativne ili kognitivne prirode. Budući da istraživači nisu odvojeno posmatrali emocionalne i socijalne pouke, teško je zaključiti koje od njih su više zastupljene u edukativno-informativnim programima, a time i u sećanjima dece. Takođe, ovom studijom nije procenjivano da li učenje perzistira tokom vremena i što je još važnije, da li se opažene pouke na neki način prenose u realan život.

Jedan deo eksperimentalnih dokaza, izvedenih iz istraživanja koje je obuhvatalo slučajno odabranu kontrolnu grupu, pokazuje da deca mogu u realni život preneti emocionalne pouke koje su naučila putem televizije (Weiss & Wilson, 1998). Na uzorku od 148 učenika osnovnih škola, uzrasta od šest do 11 godina, iz dve uzrasne grupe (od predškolske grupe do drugog razreda i od trećeg do petog razreda), procenjivani su dečji kognitivni i emocionalni odgovori na negativne emocije prikazane u dve eksperimentalne verzije situacione komedije „Puna kuća“⁴. Centralnu radnju prikazanih epizoda karakterisale su jedna od dve negativne emocije, i to: strah deteta od zemljotresa i bes deteta zbog pada pri učenju vožnje bicikla. Kontrolna grupa dece je gledala samo centralnu radnju, dok je eksperimentalna grupa gledala verziju u kojoj je glavna radnja bila praćena smešnim sporednim sce-

⁴ „Puna kuća“ (engl. *Full House*) je američka televizijska serija, formata porodične situacione komedije, čija radnja prati život samohranog oca koji odgaja tri ćerke. U Americi je emitovana u osam sezona, počev od 1987. godine.

nama. Rezultati su pokazali da je prisustvo smešnih sporednih radnji uticalo na sposobnost mlađe dece da razumeju emocionalni događaj glavne radnje, ali ne i na sposobnost starije dece, što je konzistentno sa istraživačkim nalazima o postojanju razvojnih razlika u sposobnosti dece da izvedu zaključak o scenama koje nisu vremenski povezane (List et al., 1983). Nezavisno od uzrasta, zabeleženo je da deca koja gledaju smešne sporedne radnje teže da minimiziraju ozbiljnost negativnih emocija, iz čega se može zaključiti da humor u situacionim komedijama umanjuje dečju sposobnost da uče o negativnim emocijama iz takvog sadržaja. Takođe, humorističke sporedne radnje utiču na dečje percepcije emocija u stvarnom životu. Deca koja su posmatrala epizodu o zemljotresu sa smešnim sporednim scenama ocenjivali su zemljotres u stvarnom životu kao manje ozbiljan i težak događaj nego deca koja su gledala epizodu bez sporednih radnji, pri čemu je ovaj obrazac bio naročito izražen kod dece koja su sadržaj epizode opažala kao izrazito realističan.

Sumarno posmatrano, empirijski nalazi svedoče da televizijski sadržaji mogu učiti decu emocijama i uticati na njihovo emocionalno ponašanje. Rane studije pokazuju da redovno gledanje „Ulice Sezam“ može pomoći deci predškolskog uzrasta da razviju potpunije razumevanje emocija i uzroka emocija, dok novija istraživanja ukazuju da deca osnovnoškolskog uzrasta mogu učiti socijalno-emocionalne poruke sa televizije. Izvesni eksperimentalni dokazi ukazuju da deca mogu preneti ono što su naučila iz emocionalnih portreta sa televizije na svoja uverenja o emocionalnom događaju u realnom životu, pri čemu je ovaj tip učenja izraženiji među onom decom koja televizijske sadržaje opažaju kao realistične prikaze života. Osim toga, veoma je bitan sadržaj programa, budući da i jednostavno ubacivanje smešnih sporednih scena može da izmeni dečju percepciju negativnih emocionalnih događaja u programu i dovede do minimiziranja shvatanja ozbiljnosti sličnih događaja u realnom životu. Konačno, nijedno istraživanje do sada nije ispitivalo dugoročne posledice učestale izloženosti elektronskim medijima na emocionalno ponašanje. Može se pretpostaviti da deca koja često gledaju situacione komedije razvijaju iskrivljenu percepciju emocionalnih problema kao trivijalnih i lako rešivih, dok, sa druge strane, redovni gledaoci edukativno-informativnih programa mogu naučiti mnogo više o kompleksnosti različitih

tipova emocionalnih iskustava, budući da ovi prikazi nisu rutinski prekriveni humorom. Za izvođenje zaključaka ove prirode neophodne su longitudinalne studije koje bi pratile isti uzorak ispitanika tokom dužeg vremenskog perioda.

Empatija

Empatija, kao proces neposrednog uživanja u emocionalna stanja, mišljenje i ponašanje drugih ljudi, uobičajeno se tumači kao razvojem stečena veština koja zavisi od sposobnosti deteta da prepozna emocije koje oseća druga osoba i zamisli sebe na mestu te osobe (Saarni et al., 2006). Rudimenti empatije javljaju se već u periodu odojčeta i manifestuju plačem beba kao odgovorom na plač drugih beba ili snimak sopstvenog plača (Martin & Clark, 1982). Međutim, ova emocionalna „zaraza“ nije isto što i empatija, iako može biti njen razvojni prethodnik. Verbalna i facijalna ekspresija brige i interesovanja za druge osobe javlja se oko treće godine života, ali tek sa razvojem kognitivne empatije, na uzrastu između četvrte i pete godine, deca su u stanju da prepoznaju i razumeju emocije drugih, te da ih jasno razgraniče od sopstvenih, da bi do uzrasta od šest i sedam godina postepeno razvijala emocionalnu empatiju kao saosećanje i uživanje sa emocionalnim stanjima druge osobe (McDonald & Messinger, 2011). Budući da je emocionalna empatija najznačajnija komponenta emocionalne inteligencije i temelj moralnog razvoja (Hoffman, 2000), može se reći da je učenje da se oseti empatija ili podele emocije sa drugima deo onoga što decu čini uspešnim socijalnim agentima. U vezi sa tim, istraživanja upućuju da su deca koja imaju empatiju senzitivnija prema drugima i da češće učestvuju u socijalno poželjnim ponašanjima na nivou grupe (Findlay et al., 2006).

Iako je jasno da deca učestvuju u iskustvima medijskih likova, samo je nekoliko istraživača proučavalo fenomen emocionalnog odgovora dece na televizijske sadržaje. U jednoj ranoj studiji utvrđeno je da deca mogu da prepoznaju osećanja medijskih likova, ali da se mogućnost empatije sa ispoljenim emocijama razlikuje kod mlađe i starije dece, što direktno potvrđuje stav da je empatija veština koja se razvija (Wilson & Cantor, 1985). U ovoj eksperimentalnoj studiji, deca iz dve uzrasne grupe (od tri do pet i od devet do 11 godina) gledala su filmski snimak u kojem je, u jednoj verziji, direktno prikazan zastrašujući

stimulus, a u drugoj, strah glavnog lika kao odgovor na zastrašujući stimulus koji nije direktno prikazan. Rezultati su pokazali da su mlađa deca bila manje psihološki pobuđena i manje uplašena zbog straha ispoljenog od strane filmskog lika nego samim stimulusom koji je direktno provocirao strah. Starija deca su, pak, emocionalno odgovorila na obe verzije filma. Autorke su zaključile da mlađoj deci nije nedostajala empatija zbog toga što nisu uspela da prepoznaju prirodu emocija, naprotiv; ogromna većina je prepoznala strah filmskog lika, ali su se manje nego starija deca angažovala u preuzimanju uloge, veštini koja se, kako je nekim studijama ustanovljeno, pojavljuje oko osme godine i koja se povećava tokom osnovnoškolskog uzrasta (Kurdek, 1977).

Pored razvojnog nivoa, na razvoj empatije utiču i neki drugi faktori. Na primer, u eksperimentalnoj studiji u kojoj su deca uzrasta od šest i sedam godina saopštavala svoja osećanja nakon posmatranja nekoliko priča u slikama koje su oslikavale dečake ili devojčice u različitim afektivnim stanjima, utvrđeno je da je veća verovatnoća da deca razmenjuju emocije sa likovima istog nego suprotnog pola (Feshbach & Roe, 1968). Takođe, studija u kojoj je ispitivan emocionalni i kognitivni odgovor dece uzrasta od osam i devet godina na televizijske programe čiji su sadržaji na faktički ili fikcioni način prezentovali porodične konflikte, utvrđeno je da nivo u kojem deca opažaju sadržaj realističnim stoji u pozitivnoj korelaciji sa saopštavanjem emocija sličnih onima koje ispoljavaju televizijski likovi, odnosno da je verovatnoća da deca iskuse empatiju veća ukoliko medijski sadržaj doživljavaju kao realno moguć (Huston et al., 1995).

Generalno posmatrano, rezultati nekoliko eksperimentalnih studija pokazuju da deca učestvuju u emocionalnoj razmeni sa medijskim likovima koji im se dopadaju. Budući da empatija zahteva sposobnost prepoznavanja emocija drugih i zauzimanje njihove uloge, veća je verovatnoća da starija deca razmenjuju emocionalna iskustva sa televizijskim likovima nego što to čine deca mlađeg uzrasta. Međutim, bitan je i sam sadržaj. Deca će pre razmeniti emocije i iskusiti empatiju sa likovima koje opažaju realističnim i sličnim njima samima, po svoj prilici zbog toga što im je lakše da preuzmu uloge takvih likova. Prema tome, filmovi i televizijski programi koji prikazuju mlađe likove u emocionalnim situacijama koje su poznate i deluju autentično mogu proizvesti snažniju empatiju kod dece. Naravno, treba imati u vidu da

su sva ova saznanja izvedena iz kratkoročnih studija. Ni u jednoj longitudinalnoj studiji izloženosti dece medijima nisu sagledavani efekti na empatiju, ali jedna skorašnja anketa medijskih navika tokom života odraslih osoba može biti značajna za razumevanje ovog odnosa. U ovoj studiji, odrasle osobe, uzrasta od 17 do 57 godina, su se izjašnjavale o sopstvenoj izloženosti različitim tipovima izmišljenih (romantika, tri-ler, naučna fantastika, fantazija) i realnih (nauka, politički komentari, biznis, filozofija, psihologija, samopomoć) sadržaja štampanih medija, uz dodatno popunjavanje upitnika kojim su merene socijalne veštine i različiti aspekti empatije, uključujući uvažavanje perspektive druge osobe (Mar et al., 2006). Istraživači su otkrili da, čak i uz kontrolu godina starosti, koeficijenta inteligencije i nivoa verbalne sposobnosti ispitanika, osobe koje su bile više izložene narativnoj fikciji pokazuju više empatije i viši stepen opštih socijalnih sposobnosti nego osobe koje su prevashodno čitale realne sadržaje štampanih medija. Svaka-ko, da bi se utvrdilo da li empatične osobe traže više fikcije ili fiktione priče pomažu učenju empatije, neophodno bi bilo longitudinalno prati-ti medijske navike dece tokom dužeg vremena.

Altruizam

Altruizam, kao dobrovoljni i intencionalni čin pomaganja ili delje-nja koji ima pozitivne posledice za druge osobe i prevazilazi jednostavnu socijabilnost ili obaveze koje proizlaze iz društvene uloge (Smith et al., 2006), smatra se izrazitim primerom prosocijalnog ponašanja. Može se reći da altruizam, nasuprot egoizmu, izražava istinski nesebičnu brigu za dobrobit drugih, odnosno životni stav koji uključuje naklonost, lju-bav prema drugome i spremnost da mu se pomogne, po cenu lične štete i žrtve, bez ikakve naknade ili spoljašnje nagrade (Vidanović, 2006).

U ranim studijama u kojima je ispitivan uticaj televizijskih sadržaja na altruistično ponašanje dece najčešće je primenjivana procedura u kojoj se deci najpre prikazivao televizijski klip u kome se glavni junak angažuje u pružanju pomoći, a zatim su se deca postavljala u slične si-tuacije kako bi se videlo da li će imitirati prikazano ponašanje ili ne. U jednom od prvih eksperimenata te vrste, deca uzrasta od šest godina bila su individualno izlagana jednom od tri polučasovna televizijska sa-

držaja – prosocijalnoj epizodi dečje serije „Lesi“⁵ sa dramatičnim primenom u kome dečak rizikuje sopstveni život da bi spasao štene, neutralnoj epizodi iste serije u kojoj dečak pokušava da izbegne čas violine ili takmičarskoj epizodi situacione porodične komedije „Bredijeva grupa“⁶ u kojoj nije bilo prosocijalnih prikaza (Sprafkin et al., 1975). Nakon gledanja televizijskog programa deci je rečeno da igraju igru u kojoj ako pobeđe mogu osvojiti poene i nagrade, ali i da, ukoliko im je potrebna pomoć, mogu pritisnuti taster „pomoć“ kojim se igra prekida, a time, po svoj prilici, smanjuje i verovatnoća osvajanja nagrade. Tokom igre deca su mogla da čuju lajanje psa u nevolji, pri čemu se intenzitet lajanja postepeno povećavao, a efekti prikazanog programa procenjivani su na osnovu odluke dece da nastave sa igrom za lični dobitak (odlika egoizma) ili da pruže pomoć psu u nevolji (odlika altruizma). Rezultati su pokazali da su deca koja su gledala epizodu serije „Lesi“ sa scenom pomaganja pokazala dva puta veću spremnost da prekinu igru i ispoljila znatno više brige za pse u nevolji (interese drugih su postavili iznad vlastitih interesa) nego što su to činila deca koja su gledala neutralnu epizodu iste serije, dok su deca koja su gledala situacionu komediju u najmanjoj meri ispoljila altruistično ponašanje.

Naravno, može se postaviti pitanje da li takva kratkoročna imitacija može perzistirati i izvan posmatrane situacije. Nalazi terenskih eksperimenata u kojima je kontrolisano dečje gledanje televizije tokom vremena u prirodnim uslovima mogu delom rasvetliti ovo pitanje. U jednoj takvoj studiji, deci u vrtiću, uzrasta od tri do pet godina, dato je da tokom četiri sesije gledaju seriju „Susedstvo gospodina Rodžera“⁷ i

5 Američka televizijska serija „Lesi“ (engl. *Lassie*) prati avanture psa Lesija, škotskog ovčara, koji je izuzetno posvećen svojoj porodici i naročito svom vlasniku dečaku Džefu kome često pomaže u opasnim situacijama. Serija je prikazivana u Americi čitavih 19 godina, od 1954. do 1973. godine, a ideja za seriju proistekla je iz filma „Lesi se vraća kući“ koji je snimljen 1943. godine.

6 „Bredijeva grupa“ (engl. *Brady Bunch*) je američka situaciona komedija koja prati život članova porodice koju čine bračni drugovi i njihovo šestero dece iz prethodnih brakova. Serija je emitovana u Americi od 1969. do 1974. godine.

7 „Susedstvo gospodina Rodžera“ (engl. *Mister Rogers' Neighborhood*) ili „Gospodin Rodžer“ je čuvena američka televizijska serija edukativnog karaktera, namenjena deci uzrasta od dve do pet godina. Epizode serije nemaju klasičan zaplet, već se sastoje od direktnog obraćanja deci od strane Freda Rodžera, autora i domaćina serije, koji kroz sopstvene monologe, uz pomoć lutaka ili kroz dijaloge sa svojim prijateljima susedima, pomaže deci da razviju socijalne veštine i nauče nešto o sebi, drugima i svetu koji ih okružuje. Prva, od ukupno 895 epizoda, emitovana je 1968. godine, a poslednji serijal snimljen je 2001. godine, dve godine pre smrti Freda Rodžera.

neutralni program koji ne prikazuje prosocijalno ponašanje (Friedrich & Stein, 1975). Dodatno, pojedina deca koja su gledala prosocijalne sadržaje pomenute serije imala su treninge igranja uloga sa lutkama na kojima su odigravani glavni događaji i dijalози iz svake epizode koja je gledana. Dva do tri dana kasnije, svoj deci je data mogućnost da rade na umetničkom projektu ili da pomognu drugom detetu koje se trudi da uspešno uradi projekat. Rezultati su pokazali da su deca koja su gledala prosocijalni program, a posebno ona koja su učestvovala u pratećem osnaživanju kroz igranje uloga, pokazala znatno više kooperativnosti i spremnosti da pomognu drugome nego što su to činila deca koja su gledala neutralni program. Ove nalaze potvrđuju i rezultati novije studije u kojoj je posmatrano ponašanje dece uzrasta od tri do pet godina koja su tokom osam dana u grupi gledala segmente serije „Ulica Sezam“ i učestvovala u aktivnostima pratećeg treninga (Zielinska & Chambers, 1995). U poređenju sa decom koja su gledala neutralne segmente serije, deca koja su posmatrala prosocijalne sadržaje, a posebno ona koja su učestvovala u pratećim aktivnostima, pokazala su značajno više spremnosti za pružanje pomoći, deljenje i saradnju u vršnjačkoj grupi.

I nalazi drugih studija upućuju da trening ili dodatna objašnjenja mogu ojačati efekte prosocijalnih televizijskih sadržaja (Singer & Singer, 1998), jer je deci često teško da izvedu pouke samo iz gledanja televizijskih programa. Prateći treninzi kroz radionice i razgovore mogu pružiti dragocene smernice koje deci olakšavaju izvođenje prosocijalnih pouka, ali i jačaju njihove efekte. U poređenju sa sadržajima nasilnog karaktera, prosocijalni sadržaji uobičajeno imaju manje akcije i više dijaloga, što čini glavne i sporedne radnje težim za praćenje i razumevanje, posebno kada su mlađa deca u pitanju. U jednoj studiji, deca uzrasta od četiri do deset godina su nakon gledanja dvadesetominutne epizode serije „Moćni rendžeri“⁸ upitana o mogućim lekcijama ili poukama programa (McKenna & Ossoff, 1998). Većina dece se složila da je epizoda imala pouku, ali su samo deca starija od osam godina bila sposobna da je jasno identifikuju – u konkretnom slučaju, da radne obaveze uvek treba da se završe pre nego što se počne sa igranjem. Mlađa deca su se, umesto toga, više usmerila na opisivanje

8 Američka dečja serija „Moćni rendžeri“ (engl. *Mighty Morphin Power Rangers*) prati doživljaje i avanture tinejdžera koji se pretvaraju u moćne superheroje. Od 1993. godine emitovano je 17 sezona i preko 700 epizoda. Prvih šest sezona serije emitovano je i u Srbiji.

nasilnih scena i boričkih pokreta glavnih likova, bez njihovog povezivanja sa motivima i posledicama. I druga istraživanja pokazuju da se moralne pouke iz televizijskih sadržaja, koje se prenose u kontekstu nasilja, često pogrešno razumeju od strane dece mlađe od osam godina (Liss et al., 1983), posebno ako su praćene dramatičnim zvučnim efektima, brzim ritmom i muzikom (Calvert & Gersh, 1987).

Izneti nalazi jasno ukazuju da televizija može biti važan agens socijalizacije u smislu učenja ili osnaživanja altruističnog ponašanja, ali se postavlja pitanje u kojoj meri su deca u prilici da gledaju prosocijalne sadržaje u televizijskim programima. Jedna skorašnja obimna studija ispitivala je sadržaj televizijskog programa na 18 američkih kanala tokom jedne slučajno izabrane sedmice (Smith et al., 2006). Ukupan uzorak obuhvatio je 2227 emisija različitog žanra. U skoro tri četvrtine programa (73%) prikazana je barem jedna scena altruizma, definisanog kao pomaganje, deljenje, davanje ili doniranje. U proseku, gledaoci ovih programa videli su oko tri scene altruizma (2.92) po jednom času. Ljudski likovi su daleko više nego antropomorfni karakteri pokazivali altruizam i oko jedne trećine njihovog pozitivnog ponašanja bilo je eksplicitno nagrađeno u zapletu. Dodatno, zabeleženo je da je altruizam mnogo češći u situacionim komedijama i dečjim emisijama nego u drugim tipovima programa. Ipak, poređenje ovih nalaza o prosocijalnom televizijskom sadržaju sa nalazima o medijskim prikazima nasilja iz američke Nacionalne studije televizijskog nasilja⁹ (Smith et al., 1998; Wilson et al., 1997a, 1997b) otkriva mnogo o drugoj strani televizije. Naime, iako rezultati ukazuju da je veća verovatnoća da se deca dok gledaju televizijski program susretnu sa opisima altruizma (u tri od četiri programa) nego sa opisima fizičke agresije (u dva od tri programa), utvrđeno je da je koncentracija altruističnog ponašanja dva puta manja (tri slučaja po jednom času) nego nasilnog ponašanja (šest slučajeva po jednom času). U isključivo dečjim programima, altruizam se pojavljuje oko četiri puta po času (4.02), dok se nasilje javlja u približno 14 slučajeva po času. Tako dete koje gleda televiziju u proseku tri sata dnevno, može videti 4380 scena altruizma i 15330 slučajeva nasilja tokom svake godine (Wilson, 2008).

⁹ Nacionalna studija televizijskog nasilja (engl. *National Television Violence Study*) je najpotpunija i najobuhvatnija studija o efektima medijskih prikaza nasilja. Realizovana je u periodu od tri godine (1994-1997) od strane četiri američka univerziteta.

Socijalna interakcija

Uticaj televizije na socijalne interakcije dece najčešće je razmatran u negativnom kontekstu u smislu ometanja uspešnih interakcija na relaciji roditelji - deca. Tako je u jednoj opservacionoj studiji utvrđeno da gledanje televizije ima efekta na porodične interakcije, te da deca uzrasta od tri do pet godina i njihovi roditelji provode manje vremena razgovarajući međusobno i gledajući jedni druge onda kada je televizor uključen nego kada je isključen (Brody et al., 1980). Uz to, porodice koje večeraju ispred televizora ređe stupaju u konverzaciju i razgovaraju o manjem broju tema nego što to čine porodice koje isključuju televizor pre nego što sednu da večeraju (Martini, 1996). Sa pozitivne strane, porodice imaju više fizičkog kontakta i zagrljaja dok zajedno gledaju televiziju nego kada rade druge aktivnosti (Schmitt et al., 1999).

Iako ukupno vreme koje se provodi ispred televizijskog ekrana može imati štetne efekte na socijalne interakcije, gledanje posebnih tipova programa može učiti decu socijalnim veštinama. Jedna rana studija otkrila je da učenici drugog i trećeg razreda nakon gledanja samo jedne kondenzovane epizode serije „Valtonovi“¹⁰ pokazuju mnogo kooperativnije ponašanje nego što to čine učenici iz kontrolne grupe koji nisu gledali pomenuti program (Baran et al., 1979). Sa druge strane, u studiji u kojoj je praćeno ponašanje dece (uzrasta od tri, pet i sedam godina) nakon gledanja epizode prosocijalne dečje serije „Ulica Sezam“, utvrđeno je da samo jedna epizoda prosocijalnog televizijskog sadržaja nije dovoljna za učenje saradnje među mlađom decom uzrasta od tri i pet godina (Silverman & Sprafkin, 1980). Dobijeni rezultat moguće je tumačiti činjenicom da je kooperaciju mnogo teže bihevioralno modelovati nego što je to slučaj sa pomaganjem, odnosno pružanjem pomoći drugome. Osim toga, dobra dramska emisija često prikazuje kooperaciju nakon perioda interpersonalnog konflikta, a ovaj tip mešovite poruke je verovatno posebno zbunjujući za mlađe gledaoce (Wilson, 2008).

Iako samo jedna epizoda pozitivnog programa najčešće ne ostvaruje značajnije efekte na socijalno ponašanje mlađe dece, postoje nalazi ranih studija koji potvrđuju da ponavljano izlaganje prosocijalnim televizijskim sadržajima može biti od uticaja. U studiji u kojoj su ispi-

¹⁰ Dramska televizijska serija „Valtonovi“ (engl. *The Waltons*) prati posleratni život američke ruralne porodice koju čine roditelji i sedmoro dece. Serija je emitovana u Americi od 1971. do 1982. godine.

tivani efekti serije „Susedstvo gospodina Rodžera“ na međusobne socijalne interakcije dece uzrasta od dve do pet godina (Friedrich-Cofer et al., 1979), putem posmatranja socijalnog ponašanja dece u prirodnim uslovima (u učionici i školskom dvorištu) tri meseca pre početka eksperimenta i dva meseca nakon svakodnevnog gledanja posebno izabranih epizoda serije (dvadeset epizoda tokom osam nedelja), utvrđeno je da je u grupi dece koja su gledala prosocijalni program došlo do povećanja pozitivnih interakcija sa vršnjacima u odnosu na kontrolnu grupu koja su gledala neutralni programski sadržaj. U drugoj ranoj studiji, deca uzrasta od tri do pet godina su u vrtiću tokom četiri dana gledala po petnaest minuta dnevno delove popularnih dečjih serija „Ulica Sezam“ ili „Susedstvo gospodina Rodžera“ (Coates et al., 1976). Opservacija dečjeg socijalnog ponašanja je vršena pre, tokom i jednu nedelju nakon „tretmana“. Opservacije su se sastojale u merenju frekvencije dečjih socijalnih kontakata, kao i davanja pozitivnog osnaživanja i kažnjavanja druge dece u vrtiću. Usled izloženosti seriji „Susedstvo gospodina Rodžera“ došlo je do povećanja ukupne količine socijalnih kontakata među decom u vrtiću, a posebno do povećanja davanja pozitivne pažnje, kao što je pohvaljivanje, odobravanje i fizičko pokazivanje ljubavi prema drugima. Gledanje serije „Ulica Sezam“ imalo je slične pozitivne efekte, ali samo za onu decu koja su na početku imala nizak nivo socijalnih veština. Budući da studija nije uključivala kontrolnu grupu, nije moguće čvrsto kauzalno zaključivanje. Ipak, sugeriše se da redovno gledanje određenih televizijskih serija može imati trajnije uticaje na dečje socijalno ponašanje.

Prihvatanje različitosti

Prihvatanje različitosti, odnosno drugih osoba koje se po nečemu razlikuju neretko se promoviše u televizijskim sadržajima namenjenim deci. U programima, kao što su serije „Ulica Sezam“ i „Dora istraživač“¹¹, prikazuju se deca iz različitih rasnih i etničkih grupa koja

11 „Dora istraživač“ (engl. *Dora the Explorer*) je američka animirana televizijska serija o sedmogodišnjoj devojčici Dori koja u svakoj epizodi, zajedno sa svojim prijateljima, kreće na put kako bi otkrila nešto novo ili pomogla nekome, pri čemu se tokom svog puta obraća gledaocima kod kuće da joj pomognu da stigne na mesto na koje želi. Namenjena je deci uzrasta od tri do pet godina. U Americi se emituje od 2000. godine, sinhronizovana je na više od 20 jezika, prati se u više od 75 zemalja širom sveta, a prikazivana je i u Srbiji pod nazivom „Dora istražuje“.

stupaju u međusobne interakcije. Drugim rečima, glumačka postava u prosocijalnim i edukativnim programima za decu uobičajeno je mnogo šarenolikija nego što je to slučaj sa programima namenjenim odraslim osobama ili opštoj televizijskoj publici (Greenberg & Mastro, 2008).

Istraživanja posvećena uticaju televizijskih sadržaja na prihvatanje različitosti među decom su veoma retka i isključivo se vezuju za ispitivanje uticaja serije „Ulica Sezam“ koja za glavni cilj ima promovisanje raznolikosti američkog života i modelovanje rasne harmonije. Rana istraživanja uticaja serije „Ulice Sezam“ su otkrila da tokom vremena, deca koja gledaju ovaj program ekstenzivno razvijaju pozitivnije stavove prema deci različite rasne i nacionalne pripadnosti (Bogatz & Ball, 1971). Osim toga, od 1989. godine, kao odgovor na rasne nemire, producenti i istraživači „Ulice Sezam“ dizajnirali su poseban četvorogodišnji kurikulum u kome se eksplicitno ističu fizičke i kulturne razlike sa nastojanjem da se ohrabri i podstakne prijateljstvo među ljudima različitih rasa i kultura. Rezultati čitave serije formativnih evaluacionih studija pokazali su da visok procenat dece koja su pratila kurikulum (preko 80%) izražava spremnost za druženje sa osobama druge rase, ali i da blizu jedne polovine ispitane dece smatra da njihovi roditelji ne bi odobrili ovaj oblik prijateljstva (Truglio et al., 2001), što ukazuje da je uticaj prosocijalnih poruka prezentovanih u televizijskim edukativnim programima u značajnoj meri posredovan realnim iskustvom deteta i lekcijama naučenim od strane porodice.

U skorije vreme, posebna verzija ove serije prikazivana je, od 1998. do 2000. godine, u Izraelu i Palestini pod nazivom *Rehov Sumsum/Shara'a Simsim*. Pored učenja osnovnih obrazovnih lekcija za decu uzrasta od tri do pet godina, serija je, za potrebe promocije poruka uzajamnog poštovanja i razumevanja, prikazivala likove koji žive u Izraelskoj ulici (Rehov Sumsum) i posećuju svoje prijatelje koji žive u Palestinskoj ulici (Shara'a Simsim). U jednoj istraživačkoj studiji poredeni su socijalni stavovi izraelsko-jevrejske, palestinsko-jevrejske i palestinske dece pre početka emitovanja serije i četiri meseca kasnije (Cole et al., 2003). Pre početka emitovanja serije, deca uzrasta od četiri godine imala su negativne stereotipe o drugoj kulturi koji su reflektovali političke nemire u ovoj regiji. Četiri meseca nakon redovnog prikazivanja serije na televiziji, dve grupe izraelske dece pokazale su pozitivnije stavove prema Arapima. Neočekivano, stavovi palestinske

dece prema Jevrejima postali su negativniji, što je ukazivalo na svojevrsan efekat bumeranga. Međutim, studija nije merila individualnu izloženost dece programu, te je moguće da su drugi faktori doprineli negativnom efektu.

ZAKLJUČAK

Uprkos relativno malom broju empirijskih studija novijeg datuma, čije se odsustvo može tumačiti činjenicom da su istraživači, zbog rastućeg straha javnosti o negativnim uticajima medija (Strasburger et al., 2009), primarno ispitivali potencijalne negativne efekte televizijskih sadržaja na razvoj i ponašanje dece, moguće je, na osnovu prikazanih rezultata dosadašnjih istraživačkih studija, izvesti opšti zaključak da gledanje određenih televizijskih sadržaja može rezultirati pozitivnim promenama u socijalnom i emocionalnom ponašanju mladih osoba tokom perioda ranog detinjstva. Pri tome, jasniji dokazi o mogućnosti pozitivnog uticaja televizijskih sadržaja zabeleženi su u domenu razvijanja altruizma, unapređivanja kvaliteta socijalnih interakcija i formiranja stavova prihvatanja različitosti, dok su u pogledu emocionalnog ponašanja naučne potvrde nešto slabije. Ove nalaze potvrđuju i rezultati metaanalize, jedine u ovoj oblasti, u kojoj je, na uzorku od 34 studije o prosocijalnim efektima televizije, koje su uključivale ispitivanje 5437-oro dece, utvrđen umeren ukupan efekat na prosocijalno ponašanje (0,27) (Mares & Woodard, 2005). Najsnažniji efekti prosocijalnog sadržaja ostvareni su na altruizam (0,37), dok su efekti na pozitivne interakcije (0,24) i toleranciju prema drugima (0,20) bili neznatno slabiji, što je konzistentno sa teorijskim stavom da je jednostavnije profilisati televizijske likove koji bihejvioralno demonstriraju kako da pomognu nekome nego kako da budu kooperativni ili tolerantni prema drugima.

Umerena veličina efekta direktno ukazuje da su uticaji televizije posredovani drugim varijablama koje modifikuju ili stoje u interakciji sa medijskim prikazima. Sudeći po istraživačkim rezultatima, tri varijable su od posebnog značaja. Prvo, uticaji televizijskog sadržaja posredovani su uzrastom ili razvojnim nivoom deteta. Prosocijalni efekti gledanja televizije snažno se povećavaju od treće godine starosti,

dostižu maksimum na uzrastu od sedam ili osam godina, da bi nakon toga opadali do uzrasta od 16 godina. Maksimalni efekti na uzrastu od sedam godina su konzistentni sa stavom da prosocijalne pouke mogu biti teške za razumevanje za veoma malu decu, posebno pouke koje se prenose rečima umesto akcijom. Drugim rečima, prosocijalne pouke se često prenose suptilno u medijima i stoga zahtevaju viši nivo razvijenosti kognitivnih veština da bi se mogle odgonetnuti. Drugo, efekti televizijskih prikaza dobrim delom zavise od dečje percepcije realnosti medijskog sadržaja. Deca se međusobno razlikuju prema stepenu u kojem veruju da je ono što vide na ekranu realistično (Wright et al., 1994), pri čemu programi koji se opažaju realnim ohrabruju decu da zamisle sebe na mestu glavnih likova. Shodno tome, kada medijska priča deluje realistično, deca obraćaju više pažnje na ono što gledaju i ulažu više kognitivnog napora da procesiraju informacije. Treće, nivo dečje osetljivosti na medije zavisi od obima u kojem se deca identifikuju sa likovima i realnim ljudima koji se prikazuju na ekranu. Deca počinju da razvijaju privrženost ka omiljenim medijskim likovima tokom uzrasta od tri do pet godina (Wilson & Drogos, 2007), a naklonost ka medijskim likovima može trajati tokom čitavog detinjstva i adolescencije (Yancey et al., 2002). U skladu sa postavkama socijalno-kognitivne teorije, deca radije uče od onih osoba ili likova koje opažaju kao atraktivni model ponašanja. Osim toga, verovatnoća imitiranja ponašanja je veća ukoliko se medijski likovi opažaju kao realistični, ukoliko su slični detetu (na primer, prema polu ili uzrastu), ukoliko se ponašanje pozitivno potkrepljuje i ispoljava preko aktivnosti koju deca mogu da imitiraju (Thomas, 2005). Konačno, iako to prikazanim studijama nije demonstrirano, od značaja bi, pored ove tri varijable, mogao biti i kulturološki aspekt, budući da uloga televizijskih sadržaja u emocionalnom i socijalnom razvoju dece ne može biti jednaka u svim kulturama.

Sumarno posmatrano, istraživački nalazi da se prosocijalni oblici ponašanja mogu učiti istim mehanizmima kao i antisocijalni, da ishod učenja direktno zavisi od samog sadržaja televizijskih programa, te da gledanje prosocijalnih televizijskih sadržaja može rezultirati pozitivnim promenama u socijalnom i emocionalnom ponašanju dece u potpunosti opravdavaju potrebu za dizajniranjem i realizacijom empirijskih studija koje bi sa različitih aspekata sagledavale potencijalne

koristi prosocijalnih programa za decu i usmerile praktične napore ka kreiranju televizijskih sadržaja koji mogu doprineti stvaranju uslova za pozitivan socijalni i emocionalni razvoj dece.

LITERATURA

1. Baran, S. J., Chase, L. J., & Courtright, J. A. (1979). Television drama as a facilitator of prosocial behavior: The Waltons. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 23 (3), 277-284.
2. Bogatz, G. A., & Ball, S. (1971). The second year of Sesame Street: A continuing evaluation. *A report to the Children's Television Workshop*. Princeton, NJ: Educational Testing Service.
3. Brody, G. H., Stoneman, Z., & Sanders, A. K. (1980). Effects of television viewing on family interactions: An observational study. *Family Relations*, 29 (2), 216-220.
4. Calvert, S. L., & Gersh, T. L. (1987). The selective use of sound effects and visual inserts for children's television story comprehension. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 8 (4), 363-375.
5. Calvert, S. L., & Kotler, J. A. (2003). Lessons from children's television: The impact of the children's television act on children's learning," *Journal of Applied Developmental Psychology*, 24 (3), 275-335.
6. Coates, B., Pusser, H. E., & Goodman, I. (1976). The influence of Sesame Street and Mister Rogers' Neighborhood on children's social behavior in the preschool. *Child Development*, 47 (1), 138-144.
7. Cole, C. F., Arafat, C., Tidhar, C., Tafesh, W. Z., Fox, N. A., Killen, M., et al. (2003). The educational impact of Rechov Sumsum/Shara'a Simsim: A Sesame Street television series to promote respect and understanding among children living in Israel, the West Bank, and Gaza. *International Journal of Behavioral Development*, 25, (5), 409-422.

8. Dorr, A. (1982). Television and affective development and functioning. In D. Pearl, L. Bouthilet, J. Lazar (Eds.), *Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties* (Vol. 2, pp. 199–220). Washington, DC: Government Printing Office.
9. Feshbach, N. D., & Roe, K. (1968). Empathy in six- and seven-year-olds. *Child Development*, 39 (1), 133-145.
10. Findlay, L. C., Girardi, A., & Coplan, R. J. (2006). Links between empathy, social behavior, and social understanding in early childhood. *Early Childhood Research Quarterly*, 21 (3), 347-359.
11. Friedrich, L. K., & Stein, A. H. (1975). Prosocial television and young children: The effects of verbal labeling and role playing on learning and behavior. *Child Development*, 46 (1), 27-38.
12. Friedrich-Cofer, L. K., Huston-Stein, A., Kipnis, D. M., Susman, E. J., & Clewett, A. S. (1979). Environmental enhancement of prosocial television content: Effect on interpersonal behavior, imaginative play, and self-regulation in a natural setting. *Developmental Psychology*, 15 (6), 637-646.
13. Gauntlett, D. (2005). *Moving experiences: Understanding television's influences and effects*. London: John Libbey Media.
14. Greenberg, B. S., & Mastro, D. E. (2008). Children, race, ethnicity, and media. In S. L. Calvert, & B. J. Wilson (Eds.). *The handbook of children, media, and development* (pp. 74-97). New York: Blackwell Publishing.
15. Hayes, D. S., & Casey, D. M. (1992). Young children and television: The retention of emotional reactions. *Child Development*, 63 (6), 1423-1436.
16. Hoffman, M. L. (2000). *Empathy and moral development: Implication for caring and justice*. New York: Cambridge University Press.
17. Huston, A. C., Wright, J. C., Alvarez, M., Truglio, R., Fitch, M., & Piemyat, S. (1995). Perceived television reality and children's emotional and cognitive responses to its social content. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 16 (2), 231-251.

18. Knowles, A. D., & Nixon, M. C. (1990). Children's comprehension of a television cartoon's emotional theme. *Australian Journal of Psychology*, 42, 115-121.
19. Kurdek, L. A. (1977). Structural components and intellectual correlates of cognitive perspective taking in first- through fourth-grade children. *Child Development*, 48 (4), 1503-1511.
20. Liss, M. B., Reinhardt, L. C., & Fredriksen, S. (1983). TV heroes: The impact of rhetoric and deeds. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 4 (2), 175-187.
21. List, J. A., Collins, A., & Westby, S. D. (1983). Comprehension and inferences from traditional and nontraditional sex-role portrayals on television. *Child Development*, 54 (6), 1579-1587.
22. Mar, R. A., Oatley, K., Hirsh, J., dela Paz, J., & Peterson, J. B. (2006). Bookworms versus nerds: Exposure to fiction versus non-fiction, divergent associations with social ability, and the simulation of fictional social worlds. *Journal of Research in Personality*, 40 (5), 694-712.
23. Mares, M., & Woodard, E. H. (2005). Positive effects of television on children's social interactions: A meta-analysis. *Media Psychology*, 7 (3), 301-322.
24. Martin, G. B., & Clark, R. D. (1982). Distress crying in neonates: Species and peer specificity. *Developmental Psychology*, 18 (1), 3-9.
25. Martini, M. (1996). „What's new?” at the dinner table: Family dynamics during mealtimes in two cultural groups in Hawaii. *Early Development and Parenting*, 5 (1), 23-34.
26. McDonald, N. M., & Messinger, D. S. (2011). The development of empathy: How, when, and why. In A. Acerbi, J. A. Lombo, & J. J. Sanguinetti (Eds.), *Free will, emotions, and moral actions*. Rome: Pontificia Università della Santa Croce. Retrieved September 23, 2011. from http://www.psy.miami.edu/faculty/dmessinger/c_c/rsrscs/rdgs/emot/McDonaldMessinger_Empathy%20Development.pdf
27. McKenna, M., & Ossoff, E. (1998). Age differences in children's comprehension of a popular television program. *Child Study Journal*, 28 (1), 53-68.

28. Popović-Čitić, B., Đurić, S. (2009). Empirijske studije o povezanosti prikaza nasilja u medijima i agresije mladih. U: D. Radovanović (Ur.), *Istraživanja u specijalnoj pedagogiji* (str. 167-182). Beograd: Fakultet za specijalnu edukaciju i rehabilitaciju.
29. Saarni, C. (1999). *The development of emotional competence*. New York: Guilford Press.
30. Saarni, C., Campos, J. J., Camras, L. A., & Witherington, D. (2006). Emotional development: Action, communication, and understanding. In W. Damon, N. Eisenberg, & R. M. Lerner (Eds.), *Handbook of Child Psychology, vol. 3: Social, Emotional, and Personality Development* (6 ed., pp. 226-299). New York: Wiley.
31. Schmitt, K. L., Anderson, D. R., & Collins, P. A. (1999). Form and content: Looking at visual features of television. *Developmental Psychology*, 35 (4), 1156-1167.
32. Silverman, L. T., & Sprafkin, J. N. (1980). Effects of Sesame Street's prosocial spots on cooperative play between young children. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 24 (2), 135-147.
33. Singer, J. L., & Singer, D. G. (1998). „Barney & Friends” as entertainment education: Evaluating the quality and effectiveness of a television series for preschool children. In J. K. Asamen, & G. L. Berry (Eds.), *Research paradigms, television, and social behavior* (pp. 305-367). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
34. Smith, S. L., Wilson, B. J., Kunkel, D., Linz, D., Potter, W. J., Colvin, C. M., et al. (1998). Violence in television programming overall: University of California, Santa Barbara study. In *National television violence study, volume 3* (pp. 5-220). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
35. Smith, S. W., Smith, S. L., Pieper, K. M., Yoo, J. H., Ferris, A. L., Downs, E., et al. (2006). Altruism on american television: Examining the amount of, and context surrounding, acts of helping and sharing. *Journal of Communication*, 56 (4), 707-727.

36. Sprafkin, J. N., Liebert, R. M., & Poulos, R. W. (1975). Effect of a prosocial televised example on children's helping. *Journal of Experimental Child Psychology*, 20 (1), 119-126.
37. Strasburger, V. C., Wilson, B. J., & Jordan, A. B. (2009). *Children, adolescents, and the media* (2 ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
38. Thomas, R. M. (2005). *Comparing theories of child development* (6 ed.). Belmont, CA:Wadsworth/Thomson.
39. Truglio, R. T., Lovelace, V. O., Segui, I., & Schneider, S. (2001). The varied role of formative research: Case studies from 30 years. In R. T. Truglio, & S. M. Fisch (Eds.), *G is for growing: Thirty years of research on children and Sesame Street* (pp. 61-79). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
40. Vidanović, I. (2006). *Rečnik socijalnograda*. Beograd: Udruženje stručnih radnika socijalne zaštite Srbije, Asocijacija centara za socijalni rad Srbije.
41. Weiss, A. J., & Wilson, B. J. (1998). Children's cognitive and emotional responses to the portrayal of negative emotions in family-formatted situation comedies. *Human Communication Research*, 24 (4), 584-609.
42. Wilson, B. J., & Cantor, J. (1985). Developmental differences in empathy with a television protagonist's fear. *Journal of Experimental Child Psychology*, 39 (2), 284-299.
43. Wilson, B. J. (2008). Media and children's aggression, fear, and altruism. *Children and electronic media*, 18 (1), 87-118.
44. Wilson, B. J., Kunkel, D., Linz, D., Potter, W. J., Donnerstein, E., Smith, S. L., et al. (1997a). Violence in television programming overall: University of California, Santa Barbara study. In *National television violence study, volume 2* (pp. 3-178). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
45. Wilson, B. J., Kunkel, D., Linz, D., Potter, W. J., Donnerstein, E., Smith, S. L., et al. (1997b). Violence in television programming overall: University of California, Santa Barbara study. In *National television violence study, volume 1* (pp. 3-268). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

46. Wilson, B., & Drogos, K. (2007). Preschoolers' attraction to media characters. Paper presented at the 2007 annual meeting of the National Communication Association convention, Chicago. Retrieved September 17, 2011. from http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/1/9/2/5/9/pages192599/p192599-1.php
47. Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2010). *Mass media research: An introduction* (9 ed.). Boston, MA: Wadsworth Publishing.
48. Wright, J. C., Huston, A. C., Reitz, A. L., & Piemyat, S. (1994). Young children's perceptions of television reality: Determinants and developmental differences. *Developmental Psychology*, 30 (2), 229-239.
49. Yancey, A. K., Siegel, J. M., & McDaniel, K. L. (2002). Role models, ethnic identity, and health-risk behaviors in urban adolescents. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 156 (1), 55-61.
50. Zielinska, I. E., & Chambers, B. (1995). Using group viewing of television to teach preschool children social skills. *Journal of Educational Television*, 21 (2), 85-99.

POSITIVE EFFECTS OF TELEVISION CONTENT ON EMOTIONAL AND SOCIAL BEHAVIOR OF CHILDREN

Branislava Popović Ćitić

University of Belgrade, Faculty of Special Education and Rehabilitation

Summary

For decades, the dominance of studies with various aspects of the negative impact of television content as their subject of interest is evident in the field of theoretical and empirical analysis of the impact of television content on the development of children and youth, while the consideration of positive impact was mostly beyond the systematic interest of scientists and researchers. Even though the general assessment is that viewing prosocial television content may result in positive changes in social and emotional behavior of young people, research studies committed to the positive effects of television content on emotional and social behavior of children are scarce and insufficiently perceive the character and nature of the impact of television on the development of emotions and prosocial behavior during childhood. Based on the critical review of the findings of a number of foreign empirical studies, this article summarizes the research evidence of the positive effects of television content on emotional empathy, altruism, learning about emotions, social interaction and acceptance of diversity, with presentation of conclusions about potential mediator factors that may interact with the influences of television portrayals.

Key words: media, television, emotional behavior, social behavior, children

Primljeno: 20.12.2011.

Prihvaćeno, 10. 01.2012.