

Televizijski sadržaji za djecu na engleskom jeziku

Krt, Martina

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Teacher Education / Sveučilište u Zagrebu, Učiteljski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:147:792053>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-06**

Repository / Repozitorij:

[University of Zagreb Faculty of Teacher Education - Digital repository](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
UČITELJSKI FAKULTET
ODSJEK ZA ODGOJITELJSKI STUDIJ

Martina Krt

TELEVIZIJSKI SADRŽAJI ZA DJECU NA ENGLESKOM JEZIKU

Diplomski rad

Zagreb, rujan 2021.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
UČITELJSKI FAKULTET
ODSJEK ZA ODGOJITELJSKI STUDIJ

Martina Krt

TELEVIZIJSKI SADRŽAJI ZA DJECU NA ENGLESKOM JEZIKU

Diplomski rad

Mentori:

Goran Brkić, pred.

Tea Gavrilović Smolić, pred.

Zagreb, rujan 2021.

Sažetak

Već dugi niz godina televizija i ostali mediji bitno utječu na svakodnevni život djece i odraslih. Danas su djeca elektroničkim medijima izložena od samog rođenja, stoga je autorica za temu ovog diplomskog rada odabrala istražiti kakvi se televizijski programi nude na hrvatskim kanalima, a da su na engleskom jeziku te da su namijenjeni djeci rane i predškolske dobi. Engleski jezik najzastupljeniji je jezik današnjice. Sve se češće koristi u formalnom i neformalnom razgovoru te engleske posuđenice postaju dio svakodnevnog komuniciranja sa ostalima. U radu se zato navodi koliko često djeca gledaju sadržaje na engleskom jeziku, odnosno koliko su u mogućnosti pratiti ih na hrvatskim televizijskim kanalima, a koliko na ostalima. Jedno se poglavlje osobito bavi temom usvajanja stranog jezika u ranoj dobi putem gledanja televizijskih sadržaja, s posebnim osvrtom na McGurkov efekt. U radu se također spominju pozitivne, ali i negativne strane gledanja televizije. Nadalje, opisuju se razlike između sinkronizacije i titlovanja te koji su televizijski sadržaji i kanali uglavnom sinkronizirani, koji se prikazuju na izvornom jeziku, a koji imaju titlove. Preliminarno se istraživanje bavilo pitanjima koliko često djeca provode uz televizijske ekrane ili druge digitalne uređaje, kada su se počela koristiti istima i slično, dok se istraživanje koje je tema ovoga rada bavi analiziranjem programskog sadržaja hrvatskih televizijskih kanala, odnosno HRT-HTV-a 2 i RTL Kockice.

Ključne riječi: televizija, engleski jezik, televizijski kanali

Summary

For many years, television and other media have significantly influenced the daily lives of children and adults. Today, children's exposure to electronic media begins at birth, so the author chose to investigate what television programmes are offered on Croatian channels, namely, programmes in English and that they are intended for children of early and preschool age.

English is the most common language today. It is increasingly used in formal and informal conversation and English loanwords are becoming a part of everyday communication with others. The paper therefore states how often children watch content in English, moreover, how much they are able to watch it on Croatian television channels and how much on others. One chapter in particular deals with the topic of learning a foreign language at an early age through watching television content with a special emphasis on the McGurk effect. The paper also mentions the positive and negative sides of watching television. Furthermore, the differences between synchronization and subtitling and which television content and channels are mainly synchronized, which are in original language and which contents have subtitles. Preliminary research dealt with the questions of how often children watch television screens or other digital devices, when they started using them, and so on. The main research described in this paper analyses the programmes of certain Croatian television channels, namely HRT-HTV 2 and RTL Kockica.

Key words: television, English language, television channels

Sadržaj

Uvod	1
1. Djeca i televizija	2
1.1. <i>Koliko vremena djeca provode pred televizijskim ekranima?</i>	3
1.2. <i>Pozitivne i negativne strane televizije</i>	3
2. Usvajanje stranoga jezika u ranoj dobi putem televizijskih sadržaja	6
2.1. <i>McGurkov efekt</i>	7
3. Sinkronizacija i titlovanje	9
4. Preliminarno istraživanje - Učestalost korištenja medijskih sadržaja kod djece rane i predškolske dobi	11
5. Hrvatski televizijski kanali	18
5.1 <i>RTL I RTL KOCKICA (Hrvatska privatna televizija)</i>	18
5.2 <i>Hrvatska javna televizija</i>	18
5.3 <i>Ostali televizijski kanali</i>	20
6. Istraživanje	22
6.1. <i>Cilj istraživanja i istraživačka pitanja</i>	22
6.2. <i>Metoda istraživanja</i>	22
6.3. <i>Rezultati istraživanja</i>	22
7. Rasprava	28
8. Zaključak	29
Literatura	30
Prilozi i dodaci	32
Izjava o izvornosti diplomskog rada	33

Uvod

Ovaj se diplomski rad temelji na rezultatima istraživanja provedenog u akademskoj godini 2020/2021. Istraživanje obuhvaća sadržaje koji su namijenjene djeci na javnim i privatnim televizijskim kućama, a koji sadrže elemente engleskog jezika. Istraživanje je podijeljeno u dva dijela pri čemu su u prvom dijelu zastupljeni odgovori ispitanika, a u drugom zastupljenost navedenih sadržaja tijekom nedjelje i ponedjeljka.

Rad se sastoji od 8 poglavlja pri čemu se najprije definiraju utjecaji medija te se pobliže pojašnjava utjecaj na djecu s obzirom na dobne skupine, a isto tako se spominju i određene preporuke. Pojašnjena je i mogućnost usvajanja stranoga jezika oslanjajući se na tzv. McGurkov efekt. Što se tiče samog prikazivanja navedenih sadržaja na televiziji, autorica je istražila jesu li sadržaji sinkronizirani ili imaju prijevod, odnosno jesu li titlovani, a rezultati su prikazani niže u radu. Obuhvaćeni su hrvatske privatne i javne televizije te se spominju i ostale koje je autorica smatrala relevantnima za istraživanje.

Za ovu se temu autorica odlučila zbog njezinog jakog interesa za engleski jezik te zbog toga što, kao što je već navedeno, upravo engleski jezik prevladava u današnjem svijetu. Vrlo je bitno djeci nuditi sadržaje koji će doprinijeti optimalnom razvoju djece, a kako bi se to stvarno osiguralo, važno je pratiti kakvi se to sadržaji nude djeci u Republici Hrvatskoj. Niže u radu navedene su razlike u javnim i privatnim televizijskim kućama, kao i razlikuje li se sadržaj s obzirom na radni, odnosno neradni dan.

1. Djeca i televizija

Obzirom da smo u današnjem svijetu okruženi raznim ekranima, ne samo televizijom već računalima, mobitelima, tabletima i slično, uobičajena je pojava vidjeti malu djecu, čak i bebe, kako uspješno vladaju takvim uređajima. Većina programa i video-uradaka koji su namijenjeni djeci označeni su kao edukativni sadržaji koji potiču razvoj mozga i kognitivnih vještina. Međutim, istraživanja su pokazala da djeca mlađa od tri godine ne napreduju na taj način, upravo suprotno. Dijete do tri godine svijet oko sebe upoznaje kroz senzomotoriku, istraživanjem svega što ga okružuje. Osjetilnim organima dijete stvara veze u mozgu koje će omogućiti da se dijete razvija i uči. U ovom je razdoblju dječji mozak najosjetljiviji. Osjetljiviji je na pozitivne utjecaje, ali s druge strane je i ranjiviji na negativne utjecaje (Mikić i Rukavina, 2006). Televizija i ostali elektronički medijski uređaji mogu usporiti djetetov razvoj. Razlog tome je taj što takvi uređaji ne uključuju istraživanje, igranje i interakciju s roditeljima i drugim osobama, a upravo je to ono što potiče učenje, zdrav fizički te psihosocijalni razvoj. Kako bi djeca razumjela sadržaj koji se prikazuje na ekranu potrebne su im određene sposobnosti. Neke od tih sposobnosti razvijaju se u djetetovim prvim godinama života, odnosno do treće godine. Bebama su ekrani zanimljivi jer se na njima stalno izmjenjuju likovi i boje, a one stalno traže promjenu koja će im privući pažnju. Sve dok dijete nije sposobno povezati slike u smislenu cjelinu, ono gledanjem u ekran ne može ništa naučiti. Prema internetskom izvoru *istrazime.com* dječji i razvojni psiholozi smatraju¹ kako djeca starija od dvije godine ne bi trebala biti uz televiziju duže od dva sata dnevno, a mlađa ju uopće ne bi trebala gledati. Na stariju djecu televizija drukčije utječe upravo iz ranije navedenih razloga. Stoga, gledanjem televizijskih programa u određenim količinama, starijoj se djeci pruža mogućnost učenja. Međutim, Mikić i Rukavina (2006) tvrde kako djeca većinom nemaju ograničeno vrijeme koje mogu provesti gledajući televiziju već da prosječno dijete tjedno provede 16800 minuta ispred televizije, dok s roditeljima provodi tek 38,5 minuta u suvislom razgovoru. Također, djeca uglavnom gledaju igrane filmove i serije koje su namijenjene odraslima, a tek povremeno gledaju edukativne programe koji su namijenjeni njima. Obzirom da djeca mlađa od osam godina nisu sposobna razlikovati stvarnost od mašte, podložnija su učenju nasilja koje je česta pojava u igranim filmovima jednako kao i u serijama (Brunner 2000). Televizijski sadržaji mogu biti zabavni i edukativni te djeci mogu približiti različite kulture i mjesta diljem svijeta s kojima djeca u njihovoj zajednici ne bi nikada mogla doći u doticaj. Putem emisija koje su namijenjene djeci

¹ <http://www.istrazime.com/djecja-psihologija/djeca-i-televizija/>

predškolske dobi, djeca mogu naučiti abecedu, brojeve, boje, oblike, proširiti vokabular na svom jeziku, ali i na stranom. Upravo je iz navedenih razloga važno odabrati program koji odgovara dječjoj dobi.

1.1. Koliko vremena djeca provode pred televizijskim ekranima?

Brunner (2000) navodi kako djeca širom svijeta provode prosječno tri sata dnevno ispred ekrana. Televizija dominira životom djece kako u urbanim, tako i seoskim sredinama stoga nije čudno što je postala snažan čimbenik socijalizacije. Mikić (2001) ističe da u dnevnoj konzumaciji programa prednjače djeca od 11 i 12 godina.

Autorica Đapić i suradnici (2020) u svom izvornom znanstvenom radu tvrde kako vrijeme koje djeca provode uz ekrane nadilazi važeće preporuke Američke akademije pedijatarata (2016). Te se preporuke temelje na dosadašnjim spoznajama o mogućim implikacijama za razvoj i dobrobit djece koje sugeriraju da bi u dobi između dvije i pet godina vrijeme uz ekrane trebalo ograničiti na sat vremena. Djeca uz različite elektroničke uređaje u prosjeku provode ukupno 2.42 sata radnim danom te 3.03 sata vikendom. Jednosmjernom analizom varijance utvrđeno je da s dobi dolazi do značajnog porasta vremena provedenog uz elektroničke medije radnim danom. Razlike upućuju da do porasta vremena provedenog uz ekrane dolazi radnim danom najčešće u dobnoj skupini od šest i sedam godina. Prekomjernom upotrebom elektroničkih medija u predškolskoj dobi, rizičnim se smatra i njihova upotreba neposredno prije spavanja i tijekom obroka, koje istraživanja povezuju s teškoćama spavanja (De Jong i sur., 2013) i prekomjernom tjelesnom težinom (Epstein i sur., 2008). Đapić (2020) navodi kako devet od deset roditelja izjavljuje da njihovo dijete barem ponekad provodi vrijeme uz ekrane unutar sat vremena prije spavanja (89.8 %), a 40.6 % da to čine često ili uvijek.

1.2. Pozitivne i negativne strane televizije

Mediji mogu imati pozitivan i negativan učinak na djecu. U tome je vrlo značajna uloga odraslih osoba, prije svega roditelja, odgojitelja i učitelja, odnosno onih osoba koje mogu potaknuti djecu da ne nisu samo pasivni promatrači već da aktivno sudjeluju, odnosno raspravljaju o

informacijama koje vide. Bourdieu (1994) smatra da televizija proizvodi intelektualnu pasivnost. Postmen (1985) to zove „Now...this“ stilom². Prema Bourdieu (1994), očekivalo se da će televizija obrazovati i prosvjeđivati mase, a ne samo zabavljati.

Svjedoci smo kriza suvremene obitelji, prezaposlenosti roditelja ili nezaposlenosti koje dovode do depresije, letargije, straha za preživljavanjem i slično. Time dolazi i do nekvalitetno provedenog vremena s djecom tijekom dana pa je televizija uvijek tu kao pomoć i zamjena. Todorović (2004) navodi da zbog negativnih poruka s televizije dijete može imati poremećaje spavanja i prehrane, a kod djece koja provode pred televizorom duže vrijeme, može se zabilježiti povećani kolesterol pa i sklonost povredama i depresiji. Ona mogu pokazivati različite patološke simptome kao što je agresivno ponašanje, loš i isprekidan san, noćne more i apetit za proizvodima koji se reklamiraju.

Plemčić (1982) govori kako se često može čuti kritika kako televizija razvija pasivno gledanje, povećava izolaciju promatrača, smanjuje međuljudsku komunikaciju, smanjuje osobnu inicijativu te naglašava kako video na neki način „paralizira“ ljudsku maštu i smanjuje kreativnost. Ove primjedbe odnose se na djecu koja žive u obiteljskoj okolini u kojoj su zapostavljena i usamljena, orijentirana sama na sebe. Plemčić (1982) upozorava da se djeca s takvim socijalnim i psihičkim predispozicijama često ne snalaze u svijetu koji ih okružuje, te jedino u TV konzumaciji pronalaze svoj svijet. Kako bi se što više izbjegle negativne strane, nije dovoljno djeci samo ograničiti vrijeme boravka pred televizorom ako će roditelji cijele dane provoditi pred njime, već je bitno djeci pružati dobar primjer, prilagoditi postavke tako da djeci neprimjereni sadržaji ne budu dostupni te poticati ih i na druge aktivnosti kojima se mogu baviti.

Kako u svakoj priči postoje dvije strane, tako i kod gledanja televizije ne postoji samo negativna strana već i ona pozitivna. Obzirom da je u današnjem svijetu apsolutno nemoguće spriječiti djecu da dođu u doticaj s televizijom, potrebno je na nju gledati kao na potencijalnu pomoć umjesto prijetnju. Ranije je već navedeno kako televizijski sadržaji mogu biti zabavni i edukativni te prikazati djeci različite kulture i mjesta diljem svijeta s kojima djeca možda nikada ne bi mogla doći u doticaj. Važno je odabrati program koji odgovara dječjoj dobi. Mnogoj će

² "Now ... this" obično se koristi u radijskim i televizijskim emisijama kako bi se pokazalo da ono što ste upravo čuli ili vidjeli nema nikakve veze s onim što ćete uskoro čuti ili vidjeti. Nema toliko posebne situacije da ju novinar ne može izbrisati iz glave gledatelja ili slušatelja govoreći: "Now ... this." Znači da su gledatelji ili slušatelji dovoljno dugo razmišljali o prethodnoj stvari (otprilike četrdeset pet sekundi), da ne smiju biti zaokupljeni time (recimo, devedeset sekundi) i da sada moraju posvetiti svoju pozornost drugoj vijesti ili reklamama.

djeci školske dobi emisija gdje se uče slova ili brojevi biti dosadna. Za njih postoje razne emisije o svemiru, povijesti, kemiji i fizici koje će ih zaintrigirati jer se dotad uglavnom nisu susretali s takvim temama. Djeca su vrlo radoznala tako da će s veseljem pogledati nešto što dosada nisu imala priliku. Praćenjem takvih sadržaja mogu pobuditi interes za neko određeno područje kojim se mogu baviti ili proučavati i dalje u budućnosti. Analitičke sposobnosti kod djeteta potiču se postavljanjem određenih pitanja kao što su „Tko je glavni lik? Tko je to učinio? Opiši radnju. Što je lik mogao učiniti drugačije? Što bi ti postupio da si na njegovom/njezinom mjestu?“ Na taj se način potiče razvoj mišljenja, sposobnost rješavanja problema, predviđanje potencijalnih situacija te tako gledanje televizije postaje aktivno jer se dijete uključuje u raspravu o sadržaju koje je ono gledalo. Također ga se može pitati da prepriča što je vidjelo, to može biti usmenim putem, ali se djetetu može dati da nacrti ili napiše što je zapamtilo te svoje dojmove o istom. Što se tiče filmova, mnogi se temelje na već postojećim knjigama. Stoga je dobra opcija djetetu pročitati knjigu, a zatim pitati koje su razlike odnosno sličnosti između filma i knjige. U slučaju da dijete već samostalno čita, onda mu naravno treba dopustiti da samo pročita knjigu, ako je zainteresirano za to. U oba slučaja djecu ne treba prisiljavati, ako im to nije zanimljivo onda se traže alternativne opcije putem kojih će djeca razvijati ranije spomenute sposobnosti.

2. Usvajanje stranoga jezika u ranoj dobi putem televizijskih sadržaja

Kirkorian i suradnici (2008) navode kako su istraživanja učenja jezika pokazala da djeca u dobi od dvije ili više godina mogu naučiti vokabular gledajući televiziju. Za razliku od starije djece, manje je vjerojatno da će dojenčad i djeca mlađa od dvije godine moći učiti iz video-uradaka. Doslovno ponavljanje epizoda može poboljšati razumijevanje i kasnije učenje. Kirkorian i suradnici (2008) proveli su eksperimentalno istraživanje koje je uspoređivalo predškolce koji su gledali jednu epizodu serije “Blue’s Clues”³ s onima koji su istu epizodu gledali jednom dnevno pet dana zaredom. U tom je istraživanju pozornost usmjerena na epizodu ostala visoka i relativno konstantna tijekom svih pet prikazivanja. Razumijevanje programskog sadržaja raslo je s ponovljenom izloženošću epizodi.

Gledanje programa s titlovima može dovesti do različitih vrsta usvajanja jezika. Osim značenja riječi, gledatelj može naučiti značenje izraza ili standardnih rečenica, te u kojim se situacijama te rečenice mogu koristiti. Moguće je i poboljšanje sposobnosti razlikovanja zasebnih riječi u govornom jeziku, izgovora riječi i vještine u sastavljanju ispravnih rečenica. Kako su predložili Koolstra i suradnici (1999), gledatelji mogu naučiti razlikovati različite načine izgovora (na primjer, britanski i američki) i različite stilove i registre nekog jezika (na primjer, formalni govor i sleng).

Dugo se vrijeme istraživanje o korištenju titlovanih programa u učenju stranih jezika fokusiralo na učinak titlova (Borrás i Lafayette, 1994). U posljednja dva desetljeća provedeno je i nekoliko studija čiji je cilj bio analizirati učinak gledanja titlovanih programa na usvajanje stranih jezika u različitim kontekstima. Većina tih empirijskih studija usredotočuje se na titlovanje televizijskih programa. Devedesetih godina niz studija provedenih na Sveučilištu u Leuvenu u Belgiji pokušalo je izmjeriti usvajanje stranog jezika nastalo gledanjem televizije s titlovima u okruženjima bez nastave (D’Ydewalle i Pavakanun, 1995; 1997; Pavakanun i d’Ydewalle, 1992). Ove su studije zaključile da bi odrasli i adolescenti gledajući televizijske programe sa titlovima mogli naučiti riječi stranog jezika u neformalnim okruženjima. To se učenje događa osobito kada ti programi koriste strani jezik koji gledatelju zvuči poznato. Studija koju su proveli Koolstra i Beentjes (1999) s malom djecom zaključila je da i oni mogu steći elemente stranog jezika gledajući televizijske programe s titlovima. Europsko istraživanje o jezičnim kompetencijama (ESLC; Europska komisija, 2012) mjerilo je znanje stranog jezika za približno

³ Blue's Clues – američka edukativno-zabavna animirana serija za djecu

54 000 učenika srednjeg obrazovanja u 16 obrazovnih sustava i zemalja. Multivarijantna analiza koja ima za cilj objasniti unutarnje i vanjske čimbenike učenja jezika u školi (Araujo i Costa, 2013) pokazuje da postoji pozitivan odnos između znanja stranog jezika i izloženosti učenika stranim jezicima putem tradicionalnih i novih medija. Budući da vjerojatnost prelaska s najniže razine znanja na srednju razinu više ovisi o gledanju filmova u izvornoj verziji s titlovima na materinjem jeziku, prelazak sa srednje na najvišu razinu znanja više ovisi o gledanju filmova u izvornoj verziji bez titlova. Glavni rezultati studije ELLiE (Enever, 2011), ESLC-a (Araujo i Costa, 2013.) i studije koju je proveo Kuppens (2010) potvrđuju da gledanje filmova bez titlova zahtijeva određenu razinu znanja jezika. Studija o korištenju titlova koju je provela Europska komisija (2011) obuhvatila je najmanje 150 ljudi (podijeljenih u tri dobne skupine: 12 do 18; 18 do 25; odrasli stariji od 25 godina) u 33 zemlje. Ova je studija zaključila da titlovanje pomaže poboljšati ovladavanje stranim jezicima te da može podići svijest i pružiti motivaciju za učenje jezika.

2.1. McGurkov efekt

McGurkov učinak prvi put spominju 1976. godine kognitivni psiholozi Harry McGurk i John MacDonald u članku pod naslovom „Hearing Lips and Seeing Voices“ (McGurk i MacDonald, 1976). Taj je učinak slučajno otkriven dok su McGurk i njegov pomoćnik MacDonald provodili istraživanje o percepciji jezika dojenčadi u različitim razvojnim fazama. Tijekom istraživanja puštali bi na jednom mjestu video snimku majke koja govori, a na drugom mjestu zvuk njezina glasa. U eksperimentu je tehničar presnimio videokazetu sa slušnim slogom „ba“, a vizualnim „ga“. Kad se pustila sinkronizirana vrpca, MacDonald i McGurk opazili su „da“ – fonem koji se razlikuje od sinkroniziranog zvuka i promatranog sadržaja. Tada su shvatili da taj fenomen ne proizlazi iz greške tehničara, već iz idiosinkrazije⁴ u ljudskoj percepciji.

Norrix i suradnici (2007) proveli su istraživanje kojim je ispitano 28 predškolaca s određenim teškoćama u govoru i 28 djece predškolskog uzrasta bez teškoća u govoru. Istraživanjem se nastojalo analizirati njihova sposobnost za slušno-vizualnu integraciju. Dok su obje skupine imale jednakovrijedan učinak u kongruentnim audio-vizualnim modalitetima, u

⁴ Idiosinkrazija – neobičnost, posebnost

nekongruentnom audio-vizualnom stanju, djeca s teškoćama u govoru pokazala su kako je kod istih McGurkov učinak slabiji od onog koji je uočen kod onih bez navedenih teškoća. Rezultati pokazuju da osobe s teškoćama u govoru doživljavaju značajno manji McGurkov učinak od onih bez njih. Iako mogu obraćati manje pažnje na artikulacijske geste i koristiti manje vizualnih informacija u percepciji govora, ne nailaze na značajne izazove u percepciji isključivo zvučnih znakova.

Bez obzira na jezik koji se koristi, slušatelji općenito u određenoj mjeri ovise o vizualnim informacijama u percepciji govora. Međutim, intenzitet McGurkovog učinka razlikuje se od jezika do jezika. Na primjer, španjolski, talijanski, turski, engleski, nizozemski i njemački slušatelji doživljavaju jači McGurkov učinak od kineskih i japanskih slušatelja (Sekiyama, 1997; Bavo, Ciorba, Prosser i Martini, 2009; Erdener, 2015). Kulturna praksa izbjegavanja kontakta očima, toničke i silabičke jezične strukture mogla bi objasniti ovaj smanjeni učinak među Japancima, ali i Kinezima. Istraživanja također pokazuju da, za razliku od engleske djece, japanska djeca ne pokazuju napredak u razvoju vizualnog utjecaja nakon šeste godine (Sekiyama i Burnham, 2008; Hisanaga, Sekiyama, Igasaki i Murayama, 2009). Međutim, japanski slušatelji bolje prepoznaju inkompatibilnost između zvučnih i optičkih podražaja nego slušatelji engleskog jezika. Sekiyama i Tokhura (1991) napominju da je to možda zbog japanskog nedostatka suglasničkih skupina. Bez obzira na gore navedene očite razlike, slušatelji svih jezika prisiljeni su se oslanjati na optičke podražaje kada su audio podražaji nerazumljivi. Kad se to dogodi, varijacije među jezicima nestaju i McGurkov se učinak primjenjuje jednako.

3. Sinkronizacija i titlovanje

U Europi se mnogi televizijski programi i filmovi uvoze iz zemalja stranih jezika. Za audio-vizualna djela u Europi, postoje tri glavna pristupa prilagodbe prijenosa jezika: titlovanje, sinkronizacija (ili presnimavanje) i glas preko glasa (*voice-over*). Ove se tehnike koriste za prevođenje stranih audio-vizualnih djela na nacionalne jezike. Način prijenosa jezika razlikuje se ne samo od zemlje do zemlje, već se ponekad razlikuju i unutar iste zemlje ovisno o ciljanoj javnosti (opća javnost, publika zaljubljenika u kino, mladi ljudi, javnost s problemima pristupačnosti) ili mediju za emitiranje (kino ili televizija). Globalno, prevodilačka tehnika usvojena za kino kasnije je usvojena i za televiziju. (Europska komisija, 2011).

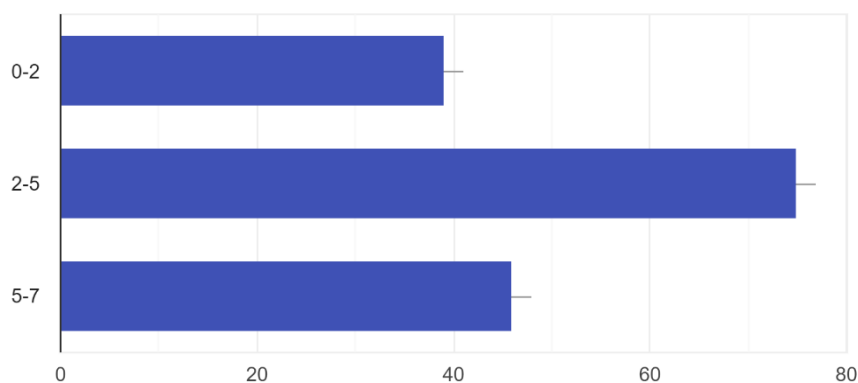
Prema istraživanju o korištenju titlova koje je provela Europska komisija (2011), dvije omiljene metode prilagodbe jezika kada se filmovi i televizijski programi na stranom jeziku stavljaju na raspolaganje domaćem tržištu su titlovanje i sinkronizacija (Danan, 2004; Europska komisija, 2011). Međutim, kako su spomenuli Koolstra i sur. (2002), čini se da postoji podjela među europskim zemljama u korištenju dviju popularnih metoda. Titlovanje je metoda koja se najčešće koristi u Europi. Tipične zemlje koje uglavnom koriste podnaslove su Belgija, Cipar, Danska, Estonija, Finska, Grčka, Island, Irska, Lihtenštajn, Malta, Nizozemska, Norveška, Portugal, Rumunjska i Slovenija (Europska komisija, 2011.; Koolstra i sur., 2002). Ujedinjeno Kraljevstvo također daje prednost titlovanju, ali pitanje prijevoda nije toliko značajno jer su uvezeni filmovi i televizijski programi najčešće američki stoga ne zahtijevaju nikakav prijevod. Sinkronizacija je tehnika prijenosa jezika koja dominira u Španjolskoj, Italiji, Francuskoj, Njemačkoj i Austriji. Europska komisija (2011), izjavila je kako u pogledu televizije, digitalno emitiranje počinje mijenjati audio-vizualno okruženje, dajući gledateljima TV pristup izvornim verzijama sa titlovima kao zamjenom sinkroniziranim verzijama ili titlovima na jeziku koji nije glavni jezik emitiranja.

Skлонost sinkronizaciji ili podnaslovima često dovodi do rasprave o estetskoj vrijednosti i jezičnoj kvaliteti prevedenog materijala (Kilborn, 1993). Čini se da postoji evidentna podvojenost u prevoditeljskim praksama između većih i manjih zemalja. Kao što je ranije navedeno, titlovanje se obično koristi u manjim zemljama, poput Nizozemske i Portugala, dok veće zemlje, poput Francuske, Njemačke, Italije i Španjolske, preferiraju strategiju sinkronizacije.

Ova razlika u preferencijama zemalja često se objašnjava ekonomskim razlikama (Danan, 1991; Koolstra i Beentjes, 1999). Presnimavanje i sinkronizacija su tehnike koje oduzimaju više vremena. Koriste se u većim i bogatijim zemljama, gdje se troškovi nadoknađuju popularnošću televizijskih programa i filmova (De Grazia, 1989). Izbor sinkronizacije stranih televizijskih programa i filmova uglavnom se brani argumentima da su sinkronizirani programi privlačniji i da ih se lako slijedi jer gledatelji ne moraju čitati tijekom gledanja (Koolstra i sur., 2002). Međutim, neke studije (Danan, 1991) temeljene na televizijskim gledateljima osporavaju ideju da gledatelji radije gledaju sinkronizirane sadržaje umjesto da čitaju titlove. Nekoliko studija (Danan, 1991; Koolstra i sur., 2002; Luyken i sur., 1991) pokazuju da u zemljama u kojima je *titlovanje* norma, ljudi preferiraju titlove i ne percipiraju ih kao problem osim za sporije čitatelje kao što su to djeca ili stariji ljudi koji ne stignu čitati dovoljno brzo. Međutim, u zemljama u kojima je sinkronizacija dominantna, gledatelji preferiraju upravo tu tehniku prijenosa jezika. Obzirom na navedeno, Koolstra i suradnici (2002) zaključuju da gledateljske sklonosti sinkronizaciji ili titlovanju nisu motivirane ekonomskim i estetskim razlozima već tradicijom. Gledatelji više vole metodu kojoj su izvorno bili izloženi i na koju su se navikli. Nenamjerna prednost titlovanja u odnosu na sinkronizaciju je ta što se mogu pojaviti učinci učenja. Koolstra, van der Voort i van der Kamp su 1997. godine proveli istraživanje s učenicima osnovnih škola. Ovo je istraživanje pokazalo da čitanje titlova na televiziji može poboljšati razvoj vještina dekodiranja kod djece, budući da čitanje titlova pruža opsežnu praksu u dekodiranju riječi. Usvajanje stranih jezika jedan je od najvažnijih učinaka učenja zahvaljujući titlovanjem filmova i ostalih televizijskih programa. Nekoliko studija (Araujo i Costa, 2013; Europska komisija, 2011) sugeriraju da gledanje titlovanih programa doprinosi poznavanju stranih jezika za djecu i odrasle. To osobito vrijedi za engleski jezik, budući da se većina programa s titlovima u europskim zemljama uvozi iz Sjedinjenih Država i Ujedinjenog Kraljevstva.

4. Preliminarno istraživanje - Učestalost korištenja medijskih sadržaja kod djece rane i predškolske dobi

Preliminarno istraživanje provedeno je za vrijeme akademske godine 2020./2021. tijekom ljetnog perioda. Anketni upitnik namijenjen je roditeljima djece rane i predškolske dobi te je u potpunosti bio anonim i dobrovoljan. U istraživanju se htjelo prikazati koliko često djeca u Hrvatskoj provode uz digitalne medijske uređaje, kada su ih počela koristiti, kakve sadržaje najčešće gledaju te pohađaju li program engleskog jezika u dječjem vrtiću. Upitnik je ispunilo 129 roditelja djece rane i predškolske dobi. 58.1% odgovora odnosi se na djecu od dvije do pet godina.



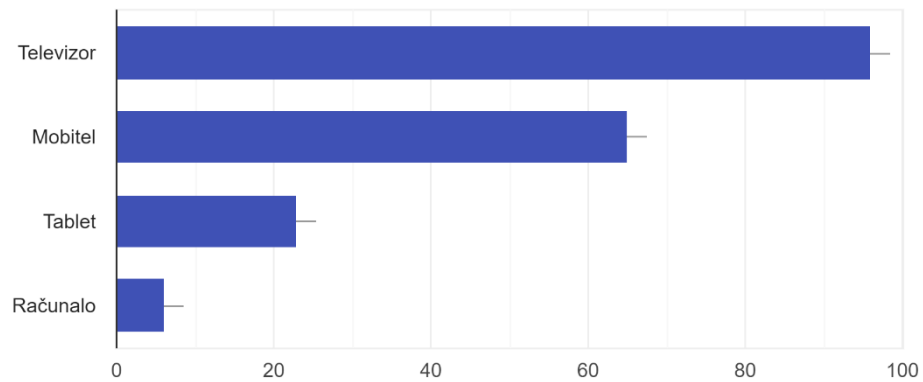
Grafikon 1 Dob djece

U nastavku slijede neka od postavljenih pitanja i njihovi rezultati koji će biti potrebni za kasnije istraživanje u radu:

1. Koji medijski uređaj vaša djeca najčešće koriste?

- Televizor
- Mobitel
- Tablet
- Računalo

Istraživanje je pokazalo da 74.4% djece najčešće koristi televizor, 50.4% mobitel, 17.8% tablet, a samo 4.7% računalo.

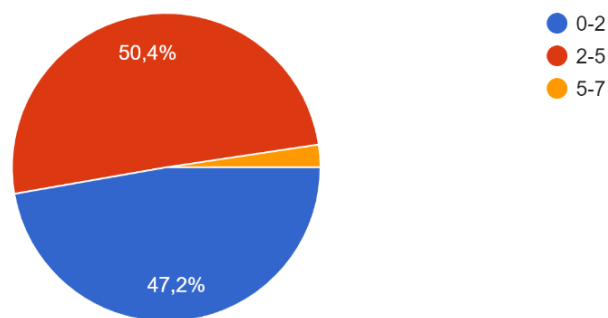


Grafikon 2 Najčešće korišteni medijski uređaji

2. Kada su se počela koristiti medijskim uređajima?

- 0-2 godine
- 2-5 godina
- 5-7 godina

Najveći postotak, odnosno 50.4% roditelja je izjavilo kako su se medijskim uređajima njihova djeca počela koristiti u dobi od dvije do pet godina, 47.2% odnosi se na bebe do dvije godine, a tek 2.4% na djecu od pet do sedam godina.

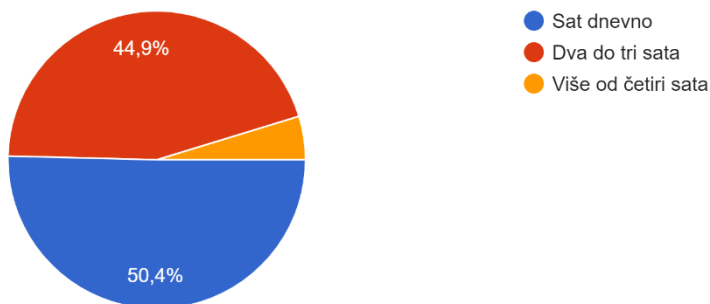


Grafikon 3 Dob početka korištenja medijskim uređajima

3. Koliko vremena otprilike provedu uz medijske uređaje?

- Sat dnevno
- Dva do tri sata
- Više od četiri sata

Na ovo je pitanje najčešći odgovor od 50.4% sat vremena dnevno, zatim 44.9% dva do tri sata, a 4.7% djece koristi ih više od četiri sata na dan.



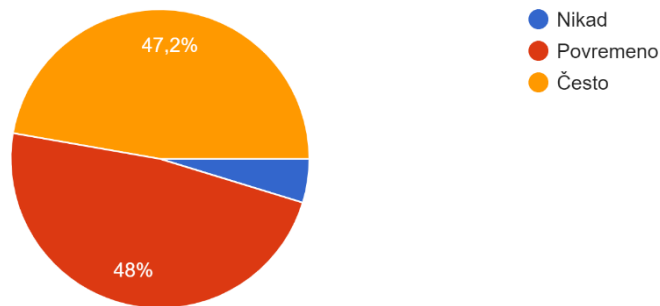
Grafikon 4 Vrijeme provedeno uz medijske uređaje

5. Koliko često prate sadržaje na engleskom jeziku?

- Nikad
- Povremeno

- Često

Sadržaje na engleskom jeziku povremeno prati 48% djece, 47.2% ih prati često, dok samo 4.7% djece spomenute sadržaje ne prati nikad.

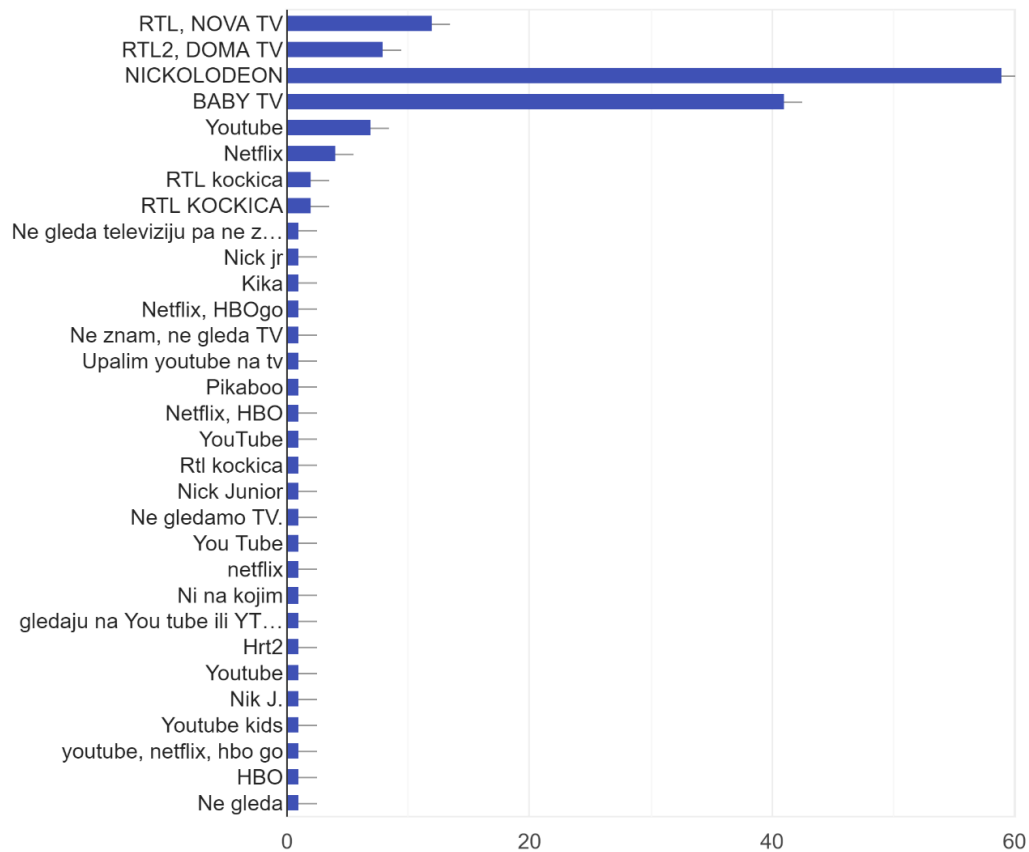


Grafikon 5 Praćenje sadržaja na engleskom jeziku

6. Na kojim se televizijskim kanalima prikazuju takvi sadržaji?

- RTL, Nova TV
- RTL2, Doma TV
- Nickelodeon
- Baby TV
- Ostalo.

Nickelodeon je televizijski kanal koji najviše prikazuje sadržaje na engleskom jeziku, odnosno 46.5% djece engleske sadržaje prati na tom kanalu. Nakon Nickelodeona slijedi Baby TV sa 32.3%. Privatne televizije u Hrvatskoj, odnosno RTL i Nova TV na trećem su mjestu sa 9.4%.

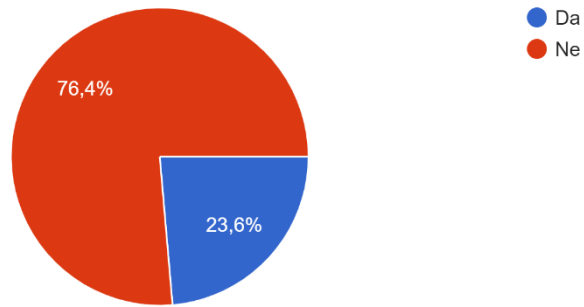


Grafikon 6 Na kojim se televizijskim kanalima prikazuju takvi sadržaji?

7. Igraju li vaša djeca interaktivne kompjuterske igre na engleskom jeziku?

- Da
- Ne

Uglavnom, mali postotak roditelja tvrdi da njihova djeca igraju interaktivne igre na engleskom jeziku, odnosno 23.6% ih igra, a 76.4% ih uopće ne igra.

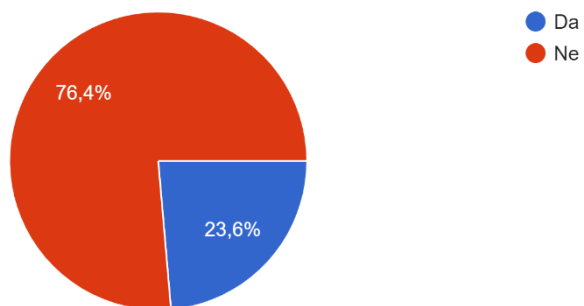


Grafikon 7 Igraju li vaša djeca interaktivne kompjuterske igrice na engleskom jeziku?

8. Pohađaju li program učenja engleskog jezika u dječjem vrtiću?

- Da
- Ne

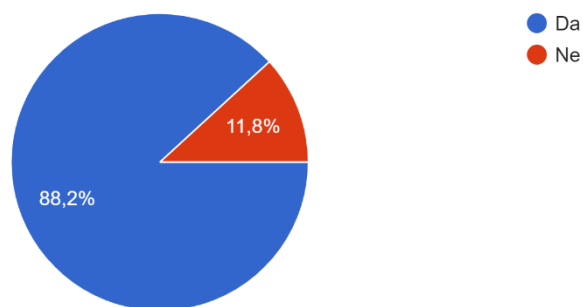
Samo 23.6% djece pohađa program učenja engleskog jezika u dječjem vrtiću, dok ih 76.4% ne pohađa.



Grafikon 8 Pohađaju li program učenja engleskog jezika u dječjem vrtiću?

9. Smatrate li da bi svaka predškolska ustanova trebala imati mogućnost programa učenja engleskog jezika?

- Da
- Ne

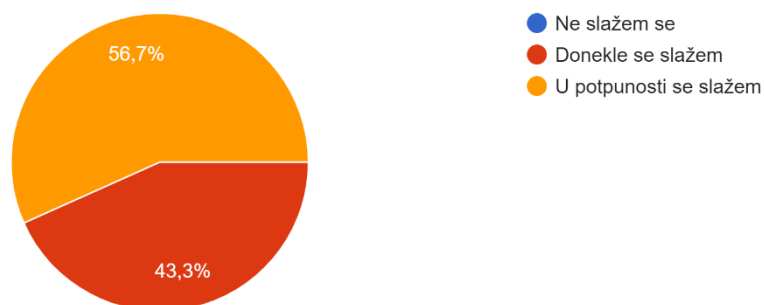


Grafikon 9 Smatrate li da bi svaka predškolska ustanova trebala imati mogućnost učenja engleskog jezika?

Čak 88.2% roditelja smatra da bi svaka predškolska ustanova trebala imati tu mogućnost.

10. Digitalni medijski sadržaji imaju veliku ulogu u svladavanju novog jezika.

- Ne slažem se
- Donekle se slažem
- U potpunosti se slažem



Grafikon 10 Digitalni sadržaji imaju veliku ulogu u svladavanju novog jezika.

56.7% ispitanika se u potpunosti slaže s ovom tvrdnjom, a 43.3% se donekle slaže. Nijedan ispitanik nije odgovorio da se ne slaže sa navedenom izjavom.

Iz ovog se istraživanja saznalo koje medijske uređaje djeca najviše koriste te koliko često, koje TV kanale najčešće prate te koliko je sadržaja na njima na engleskom jeziku, barem prema procjeni roditelja. Također, saznali smo koliko djece pohađa program učenja engleskog jezika u vrtiću te što roditelji misle o engleskom jeziku općenito. Uzimajući te informacije u obzir, istraženi su TV kanali koji se najčešće spominju te je provedeno novo istraživanje u kojem se prikazuje točan postotak sadržaja na engleskom jeziku na RTL Kockici te HTV-u 2, koliko je sadržaja sinkronizirano, a koliko titlovano. Nije se istraživao TV program cijelog

tjedna već TV program ponedjeljka i nedjelje kako bi se prikazala razlika između vikenda i dana u tjednu, ukoliko je ima. U nastavku, osim RTL Kockice i HTV-a 2, slijedi kratki opis TV kanala koji nisu obuhvaćeni istraživanjem.

5. Hrvatski televizijski kanali

5.1 RTL I RTL KOCKICA (Hrvatska privatna televizija)

„RTL televizija jest komercijalna TV postaja s nacionalnom koncesijom. Hrvatski RTL je počeo emitirati program 30. travnja 2004. godine kao druga komercijalna televizija u Hrvatskoj s takvom koncesijom. Signal RTL televizije pokriva oko 95% teritorija Hrvatske. RTL televizija se dijeli na više kanala, osim glavnog RTL-a tu su i RTL 2, RTL Living, RTL Passion, RTL Crime, RTL Croatia World te RTL Kockica. RTL Kockica je namijenjena djeci i mladima. To je drugi takav kanal u Hrvatskoj. RTL Kockica je s emitiranjem programa započela 11. siječnja 2013. godine“ (Novak, B., 2006)

Popodnevi termin namijenjen je djeci školske dobi. Osim edukativnih sadržaja i dokumentaraca, emitiraju se i najljepše bajke svijeta te emisija „Mali znanstvenici“ u kojoj se provode razni eksperimenti u kojima djeca dobivaju odgovore na različita pitanja. Večernji termin namijenjen je cijeloj obitelji. Emitiraju se obiteljski filmovi i serije kao što je to na primjer „Naša mala klinika“.

Osim animiranih filmova, filmova i dokumentaraca, djeci je na RTL Kockici omogućena prava interaktivna zabava jer i oni sami mogu sudjelovati u kreiranju programa na način da šalju svoje radove pri čemu se najbolji radovi nagrađuju. Od 2018. godine dostupan je RTL Play. RTL Play je prilagođena online platforma koja nudi mogućnost besplatnog gledanja propuštenog sadržaja, ali isto tako i besplatni *live stream* svih RTL kanala.

5.2 Hrvatska javna televizija

Prvi program Hrvatske televizije (HRT-HTV1)

Prvi program Hrvatske televizije jest kanal namijenjen cjelokupnoj populaciji. Najveći dio programa čine informativni i igrani program. Zabavni program HTV-a 1 nudi sadržaje

namijenjene obiteljskom gledanju, no ipak ne za one najmlađe. Vrlo su česte glazbene i natjecateljske emisije.

Drugi program Hrvatske televizije (HRT-HTV2)

Drugi program Hrvatske televizije jest program raznolikih sadržaja opuštenijeg ugođaja. Namijenjen je djeci, ljubiteljima sporta, poklonicima glazbe, mozaičnih emisija (kulinarnstvo, dizajn...), kvalitetnog dokumentarnog, serijskog i filmskog programa kako domaće, tako i inozemne produkcije. Dječji i obrazovni program HTV-a stalni su sadržaji Drugog programa. Od 2019. godine naglasak je na povećanju budžeta i prilagođavanju sadržaja novim komunikacijskim kanalima putem digitalnih platformi kao što su društvene mreže, web i multimedija te pokretanju novih formata i promociji glazbe, kulture, rekreacije i sporta. Jedan od ciljeva Drugog programa je razvijati nove ideje u Odjelu za djecu i mlade kreiranjem novih i inovativnih sadržaja koji će slijediti svjetske trendove u produkciji emisija za najmlađe uzraste.

Treći program Hrvatske televizije (HRT-HTV3)

Treći program Hrvatske televizije prati teme iz područja umjetnosti, kulture, znanosti i obrazovanja te različitih tema od javnoga interesa, te medijski popraćuje brojne kulturne manifestacije, festivale i događaje. Prigodnim se sadržajima obilježavaju važni datumi i kulturne obljetnice. U zabavnom programu Trećeg programa Hrvatske televizije ponekad se nude i sadržaji namijenjeni obiteljskom gledanju, dakle i djeci.

Četvrti program Hrvatske televizije (HRT-HTV4)

Četvrti program Hrvatske televizije bavi se informativnim studijskim programom, odnosno prate se stanja i događaji u stvarnom svijetu i vremenu, reporteri se uživo javljaju s

mjesta događaja. Na ovom programu mlađa publika neće pronaći prikladan sadržaj za svoju dob.

5.3 Ostali televizijski kanali

Osim spomenutih kanala, ispitanici roditelji navode razne europske i svjetske kanale koji su dostupni i u Hrvatskoj, no oni nisu obuhvaćeni idućim istraživanjem.

NICKELODEON

Nickelodeon je američki kanal namijenjen djeci koji je s emitiranjem započeo 1. prosinca 1977. godine. Emitiraju se crtane serije i filmovi jednako kao i igrane serije i filmovi. Većinom je prilagođen djeci školske dobi i mladima, dok je Nickelodeon Junior namijenjen djeci predškolske dobi. Kada se kanal tek počeo prikazivati na području Hrvatske, sadržaji nisu bili sinkronizirani, a nisu imali ni podnaslove. Trenutno se prikazuju Nickelodeon na originalnom jeziku te onaj sinkronizirani na hrvatski.

CARTOON NETWORK

Cartoon Network je također američki program koji emitira akcijske i zabavne crtane serije, a s emitiranjem je započeo 1. listopada 1992. godine. Prvi lik koji je predstavio novi kanal bio je „Zekoslav Mrkva“. Osim dječjih programa na ovom kanalu, prikazuje se još jedan poseban kanal s crtanim serijama koje su namijenjene odraslima te se naravno prikazuju u kasnijem večernjem terminu. Dječje najpoznatije serije su „Dexter's Laboratory“ i „The Powerpuff Girls“.

BABY TV

Iako se ranije u radu spominju istraživanja koja tvrde kako djeca mlađa od dvije godine ne bi uopće trebale gledati televiziju, kanal za njih ipak postoji i naziva se „Baby TV“. Emitiraju

se mirni sadržaji, gdje se izmjenjuje puno boja, pjevaju pjesmice, ali postoje i emisije u kojima se uče glavne boje, brojevi, oblici i slično. Svi navedeni kanali imaju i svoje web stranice na kojima su djeci i roditeljima omogućeni svi sadržaji koji se prikazuju na televiziji. Međutim, većina ih se u Hrvatskoj ipak ne može reproducirati ili je potrebno preuzeti datoteke koje je nerijetko potrebno platiti.

DISNEY CHANNEL

„Disney Channel“, također poznat i kao „The Disney Channel“ i „Disney“ američka je osnovna mreža kableske i satelitske televizije, u vlasništvu „Walt Disney Television“, odjeljenja „Disney Media Networks“. „Disney Channel Worldwide“ globalni je *portfolio* od 118 zabavnih kanala za djecu dostupnih u više od 164 zemalja i 34 jezika. Brendovi platformi su „Disney Channel“, „Disney Junior“ i „Disney XD“. „Disney Junior“ poseban je kanal namijenjen predškolskoj djeci. Neki od sadržaja koji se prikazuju su „Mickey Mouse Club“, „Rhythm and Rhymes“, „Lullabies“, „Sunny Bunnies“ te mnogi drugi.

6. Istraživanje

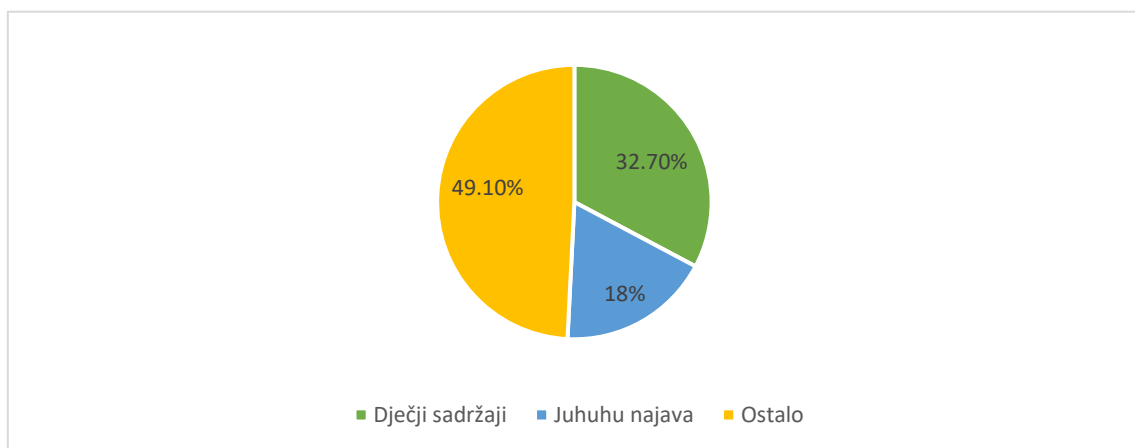
6.1. Cilj istraživanja i istraživačka pitanja

Cilj ovog istraživanja bio je utvrditi koliko se sadržaja na engleskom jeziku prikazuje na hrvatskoj televiziji, koliko je sadržaja sinkronizirano, a koliko titlovano te koji žanrovi prevladavaju. Poznato je već kako je RTL Kockica kanal namijenjen djeci, no HTV 2 je namijenjen cijeloj populaciji stoga je u istraživanju izračunat postotak koji pokazuje koliku ponudu dječjih sadržaja HTV 2 nudi najmlađima.

6.2. Metoda istraživanja

Izvori koji su korišteni kako bi se pronašli podaci za provođenje ovog istraživanja bili su objavljeni TV-rasporedi kanala RTL Kockice te HTV-a 2. Uvrštavanjem podataka u tablice (naziva sadržaja, njihovih trajanja, žanrova, jesu li sinkronizirani ili imaju titlove) izračunali su se postoci koji su bitni za istraživanje.

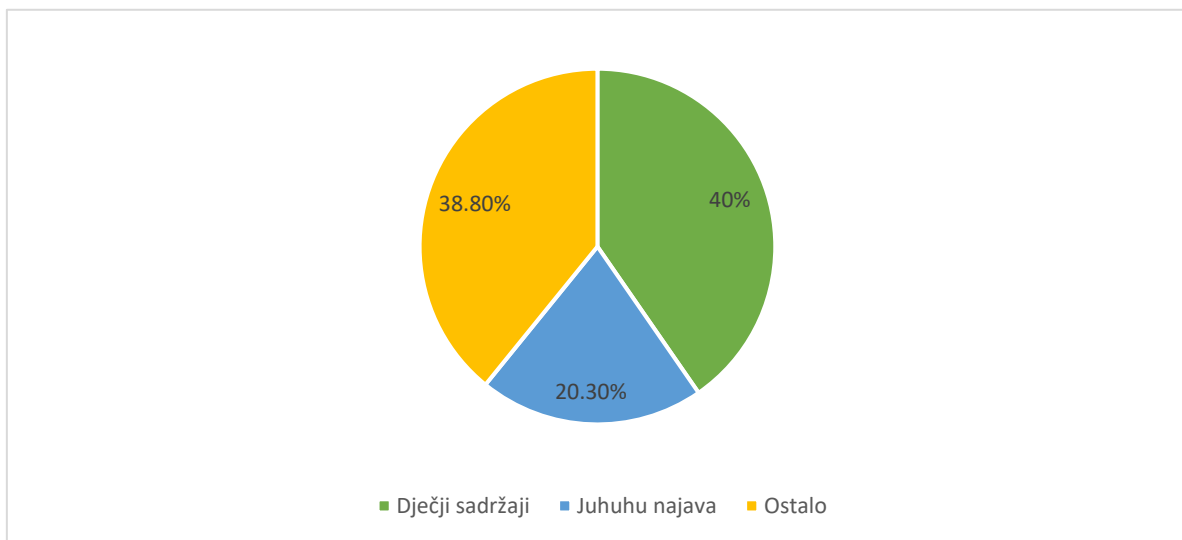
6.3. Rezultati istraživanja



Grafikon 11 HTV 2 (ponedjeljak) - Prikaz udjela dječjih sadržaja

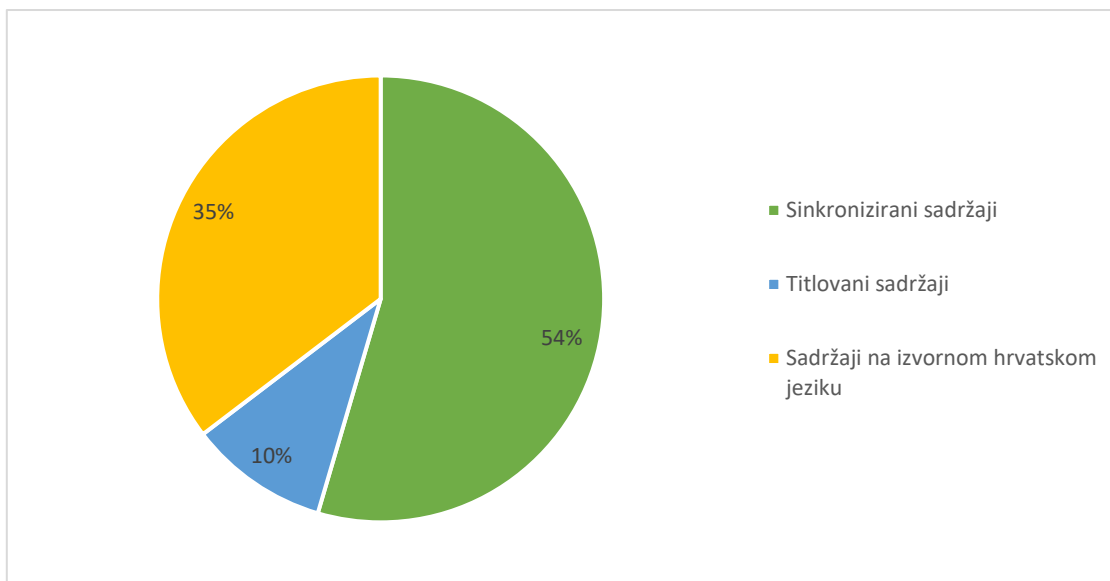
Grafikon pokazuje kako HTV 2 nudi 32,70% dječjih sadržaja.

Međutim, ako se izostavi „Juhuhu najava“ koja oduzima 18% od ukupnog programa, onda će taj postotak biti manji. Naime, „Juhuhu“ je jutarnji program za djecu koji uključuje domaće serije, sinkronizirane crtane filmove, dokumentarne serije te lutke i lutkare, glumce i glazbenike i pjevače, ali kratka najava za njih se ponedjeljkom prikazuje čak 11 puta, ponedjeljkom, a najava traje jednu minutu.



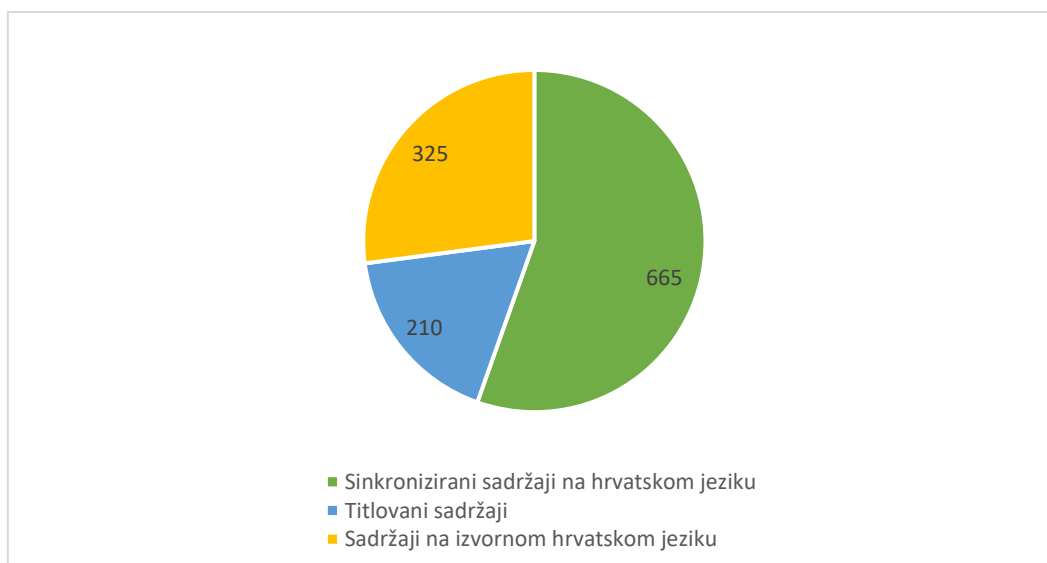
Grafikon 12 HTV 2 (nedjelja) - Prikaz udjela dječjih sadržaja

Nedjeljom je postotak dječjih sadržaja nešto veći nego ponedjeljkom, odnosno 40%. „Juhuhu najava“ nedjeljom zauzima 20.30%, dok na ostale sadržaje otpada 38.80%. U tjednu i vikendom, svi su dječji sadržaji na ovom kanalu sinkronizirani, osim u slučaju kada se prikazuju određeni dječji igrani filmovi koji ponekad imaju titlove.

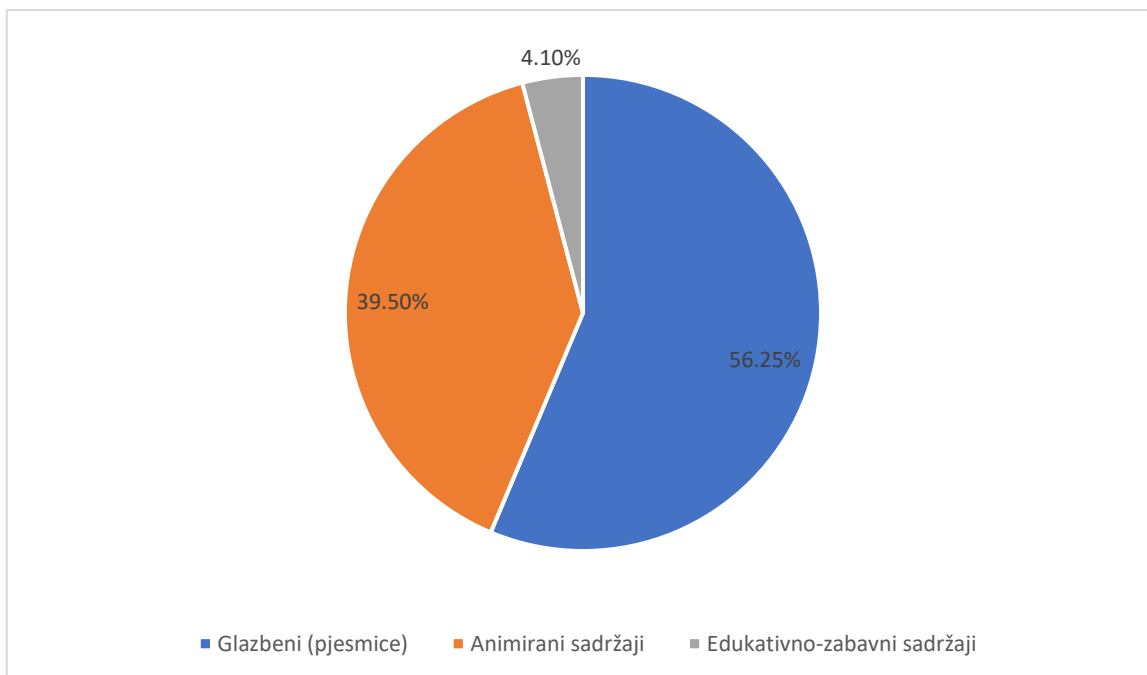


Grafikon 13 RTL Kockica (ponedjeljak) - Sinkronizacija vs. titlovi

Istraživanje je pokazalo da je 54% sadržaja na RTL Kockici sinkronizirano, 35% sadržaja je na izvornom hrvatskom jeziku, a tek 10% titlovano. Odnosno, 665 minuta sinkroniziranih sadržaja, 325 na izvornom hrvatskom jeziku, ukupno 990 minuta sadržaja na hrvatskom jeziku, Na sadržaje na engleskom jeziku otpada 210 minuta.

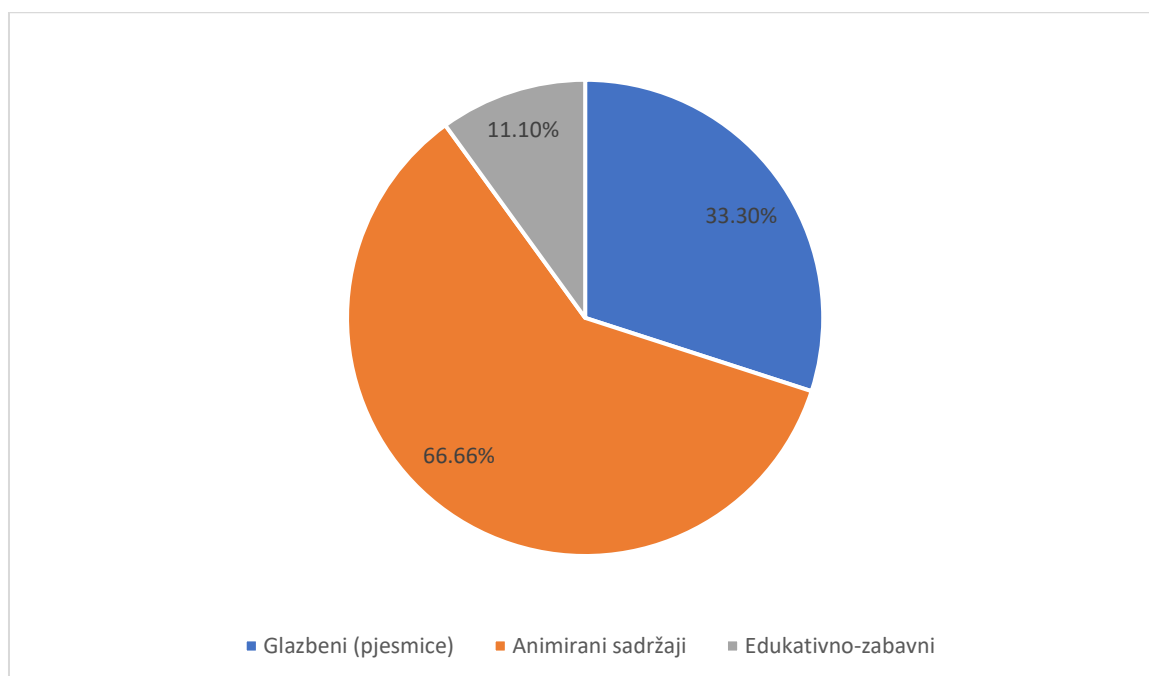


Grafikon 14 RTL Kockica (ponedjeljak) - Ukupan broj minuta televizijskih sadržaja na engleskom i hrvatskom jeziku



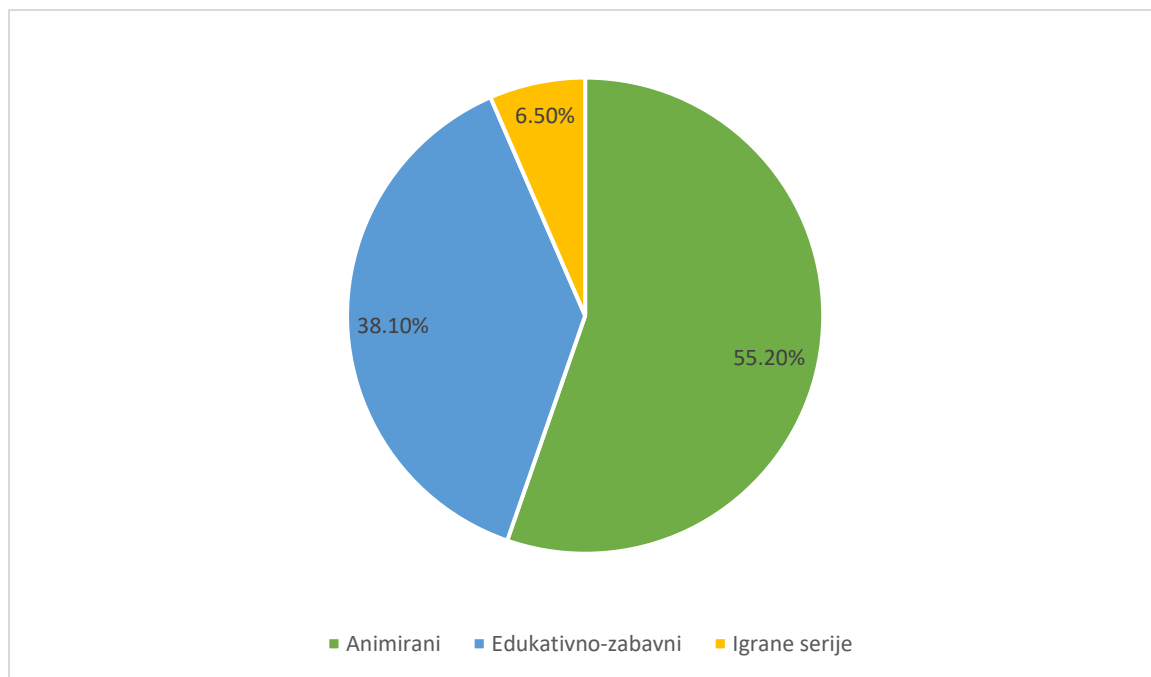
Grafikon 15 HTV 2 (ponedjeljak) - Žanrovi sadržaja

Ponedjeljkom se na HTV-u 2 prikazuje 56.25% glazbenih sadržaja, odnosno dječjih pjesmica, 39.50% animiranih sadržaja sinkroniziranih na hrvatski jezik te 4.1% edukativno-zabavnih sadržaja. U grafikonu su prikazani isključivo sadržaji namijenjeni djeci, ostatak programa je izostavljen.



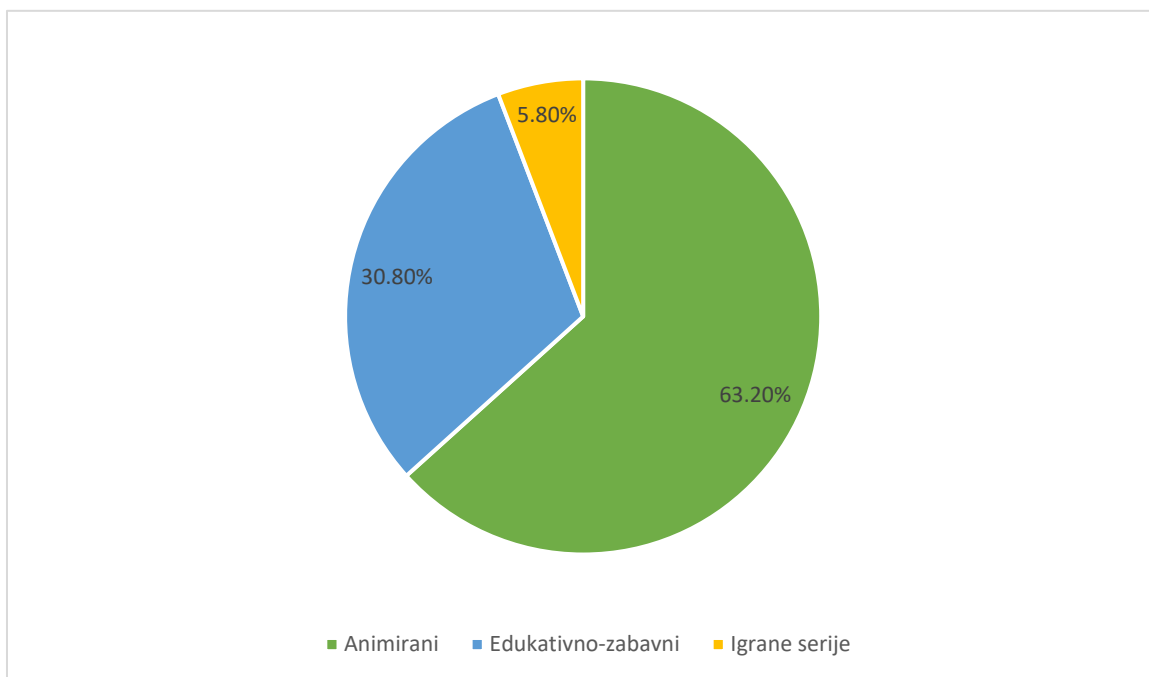
Grafikon 16 HTV 2 (nedjelja) - Žanrovi sadržaja

Kao što je ranije navedeno, nedjeljom je program namijenjen djeci kraći od onoga u tjednu. Animirani sadržaji su i dalje najčešći, 66.66%, zatim glazbeni 33.30% te edukativni 11.10%.



Grafikon 17 RTL Kockica (ponedjeljak) - Žanrovi sadržaja

Ponedjeljkom se na RTL Kockici prikazuje 55.20% animiranih sadržaja, 38.10% edukativno-zabavnih sadržaja te 6.5% igranih serija.



Grafikon 18 RTL Kockica (nedjelja) - Žanrovi sadržaja

Nedjeljom se povećava broj animiranih sadržaja, 63.20%, 30.80% zauzimaju edukativno-zabavni sadržaji, a 5.80% igrane serije.

Na RTL Kockici se čak 24 sadržaja reprizira, odnosno emitira dvaput. Najčešće prvi put u jutarnjem terminu pa kasnije u popodnevnom. Na HTV-u 2 se originalni sadržaji i reprize prikazuju u jutarnjem terminu. Određeni glazbeni sadržaji emitiraju se čak četiri puta.

7. Rasprava

Roditelji su u preliminarnom istraživanju naveli da se djeca sa engleskim jezikom najviše susreću gledajući kanale kao što su to Nickelodeon ili Baby TV, no oni nisu istraživani jer su oni kompletno na engleskom jeziku. Što se Nickelodeona tiče, danas postoji i inačica ovog kanala koja je kompletno sinkronizirana na hrvatski, stoga ni njega nije bilo potrebno analizirati. U prvom poglavlju rada, istraživanja pokazuju kako dijete prosječno uz televiziju provede tri sata dnevno (Brunner 2000). Međutim, roditelji ispitanici preliminarnog istraživanja tvrde drugačije. Najviše ih je odgovorilo da njihova djeca provode sat dnevno uz televiziju ili neke druge medijske uređaje, zatim dva do tri sata, a rijetki su oni koji navode kako djeca provode više od četiri sata uz iste. Također, najviše je roditelja izjavilo kako djeca često prate sadržaje na engleskom jeziku, a vrlo mali broj roditelja izjavilo je da ne prate nikad. Svi se roditelji slažu ili djelomice slažu da digitalni mediji imaju veliku ulogu u usvajanju novog jezika te smatraju da bi svaka predškolska ustanova trebala imat mogućnost provođenja učenja engleskog jezika.

Istraživanje je pokazalo da se danas dječji sadržaji na hrvatskoj televiziji uglavnom sinkroniziraju. Oni sadržaji koji se ne sinkroniziraju većinom su humoristične ili druge igrane serije namijenjene cijeloj obitelji. Međutim, animirana serija „Majstor Mato“ također je sinkronizirana, ali se u istoj koriste i određene riječi na engleskom jeziku koje pomažu djeci u usvajanju novih stranih riječi. U istraživanju koje su proveli Kirkorian H.L. i suradnici (2008) navodi se kako će djeca brže i bolje razumjeti sadržaj ili zapamtiti nove riječi gledanjem istog sadržaja više puta. Obzirom na količinu repriza koje kanali RTL Kockica i HTV-2 emitiraju, djeca imaju prilično dobru ponudu takvih sadržaja koji će im pomoći pri učenju. Oba kanala nude razne edukativno-zabavne emisije u kojima se djeci nude zanimljive teme, od povijesti pa sve do kuhanja. Istraživanje pokazuje kako se na HTV-u 2 dječji sadržaji većinom prikazuju samo ujutro dok je veliki dio djece u dječjim vrtićima ili školama. Obzirom na to, kada se vrate kući, na tom su im kanalu dostupni samo sadržaji namijenjeni za starije koji nisu sinkronizirani već imaju podnaslove.

Uspoređujući podatke iz preliminarnog istraživanja koji prikazuju koliko često djeca gledaju sadržaje na engleskom jeziku te ponudu engleskih sadržaja na hrvatskoj televiziji, zaključuje se da ona češće provode vrijeme uz strane televizijske kanale nego uz navedene domaće.

8. Zaključak

Život bez digitalnih medija i engleskog jezika danas je nezamisliv. Odrasli i djeca u Hrvatskoj, ali i ostatku svijeta sve se češće koriste engleskim jezikom, bilo to u formalnoj ili neformalnoj komunikaciji. Autorica je nakon dva provedena istraživanja došla do idućih rezultata. U preliminarnom su istraživanju rezultati pokazali da djeca uglavnom provode sat vremena pred ekranima, maksimalno tri sata te da često prate sadržaje na engleskom jeziku. Najčešći digitalni medijski uređaj kojim se koriste jest televizor, odnosno, najviše vremena pred ekranom provode gledajući televizijske sadržaje. U drugom su istraživanju, nakon uspoređivanja dva hrvatska televizijska kanala, odnosno RTL Kockice i HTV-a 2 rezultati pokazali da se veliki dio televizijskih sadržaja na tim kanalima sinkronizira na hrvatski jezik ili je već izvorno na spomenutom jeziku. No, zahvaljujući raznim stranim kanalima koji su danas dostupni, slušanje izvornog jezika je itekako prisutno. Također, sadržaji koji se prikazuju u popodnevnom terminu HTV-2 nisu sinkronizirani već imaju podnaslove jednako kao i obiteljski sadržaji koji se prikazuju u večernjem terminu na RTL Kockici.

Osim televizije, danas su prisutne i razne druge digitalne platforme kao što su to Youtube, NetflixKids i ostale koje im također mogu biti od velike pomoći u usvajanju novog jezika, u ovom slučaju engleskog, ali i bilo kojeg drugog. Također, već u dječjim vrtićima postoje programi učenja stranih jezika. Kao jedna od negativnih strana sinkronizacije navedena je činjenica da je ona vrlo skupa te da za provedbu treba više vremena i osoba nego što je to potrebno za titlovanje određenog sadržaja. Tu „negativnu“ stranu, manje i siromašnije države, poput Hrvatske, trebale bi gledati kao pozitivnu stranu iz razloga što ljudi imaju puno prilika čuti izvorne jezike drugih zemalja, lakše ih usvajati, ali i istovremeno uživati. Velike zemlje poput Italije i Španjolske kojima je uglavnom sav televizijski sadržaj sinkroniziran, stalno slušaju iste glasove obzirom da najčešće isti glumci posuđuju glas za gotovo sve što se prikazuje. Iako je ranije navedenim istraživanjem dokazano da svaka zemlja preferira onu tehniku prevođenja na koju je navikla, osim teže mogućnosti usvajanja novog jezika, gledanje takvih sadržaja postaje monotono.

Literatura

Albergaria A.,P., Dinis, P.,C. (2013). Foreign language acquisition: the role of subtitling. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 141, 1234 – 1238. URL: https://www.researchgate.net/publication/266678776_Foreign_Language_Acquisition_The_Role_of_Subtitling. Pristupljeno 1. kolovoza 2021.

Barr, R. (2017). Media Exposure During Infancy and Early Childhood. *ETR&D* 47, 51–60.

Dore, A. R., Logan, J., Lin, T., Purtell, M., K., Justice, L. (2020). Characteristics of Children's Media Use and Gains in Language and Literacy Skills. *Frontiers in Psychology* 11(2224), 1-10. URL: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.02224>. Pristupljeno 1. kolovoza 2021.

Đapić R., M., Flander, B., G., Bagarić, S., E. (2020). Mala djeca pred malim ekranima: Hrvatska u odnosu na Europu i svijet. *Napredak: Časopis za interdisciplinarna istraživanja u odgoju i obrazovanju*, 161(1-2), 45-61. URL: <https://hrcak.srce.hr/239891>. Pristupljeno 2. kolovoza 2021.

Fransecky, R., B., Debes, J., L. (1972). *Visual literacy: a way to learn--a way to teach*. Washington: Association for Educational Communications and Technology. URL: <https://eric.ed.gov/?id=ED064884>.

Kirkorian, H., L., Wartella, E., A., Anderson, D., R. (2008). *The Future of children*, Woodrow Wilson School of Public and International Affairs at Princeton University and the Brookings Institution.

Koolstra, C., M., Beentjes, W., J. (1999). Children's Vocabulary Acquisition in a Foreign Language through Watching Subtitled Television Programs at Home. *ETR&D* 47, 51–60. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/BF02299476>. Pristupljeno 2. kolovoza 2021.

Koolstra, C., M., Peeters, A., L. (2002). The Pros and Cons of Dubbing and Subtitling. Ur. Spinhof, H. *European Journal of Communication* 17(3), 325-254. URL: <https://asset-pdf.scinapse.io/prod/2101763985/2101763985.pdf>. Pristupljeno 1. kolovoza 2021.

Mlinarević, V. (2004). Dijete i televizija. Ur: Babić, N., Irović, S. Redžep-Borak, Z. *3. stručni i znanstveni skup Rastimo zajedno: zbornik radova*, 39-46. URL: <https://www.bib.irb.hr/504723>. Pristupljeno 1. rujna 2021.

Novak, B. (2006). *Leksikon radija i televizije*. Zagreb: Masmedia.

Prera, A. (2021). The McGurk effect. Simply Psychology.,
<[https://www.simplypsychology.org/mcGurk effect](https://www.simplypsychology.org/mcGurk%20effect)>. Pristupljeno 09. rujna 2021.

Rhetorics of the Web: "Now...This",
<<https://people.ucalgary.ca/~dabrent/webliteracies/postman.htm>>, Pristupljeno 09. rujna 2021.

Nagira, Y. (2011). Vocabulary Learning through Captions. *International Conference on Languages, Literature and Linguistics IPEDR 26*. IACSIT Press, Singapore. URL:
https://www.socialsciencesconf.org/Language-and-Literature/?gclid=Cj0KCQjwv5uKBhD6ARIsAGv9a-zSLK_dm3DiaEWtOIF3ZK36u0kyBOJt06fr-Jn5sN4RZmC3NJ3XsoaAiw8EALw_wcB.
Pristupljeno 20. kolovoza 2021.

Mrežne stranice

Baby TV, <<https://www.babytv.com/>>, Pristupljeno 1. Kolovoza 2021.

Cartoon Network; <<https://www.cartoonnetworkhq.com/>>, Pristupljeno 1. kolovoza 2021.

Disney Channel, <<https://www.disneychannel.ca/>>, Pristupljeno 1. kolovoza 2021

HRT Hrvatska radiotelevizija, <<https://juhuhu.hrt.hr/>>, Pristupljeno 20. kolovoza 2021

Djeca i televizija, <<http://www.istrazime.com/djecja-psihologija/djeca-itelevizija/>>,
Pristupljeno 1. kolovoza 2021.

Ekranizam, <<http://www.istrazime.com/djecja-psihologija/ekranizam/>>, Pristupljeno 1. kolovoza 2021.

Nickelodeon; <<http://www.nick.tv/>>, Pristupljeno 1. kolovoza 2021.

Prilozi i dodaci

Grafikon 1 Dob djece	11
Grafikon 2 Najčešće korišteni medijski uređaji	12
Grafikon 3 Dob početka korištenja medijskim uređajima.....	13
Grafikon 4 Vrijeme provedeno uz medijske uređaje.....	13
Grafikon 5 Praćenje sadržaja na engleskom jeziku.....	14
Grafikon 6 Na kojim se televizijskim kanalima prikazuju takvi sadržaji?.....	15
Grafikon 7 Igraju li vaša djeca interaktivne kompjuterske igrice na engleskom jeziku?.....	16
Grafikon 8 Pohađaju li program učenja engleskog jezika u dječjem vrtiću?.....	16
Grafikon 9 Smatrate li da bi svaka predškolska ustanova trebala imati mogućnost učenja engleskog jezika?	17
Grafikon 10 Digitalni sadržaji imaju veliku ulogu u svladavanju novog jezika.....	17
Grafikon 11 HTV 2 (ponedjeljak) - Prikaz udjela dječjih sadržaja.....	22
Grafikon 12 HTV 2 (nedjelja) - Prikaz udjela dječjih sadržaja.....	23
Grafikon 13 RTL Kockica (ponedjeljak) - Sinkronizacija vs. titlovi.....	24
Grafikon 14 RTL Kockica (ponedjeljak) - Ukupan broj minuta televizijskih sadržaja na engleskom i hrvatskom jeziku.....	24
Grafikon 15 HTV 2 (ponedjeljak) - Žanrovi sadržaja.....	25
Grafikon 16 HTV 2 (nedjelja) - Žanrovi sadržaja.....	25
Grafikon 17 RTL Kockica (ponedjeljak) - Žanrovi sadržaja	26
Grafikon 18 RTL Kockica (nedjelja) - Žanrovi sadržaja	27

Izjava o izvornosti diplomskog rada

Izjavljujem da je moj diplomski rad izvorni rezultat mojeg rada te da se u izradi istoga nisam koristila drugim izvorima osim onih koji su u njemu navedeni.

Vlastoručni potpis studentice