

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

**NINA JERE**

MENTORICA: DOC. DR. SMILJA AMON

**SLOVENSKO ČASOPISJE V PROSTORU IN ČASU**

**PIONIRSKI LIST V LETU 1948 IN PIL V LETU 2001**

***DIPLOMSKO DELO***

**LJUBLJANA, 2003**

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**NINA JERE**

**SLOVENSKO ČASOPISJE V PROSTORU IN ČASU**

**PIONIRSKI LIST V LETU 1948 IN PIL V LETU 2001**

***DIPLOMSKO DELO***

**LJUBLJANA, 2003**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>I. UVOD</b>   | <b>5</b>  |
| <b>II. TEORETIČNA IZHODIŠČA</b>  | <b>8</b>  |
| <b>2.1. MNOŽIČNI MEDIJI</b>  | <b>8</b>  |
| 2.1.1. MNOŽIČNI MEDIJI ZA MLADE  | 10        |
| 2.1.2. NAMEN MNOŽIČNIH MEDIJEV   | 12        |
| 2.1.2.1. Množični mediji v socializmu  | 15        |
| 2.1.2.2. Množični mediji v kapitalizmu   | 17        |
| <b>2.2. VPLIV MEDIJEV</b>  | <b>19</b> |
| 2.2.1. MEDIJI IN REALNOST  | 21        |
| 2.2.2. VPLIV MEDIJEV NA OTROKE IN MLADINO  | 22        |
| 2.2.3. PROCES SOCIALIZACIJE IN MNOŽIČNI MEDIJI   | 24        |
| 2.2.4. POLITIČNA PROPAGANDA  | 26        |
| 2.2.5. OGLAŠEVANJE (EKONOMSKA PROPAGANDA)  | 30        |
| <b>2.3. VZGOJA ZA MEDIJE</b>   | <b>33</b> |
| <b>2.4. SPREMEMBE V MEDIJSKEM TRGU NA PODROČJU MLADINSKEGA ČASOPISJA</b>               | <b>35</b> |
| <b>III. ZGODOVINSKO OZADJE</b>   | <b>37</b> |
| <b>3.1. SLOVENIJA IN JUGOSLAVIJA V LETU 1948/49</b>                                    | <b>37</b> |
| <b>3.2. SLOVENIJA V LETU 2001</b>  | <b>39</b> |
| <b>3.3. MLADINSKA POLITIKA 1948/2001</b>   | <b>41</b> |
| 3.3.1. MLADINSKA POLITIKA V JUGOSLAVIJI TAKOJ PO 2. SVETOVNI VOJNI                     | 41        |
| 3.3.2. MLADINSKA POLITIKA SLOVENIJE OB PRELOMU TISOČLETJA IN SPREMEMBI DRUŽBENEGA REDA | 43        |
| <b>3.4. MLADINSKO ČASOPISJE V SLOVENIJI</b>  | <b>46</b> |
| 3.4.1. ZAČETKI V 19. STOLETJU  | 46        |
| 3.4.2. 20. STOLETJE DO DRUGE SVETOVNE VOJNE  | 47        |
| 3.4.3. OD DRUGE SVETOVNE VOJNE DO OSAMOSVOJITVE SLOVENIJE                              | 47        |
| 3.4.4. PO LETU 1991  | 48        |
| <b>3.5. PIONIRSKI LIST/PIL 1948 – 2001</b>   | <b>51</b> |
| <b>IV. EMPIRIČNI DEL</b>   | <b>53</b> |
| <b>4.1. PIONIRSKI LIST V LETU 1948</b>   | <b>53</b> |
| 4.1.2. VREDNOTE V PIONIRSKEM LISTU V LETU 1948   | 54        |
| 4.1.2.1. Vrednota 1: Bratstvo med narodi   | 55        |
| 4.1.2.2. Vrednota 2: Delo za skupnost  | 58        |
| 4.1.2.3. Vrednota 3: Ljubezen do domovine Jugoslavije                                  | 61        |
| <b>4.2. PIL V LETU 2001</b>  | <b>66</b> |
| 4.2.1. »PIL PLUS ... ZA IZPILJEN OKUS«   | 66        |
| 4.2.2. »PIL ... IMA SVOJ STIL«   | 67        |
| 4.2.3. VREDNOTE V PILU IN PILU PLUS V LETU 2001  | 67        |
| 4.2.4. VREDNOTE V PILU   | 69        |
| 4.2.4.1. Vrednota 1: Strpnost  | 69        |
| 4.2.4.2. Vrednota 2: Individualizem  | 70        |

|   |    |
|---|----|
| 4.2.4.3. Vrednota 3: Ljubezen do domovine Slovenije | 72 |
| 4.2.5. VREDNOTE V PILU PLUS                         | 73 |
| 4.2.5.1. Vrednota 1: Strpnost                       | 73 |
| 4.2.5.2. Vrednota 2: Individualizem                 | 75 |
| 4.2.5.3. Vrednota 3: Ljubezen do domovine Slovenije | 78 |

---

|                 |           |
|-----------------|-----------|
| <b>V. SKLEP</b> | <b>81</b> |
|-----------------|-----------|

---

|                      |           |
|----------------------|-----------|
| <b>VI. REFERENCE</b> | <b>84</b> |
|----------------------|-----------|

|                       |           |
|-----------------------|-----------|
| <b>6.1. PERIODIKA</b> | <b>84</b> |
|-----------------------|-----------|

|                        |           |
|------------------------|-----------|
| <b>6.2. LITERATURA</b> | <b>84</b> |
|------------------------|-----------|

---

|                     |           |
|---------------------|-----------|
| <b>VII. PRILOGE</b> | <b>91</b> |
|---------------------|-----------|

|  |           |
|--|-----------|
| <b>PRILOGA A: PIONIRSKI LIST, ŠT. 1, LETO 1, 18.2.1948</b> | <b>91</b> |
|--|-----------|

|  |           |
|--|-----------|
| <b>PRILOGA B: PIONIRSKI LIST, ŠT. 45, LETO 1, 30.12.1948</b> | <b>92</b> |
|--|-----------|

|  |           |
|--|-----------|
| <b>PRILOGA C: TABELE VREDNOT IZ RAZISKAVE MLADINA 2000</b> | <b>93</b> |
|--|-----------|

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| TABELA 7.1. VREDNOSTNE USMERITVE | 93 |
|----------------------------------|----|

|                      |    |
|----------------------|----|
| TABELA 7.2. STRPNOST | 94 |
|----------------------|----|

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| TABELA 7.3. ŽIVLJENJSKI INTERES | 94 |
|---------------------------------|----|

|   |           |
|---|-----------|
| <b>PRILOGA D: SEZNAM VODILNIH TEM V PILU IN PILU PLUS V LETU 2001</b> | <b>96</b> |
|---|-----------|

|                       |    |
|-----------------------|----|
| D1. SEZNAM TEM V PILU | 96 |
|-----------------------|----|

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| D2. SEZNAM TEM »KLICAJ« V PILU PLUS | 96 |
|-------------------------------------|----|

## I. Uvod

»Vsa nova komunikacijska sredstva so bila zlorabljena, bodisi za politično kontrolo (kot v propagandi) bodisi za komercialni profit (kot v reklami).«

Raymond Williams (Splichal, 1984: 21)

Marsikdo bi imel Williamsov pogled na množične medije za preveč ciničnega, toda v resnici so tako oblast kot podjetja kmalu po nastanku množičnih občil spoznala, da jih lahko uporabijo za posredovanje svojih interesov potencialnim uporabnikom medijskih vsebin. Idealistični nameni informiranja in izobraževanja so se kmalu morali upogniti pod političnim ali ekonomskim pritiskom.

Toda posledica medijskih raziskav je bila tudi večja osveščenost ljudi in v današnjem času težko najdemo človeka, ki bi verjel v objektivnost medijev. Postavlja pa se nam vprašanje, kaj se dogaja z občili, ki so namenjena otrokom in mladim. So tudi otroške revije in oddaje za mladino podlegle pritiskom tistih, ki imajo v rokah vzvode moči?

Prav gotovo so bili prav množični mediji za otroke in mladino najbolj zaželena tarča vseh, ki so želeli vplivati na občinstvo množičnih medijev. Kdor hoče imeti v družbi moč, mora svoje občinstvo vzgojiti, ga oblikovati po svojem okusu. To pa se najlaže izvede v mladosti, ko posamezniki še nimajo izoblikovane sposobnosti samostojnega kritičnega sprejemanja medijskih vsebin. Hkrati pa se je treba zavedati, da je ena glavnih nalog mladinskih in otroških medijev tudi vzgoja posameznika za uspešno življenje v določenem družbenem sistemu.

Pionirski list ali Pil, kot je znan danes, je prav gotovo eden najprimernejših mladinskih časopisov za primerjavo vrednot, ki jih mladinsko časopisje posreduje v različnih družbenih sistemih. Izhaja že od leta 1948, ko je bil v takratni SFRJ komunizem na vrhuncu svojih moči, imel pa je tudi močno podporo ljudstva, ki je bilo pijano od zmage v drugi svetovni vojni. Dobrih petdeset let kasneje razmere v Sloveniji skorajda ne bi mogle biti drugačne. Jugoslavija je razpadla, vrednote socializma in komunizma so se razblinile ob soočenju s kapitalizmom in dekadentnostjo zahodnega sveta in individualizem je zamenjal solidarnost. Glavno vprašanje moje naloge je: kakšne so torej razlike med vrednotami, ki jih podaja Pionirski list v letu 1948, in tistimi, ki jih opisuje Pil v letu 2001? In s tem povezano tudi, kakšnega posameznika želi vzgojiti Pionirski list in kakšnega Pil?

S teoretičnim ozadjem želim zgraditi oporo moji diplomski nalogi in narediti teoretični pregled načinov in namenov vplivanja množičnih medijev, še posebej na mlade, pa tudi, kako se da te vplive nekoliko nevtralizirati z medijsko vzgojo. Zgodovinsko ozadje v tretjem poglavju pokaže družbenozgodovinski okvir, v katerem sta nastajali obe glasili. V drugem delu diplomske naloge sem se z analizo besedil in upoštevanjem zgodovinskoteoretičnega okvira lotila analize vsebine Pionirskega lista/Pila.

Glede na zgodovinsko in družbenopolitično ozadje izhajanja glasila v letih 1948 in 2001, sem si postavila dve glavni hipotezi o namenu tega mladinskega glasila, na katerih temelji moje diplomsko delo:

**H1: V letu 1948 je v Pionirskem listu prisotna močna politična propaganda, ki se prenaša skozi elemente državne ideologije.**

**H2: V letu 2001 je Pil tržno naravnana, zato je v njem močno prisotno oglaševanje, tako odkrito kot prikrito.**

Za raziskovanje in dokazovanje teh dveh hipotez sem se odločila, da se osredotočim na glavni namen vsakega vplivanja v množičnih medijih, še posebej v tistih za otroke in mladino – posredovanje vrednot vladajočega družbenega sistema. Tako sta nastali dve pod-hipotezi, ki predstavljata osnovo za empirični del diplomske naloge:

**H1a: V letu 1948 Pionirski list posreduje vrednote socializma in komunizma.**

**H2a: V letu 2001 Pil posreduje vrednote potrošniške družbe.**

Te dve širši hipotezi sem na podlagi zgodovinskih dokumentov in dogodkov zožala na tri vrednote za posamezno obdobje. Odločila sem se za primerjavo dveh sklopov vrednot, po enega iz vsakega obdobja:

**H1b: Vrednote socializma so: bratstvo med narodi, delo za skupnost, ljubezen do domovine Jugoslavije.**

**H2b: Vrednote potrošniške družbe so: strpnost, individualizem, ljubezen do domovine Slovenije.**

V empiričnem delu sem se odločila uporabiti zgodovinsko-primerjalno metodo, ki po Tošu zajema dve dimenziji, prostor in čas, v katerem upošteva družbe, pojave in procese v družbah, ki se podrejajo določenim zakonitostim (1998: 36). Zaradi povečanega obsega števila člankov v letu 2001 sem se odločila analizirati le prispevke, t.i. teme številke, ki predstavljajo vsebinski poudarek vsake številke. V letu 1948 so bili najpomembnejši prispevki objavljeni na prvi in drugi strani, zato sem se osredotočila na analizo teh. Ker pa je vsako besedilo mogoče razumeti le z umeščanje v prostor in čas, v katerem je nastalo, sem za vsako obdobje podala tudi zgodovinsko in družbeno ozadje, pa tudi mladinsko politiko države v tistem času, saj je Pionirski list/Pil vedno izhajal s podporo države. Skozi takšno analiziranje vsebin, ki upošteva družbenozgodovinski kontekst, naj bi se izkristalizirala dva svetova, ki so ju odrasli ponujali mladim kot najboljša.

## II. TEORETIČNA IZHODIŠČA

### 2.1. Množični mediji

Množični mediji so že vse od svojega nastanka imeli posebno mesto v družbi. Toda preden se poglobimo v njihov namen in vpliv, moramo raziskati, kaj množični mediji sploh so in kakšna je njihova vloga v družbi.

Erjavec (Erjavec in Volčič, 1998) opiše večplastno naravo in vlogo medijev, ko pravi, da so mediji inštitucije z lastnimi normami in pravili, in pomembna vez za družbo in v družbi (ustvarjajo dobrine, delovna mesta ...). Hkrati so mediji tudi izvor moči, sredstvo kontrole, nadomestek za silo ali druge izvore oblasti in moči. Mediji so prostor, kjer se dogajajo javne zadeve na nacionalni in globalni ravni. Mediji so kulturni prostor v smislu mode, umetnosti, norm, življenjskih stilov. Mediji so tudi dominanten vir definiranja družbene realnosti za posameznika, skupine in družbe – izražajo norme in vrednote.

Po Splichalu (Luthar, 1992: 8) je prav serialnost (periodičnost, ciklično ponavljanje) temeljna značilnost medijev, ki definira standardni nacionalni koledar, pa tudi individualni življenjski urnik. Naklada medijev ali širina dosega pri elektronskih medijih je naslednja značilnost množičnih občil, ki zagotavlja dostopnost medijev čimvečjemu krogu bralcev, gledalcev ali poslušalcev. Hkrati pa je vsebina in oblika medijev tudi prilagojena (namišljenemu) ciljnemu občinstvu, za katerega se domneva, da ima določene lastnosti in interese. Najpomembnejša značilnost (in tako rekoč *raison d'etre*) množičnih medijev je aktualnost pri posredovanju informacij svojim bralcem.

Najbolj znana komunikološka definicija množičnega komuniciranja je, da je to sporočanje, namenjeno relativno velikemu, heterogenemu in anonimnemu občinstvu (Wright, 1999: 76; Erjavec in Volčič, 1998: 16). Toda avtorji hkrati opozarjajo, da je kriterij velikosti zelo prilagodljiv, zato označimo kot veliko občinstvo tisto, pri katerem komunikator ni zmožen s člani občinstva vzpostaviti osebne stika. Kot pravi Košir (1995: 13), so mediji enosmerna cesta, ki ne pelje od mene k tebi, čeprav občila ustvarjajo iluzijo bližine in odnosa, ko se delajo, da posameznika ogovarjajo in nagovarjajo. Kriterij heterogenosti zahteva, da so iz množične komunikacije izvzete komunikacije, namenjene izbranemu ali elitnemu občinstvu. Sporočanje v množični komunikaciji je namenjeno posameznikom različnih družbenih slojev, različnih let, spolov, izobrazbe, geografskega področja, ipd. Zaradi same velikosti in heterogenosti občinstva je jasno, da komunikator ne pozna



posameznikov iz občinstva – pogoj anonimnosti. To pa ne pomeni, da so ti posamezniki družbeno izolirani, ampak so lahko med seboj povezani v številnih primarnih (npr. družina, šola) in sekundarnih (npr. politične stranke) družbenih skupinah kljub fizični izolaciji.

Druga definicija, ki jo omenja Erjavec (Erjavec in Volčič, 1999: 9) je, da je množično komuniciranje javno, hitro in minljivo. Sporočila v množični komunikaciji so na voljo vsem, so hitra in skušajo doseči veliko občinstvo v razmeroma kratkem času in so minljiva, saj so namenjena takojšnji uporabi, ne pa trajnemu zapisu.

Pomembna značilnost množičnega komuniciranja je tudi organiziranost, saj komunikator ne deluje osamljeno, ampak je del kompleksne organizacije, ki zaposluje veliko delovne sile in ima velike stroške (Erjavec in Volčič, 1999).

Vsak od množičnih medijev ima svoje značilnosti. V primerjavi z drugimi mediji so osnovne značilnosti (in hkrati prednosti) tiska oziroma časopisa podrobnejša predstavitev informacij (npr. kontekst, ozadje dogodkov in analiza) in interpretacija informacij (npr. komentar) (Erjavec in Volčič, 1998). Časopis tudi omogoča, da bralec sam izbira, kako in kdaj želi prebrati vsebino, ki je uporabna neodvisno od časa in prostora.

Noelle-Neumann navaja štiri značilnosti, ki opredeljujejo časopis (Erjavec in Volčič, 1998: 19):

1. Publiciteta oziroma javna objava informacij;
2. Aktualnost oziroma objava družbeno relevantnih informacij;
3. Univerzalnost oziroma raznolikost informacij za široko paleto bralcev;
4. Periodičnost oziroma kontinuiteta v izhajanju časopisa.

McQuail (1994: 14) pa opiše značilnost časopisa kot:

1. Redno in pogosto izhajanje;
2. Prodaja kot blago;
3. Informacijska vsebina;
4. Funkcija v javni sferi;
5. Urbana, sekularizirana javnost;
6. Relativna svoboda.

Prav značilnost periodičnega izhajanja tiska je pomenila zgodovinski prelom v nastanku množičnih medijev. V sodobni družbi predstavljajo tiskani množični mediji pogosto edini tiskani medij, ki ga večina odraslih (redno) bere (Brglez, 1999: 6). Jamnik (prav tam) pravi, da je »periodika eden od množičnih medijev, katere dnevna poraba je – skupaj s televizijo, radiem in drugimi mediji – v sodobni »medijski družbi« po količini takoj za spanjem in delom«.

### **2.1.1. Množični mediji za mlade**

Po najbolj splošni razlagi (Enciklopedija Slovenije, 1993: 177) so mladinsko časopisje periodične publikacije, namenjene otrokom in mladini. Mladini so namenjene tudi priloge v dnevnem ali tedenskem splošno-informativnem časopisju. Toda kaj ločuje mladinsko časopisje od »odraslega«, kaj definira »namenjenost otrokom in mladini«?

Nekatera sodobna mnenja postavljajo za pogoj določitve mladinskega časopisja generacijsko mejo in pravijo, da med mladinsko časopisje sodijo le periodične publikacije za otroke in mladostnike do konca osnovnega šolanja in mednje praviloma ne uvrščajo šolskih listov, kar je logično, če upoštevamo kriterija heterogenosti in velikosti občinstva.

Mladinski in otroški tisk se razlikuje od ostalih tudi po svoji vsebini. Po Erjavec (Erjavec in Volčič, 1998) je značilnost otroške in mladinske periodike ta, da je njena informativna, razvedrilna in izobraževalna vsebina namenjena osnovnošolskim otrokom in je zato tudi prilagojena njihovim kognitivnim sposobnostim. Posledica so enostavna, zabavna in hkrati izobraževalna besedila. Opozarja tudi, da otroški in mladinski tisk pogosto uporabljajo v šolah kot dodatek učnemu programu. In prav ta izobraževalna funkcija mladinskega tiska je tista najbolj značilna lastnost tega medija, ki ga ločuje od drugih medijev, namenjenih starejšim bralcem.

Prav vpetost v šolski program pogosto deluje omejujoče, saj mladinska periodika sledi potrebam šole in mladega šolajočega bralca. Posledica je pedagoški pristop k bralcu, ki je sicer upoštevan kot samostojno bitje z lastnimi željami, potrebami in okusom, toda te naj bi mu pomagali oblikovati in brusiti odrasli (Pogačar v Brglez, 1999: 205).

Ker za otroke pomeni stik z otroško in mladinsko periodiko pogosto prvi stik s kulturo branja periodičnega tiska, je v večini revij za mlade čutiti prizadevanja, da bi se mladi čimprej seznanili s tiskanim medijem, ga osvojili in vzljubili (Brglez, 1999).

Prav zaradi svoje prilagojenosti mlajšemu občinstvu je vsebinsko mladinski tisk pogosto tematsko opredeljen. Tako je za mladinski tisk značilna popolna odsotnost družbenopolitične tematike in črne kronike, tem, ki ju ti mediji prepuščajo časopisom za odrasle. Številne mladinske revije ne pokrivajo družbenopolitičnih dogodkov, kar ima za posledico pogosto odklonilen ali brezbrizen odnos mladih do dnevnopolitičnih vprašanj in dilem, ki se pogosto tičejo tudi njih samih.

Značilnost mladinskega tiska je tudi ta, da je namenjen populaciji, ki se izjemno hitro spreminja. To občinstvo po eni strani »doživlja pretrese sekundarne socializacije, po drugi pa je že zelo zgodaj vpeto v kolektivno sledenje trendom popularne kulture« (Brglez, 1999: 197). Zato se morajo revije za mlade, če želijo uspeti, specializirati za določeno ciljno populacijo (po Brglez določa to populacijo najprej starost in kasneje še spol), hkrati pa morajo uredništva natančno spremljati tudi popularnokulturne trende, ki jih pravzaprav tudi sama soustvarjajo. Kot pravi Milosavljevič (Erjavec in Volčič, 1998) živi mladinski tisk »pod terorjem svojih bralcev«, saj se morajo uredništva nenehno truditi, da sledijo nepredvidljivim zahtevam množic najstniškega bralstva. Krumpak (Brglez, 1999: 208) pa ob tem tudi opozarja, da se morajo ustvarjalci revij ozirati tudi na pričakovanja okolice, ki normira starostno primernost določenih revij in jih definira oz. determinira.

Prednost mladinskega tiska pred revijami za odrasle pa je tudi v tem, da se njegovo občinstvo vsake štiri leta obnovi in zato si lahko uredništva privoščijo obnavljati formule glede vsebine, brez negativnih posledic za število bralcev (Milosavljevič v Erjavec in Volčič, 1998).

Privlačnost mladinske periodike pa ni samo v njeni vsebini, ampak tudi v obliki in rubrikah. Jamnik (Brglez, 1999) je mnenja, da je periodika iz več razlogov privlačna za branje: prispevki so krajši, jezikovno manj zahtevni, novičarski, aktualni, bralca vabijo k sodelovanju, so vedri in humoristični. Tudi po grafični podobi je periodika oblikovno razgibana in zahteva drugačen način branja kot knjige. Bralci berejo mladinske revije po dve strani hkrati (pri listanju revije funkcionirata dve strani skupaj), kar pomeni tudi večjo vlogo ilustracij, fotografij in oblikovanja same revije. Poleg tega periodika ni obvezna in jo otroci berejo po lastni izbiri v prostem času.

Številni avtorji so mladinski tisk razdelili glede na različne kriterije:

- a) dr. Fran Ilešič (Enciklopedija, 1993: 177) jih deli
  - a1) na otroške in srednješolske liste ter liste za odraslo mladino;
  - a2) na liste pisane za mladino in tiste, ki jih piše mladina;

- b) 4 vrste mladinskih časopisov po Tonetu Gaspariju (prav tam): idejni (svetovnonazorsko opredeljeni), šolski (predvsem z vzgojno-literarno vsebino), reportažni (ob povesti gojijo reportažo) in propagandni (predvsem za člane društev in organizacij);
- c) Tatjana Hojan (prav tam) deli mladinske časopise glede na starostne skupine, ki so jim namenjeni, na otroške liste (predvsem za vzgojo otrok, sestavljajo jih vzgojitelji), dijaške liste (pišejo jih predvsem dijaki osnovnih in srednjih šol, pri urejanju jim pomagajo učitelji in mentorji) in študentske liste, ki so večinoma informativni, strokovno novinarsko pa dobro pripravljeni; podobno Erjavec (Erjavec in Volčič, 1998: 27) deli tisk na otroški in mladinski glede na starost ciljne skupine;
- d) Krumpak (Brglez, 1999: 207) razdeli celotno otroško periodiko na dve skupini: tradicionalno in moderno. Tradicionalna skupina nosi osnovno poslanstvo promocije bralnih navad in neformalnega izobraževanja. Moderni tip revij pa so tiste, ki sledijo trendom in izrazitim spremembam v navadah in splošnih družbenih vzorcih.

### **2.1.2. Namen množičnih medijev**

McQuail (1994: 79) našteje pet najpomembnejših družbenih funkcij množičnih medijev:

1. Informiranje (posredovanje informacij o dogodkih in odnosih moči v družbi in svetu);
2. Korelacija (interpretacija dogodkov v smislu podpore uveljavljenim normam in centrom oblasti);
3. Kontinuiteta (izražanje dominantne kulture in prepoznavanje subkultur in novih kulturnih razvojov);
4. Zabava (zagotavljanje zabave, načina sproščanja, zniževanje družbene napetosti);
5. Mobilizacija (politične, ekonomske, vojaške, verske in druge kampanje).

Mobilizacija in kontinuiteta že kažeta na ideološko-vrednostno in politično funkcijo množičnih medijev, s katero občila etično verificirajo oblast vladajočega razreda, dokazujejo pravilnost politike, pa tudi opravičujejo neenako distribucijo družbene moči, vpliva, ugleda oblasti in vladajoče elite.

Vreg (1986) omenja Althusserja, ki pravi, da so množični mediji del državnega ideološkega aparata (šolski, verski, družinski, pravni, politični, informacijski in kulturni) in skupaj z represivnim državnim aparatom (vlada, administracija, policija, tožilstvo, sodišča, vojska, zapori) izvajajo ideološko dominacijo.

Lasswell (1999: 12) našteje tri glavne funkcije množičnega komuniciranja oziroma prenašanja sporočil skozi množične medije:

- a) nadzorovanje okolja (nadzor);
- b) sodelovanje delov družbe kot odziv na okolje (korelacija);
- c) prenašanje družbene dediščine iz generacije na generacijo (socializacija).

Erjavec (Erjavec in Volčič, 1998: 17) te tri funkcije prilagodi tradicionalnim medijem, med katere spada tudi periodika, doda pa jim še eno, zabavno funkcijo:

- a) informativna (imenovana tudi nadzorna) funkcija omogoča seznanjanje občinstva z dogodki;
- b) interpretacijska (tudi korelacijska) funkcija omogoča občinstvu, da si oblikuje mnenje;
- c) socializacijska funkcija omogoča prenos znanja z ene generacije na drugo;
- d) zabavna funkcija omogoča razvedrilo in sprostitev občinstva.

Za mladinsko časopisje sta pomembni predvsem interpretacijska in socializacijska funkcija. Od teh interpretacijska funkcija vključuje pojasnjevanje informacij o okolju in napovedovanje možnih razvojov dogodkov, kar je pogosto enačeno z uredniškimi komentarji. S tem mladinski tisk vpliva na razumevanje in interpretacijo sveta pri mladini. Prenos družbene dediščine pa je osredotočen na prenos znanja, vrednot, norm iz ene generacije na drugo oziroma od članov ene skupine na bodoče člane, razumemo jo kot izobraževalno dejavnost (Erjavec in Volčič, 1998: 17).

Jamnik (Brglez, 1999: 6) pravi, da je po funkciji periodično časopisje informativno, izobraževalno, razvedrilno in zabavno, da omogoča branje, nudi vstop v svet jezikovnih in drugih simbolov, različnih nosilcev sporočil, ima besedilni in upodobitveni del in na bralca vpliva s svojo vsebinsko in formalno podobo. Ob branju umetnostnih besedil nudi literarnoestetsko ugodje, ob branju pragmatičnih besedil pa znanje z različnih področij.

Wilbur Schramm (Erjavec in Volčič, 1999: 66) navaja tri glavne značilnosti, zakaj otroci gledajo televizijo, ki jih lahko prenesemo tudi na branje mladinskega časopisja:

1. da pasivno uživajo, ker televizija ponuja fantazijski svet; otroci lahko v njem ubežijo dolgočasju resničnega življenja;
2. da se informirajo (kako se obleči, obnašati ...);
3. televizija ima družbeno-koristno vlogo (gledanje televizije s svojimi prijatelji ...) <sup>1</sup>.

Mladinski tisk ima svojo posebno funkcijo, ki je pogosto usmerjena predvsem v izobraževanje in poučevanje mladine. Revije in časopisje za mlade naj bi predvsem poučevali in uvajali odraščajočo mladino v svet odraslih in jih indoktrinirali v družbenokulturno okolje, v katerem živijo. Mladinski tisk torej mladini govori, kaj je v določenem okolju sprejemljivo in zaželeno, tako v obnašanju kot v mišljenju.

Tega vpliva na mladino so se zavedali že ob začetkih izdajanja mladinskih časopisov v Sloveniji v 19. stoletju. Tako je Ivan Tomšič, izdajatelj Vrtca, leta 1870 zapisal, da se je odločil izdajati nov časopis, »da bi tedaj slovenski otroci zopet imeli svoj časopis v poduk in zabavo.« (Hojan, 1999: 49) V tretjem letniku pa je opisal načelo Vrtca: »da bode v duhu kerščanske prosvete v nežnih sercih naše mladine gojil ljubezen do Boga, do naroda in države ter do vsega, kar je v resnici dobro in plemenito« (Hojan, 1999: 49).

V prvi polovici 20. stoletja je urednik Mladega Korotana Joško Hutter zapisal, da bo list »glasnik ljubezni do svojega materinega jezika, bo glasnik krščanske misli in zvestobe do vere naših prednikov. Odkrival bo zaklade, ki so priča veličine in notranje lepote slovenskega naroda. Mladi Korotan hoče biti naši koroški mladini kažipot v pošteno, lepo in veselo življenje.« (prav tam: 57)

Jamnik (Brglez, 1999: 7) našteva naslednje funkcije periodike na določenih vzgojno-izobraževalnih stopnjah: nudi estetski užitek, informira, izobražuje, zabava in spodbuja h komunikaciji. Omogoča branje in spoznavanje različnih umetnostnih in neumetnostnih besedil. Po njenem se kakovostna periodika za najmlajše igra z otroki in jih vabi v svet domišljije. V šoli imajo mladinske revije kot motivacijsko sredstvo za branje in učenje v prenekaterih primerih prednost pred knjigami, saj pritegnejo pozornost mladega bralca in razširjajo njegove svetove, ko nudijo različna besedila (umetnostna in pragmatična).

Pogačar (Brglez, 1999: 205) omenja pomembno vlogo mladinske periodike pri oblikovanju osebnosti, izobraževanju, širjenju obzorja, informiranju, vzpodbujanju k raznim dejavnostim,

---

<sup>1</sup> Podobno se otroci in mladina pogovarjajo o vsebini periodike s svojimi prijatelji ali pa jo berejo skupaj.

razvedrilu, spoznavanju umetnosti, še zlasti besedne in likovne. Po njegovem je mladinska periodika privlačen, aktualen in dostopen medij in je v veliko pomoč vsem, ki si prizadevajo za opismenjevanje in dvig bralne kulture.

Namen množičnih medijev je vedno na nek način vplivati na občinstvo. Ta vpliv pa se razlikuje glede na ideološko, versko in civilizacijsko okolje, v katerem določen medij izhaja, hkrati pa ta namen oblikujejo tudi lastniki množičnih medijev.

### **2.1.2.1. Množični mediji v socializmu**

Jugoslavija je bila takoj po drugi svetovni vojni pod močnim vplivom Sovjetske zveze. Na oblasti so bili komunisti, ki so izšli iz vojne kot zmagovalci, ne samo nad tujimi sovražniki, ampak tudi nad domačimi nasprotniki. Pod njihovim vodstvom naj bi Jugoslavija postala komunistična in socialistična zgodba o uspehu.

V socializmu so bili množični mediji v rokah države, zato je bil njihov namen predvsem vplivati s politično indoktrinacijo. Po 2. svetovni vojni so v Jugoslaviji deloma sledili zgledu Sovjetske zveze in uporabljali množične medije za agitacijo in propagando, ki naj bi ljudi prepričala, da živijo v najboljšem vseh možnih svetov ter jih angažirala za delo v korist domovine. Kot piše Vreg (1980: 292) je v Jugoslaviji takoj po osvoboditvi obstajala močna težnja po uveljavljanju klasičnega agitacijsko-propagandega sistema z naglašeno hierarhično, centralistično ureditvijo. V obdobju revolucionarnega etatizma so bila javna občila in agitacijsko-propagandno delovanje vključeni v sistem gospodarske obnove Jugoslavije, izgrajevanje družbenopolitičnega sistema in socialistične vzgoje.

V Sovjetski zvezi so bili množični mediji po 2. svetovni vojni sredstvo izgradnje socializma in komunizma (Vreg, 2000: 146). Pogosto citirana Leninova izjava, da je tisk kolektivni organizator, propagator in agitator, je bila kasneje izkrivljena in zlorabljena za izvajanje političnega manipuliranja. Lenin je imel tu v mislih revolucionirajoči tisk, katerega poglobljena naloga je vzgajati množice za izvedbo oborožene revolucije (Splichal, 1984: 88). Toda Komunistična partija Jugoslavije je takoj po 2. svetovni vojni prevzela ta vzor in agitacijsko-propagandne komisije pri centralnih komitejih partije in pri ustreznih nižjih komitejih so centralizirano vodile sistem političnega prepričevanja (Vreg, 2000: 148).

Cilji množičnega komuniciranja v sovjetskem modelu so bili ideološka in politična integracija preko politične, ideološke in moralne vzgoje ljudstva, pa tudi gospodarskopragmatistična vzgoja. Množični mediji naj bi ljudstvo in posameznika vzpodbujali k izpolnjevanju državnih planov na vseh področjih gospodarske in družbene dejavnosti, netili naj bi socialistično delovno tekmovanje, budili delovno iniciativo in inovatorstvo ter dvigali produktivnost dela (Vreg, 1980).

Naslednji glavni cilj propagandne komunikacije je bil namenjen interakciji sovjetskega sistema z njegovo okolico in v sferi svetovnega komuniciranja. »Zato morajo množična občila vzgajati sovjetskega človeka kot domoljuba in internacionalista ter mu krepiti duha leninističnega prijateljstva med narodi« (Vreg, 1980: 248).

Vloga množičnih občil v državopartijskem sistemu je bila izrazito pragmatistična. Mediji so togo, nekritično in nediferencirano prenašali vladne in partijske odločitve najširšim množicam, pri čemer so zapostavile povratni tok s strani bralcev, razen v tradicionalnih pismih bralcev (prav tam).

Toda v letu 1948 je z resolucijo informbiroja prišlo do razdora med Sovjetsko zvezo in Jugoslavijo in jugoslovanske oblasti so na svoji koži izkusile negativne posledice partijskega sistema obvladovanja množičnih medijev. Posledica je bila, da se je jugoslovansko politično komuniciranje vrnilo v svojo izvorno inačico »demokratične politične komunikacije z ljudskimi množicami, ki se je rodila med NOB« (Vreg, 1980: 292). Kot pravi Vreg (prav tam): »Morali smo oblikovati lastna načela informacijskega delovanja, ki ne bi temeljila niti na meščanskem senzacionalizmu in strankarskem političnem boju, niti na stalinističnem propagandnemu mehanizmu socialistične indoktrinacije.«

Tito (prav tam) je takrat pozval k vzpostavljanju moralnih in etičnih načel v medsebojnem informiranju: jugoslovanski tisk naj bi bil »globoko moralen, resnicoljuben, stvaren odraz tega, kar se pri nas dogaja. Stvari ne sme pretiravati, niti olepševati. Skratka, biti mora resnično socialistični tisk. Nam ni treba obračati stvari, ni nam treba odgovarjati z enako mero tistim, ki nas zmerjajo in blatijo. Prikazovati moramo stvarnost takšno, kakršna je«.

V Jugoslaviji naj bi novinarstvo ne bilo sila zase, temveč bi moralo biti »scela vpeto v borbo jugoslovanskega delavskega razreda in ZKJ za osvoboditev dela in s tem za samoupravno humanizacijo vseh družbenih odnosov pri nas« (Gorjup, 1978: 45). Novinarji v SFRJ so po Gorjupovem mnenju (prav tam: 46) potrebovali angažiranost, ki naj bi znala delavcem samim



odpirati pota in spodbujati njihov boj za osvoboditev dela, za popolno oblast nad pogoji in rezultati dela, za popolno obvladovanje vseh tokov družbene reprodukcije. Za resnično svobodo torej in za pravo demokracijo, zaključí Gorjup.

Gorjup verjame, da je primarna funkcija medijev v socializmu dolžnost, informirati delovne ljudi in o delovnih ljudeh ali, bolje, omogočiti delovnim ljudem, da se informirajo in o sebi informirajo druge (Gorjup, 1978: 49). Socialistični tisk in novinarstvo tako postane orodje v rokah delavskega razreda, mediji pa so osvobojeni zunanjega vpliva, tako ekonomskega kot političnega. Njihova naloga pa je: »osvobajanje človeka in dela, samoupravne odnose svobodno združenih delavcev, socialistični humanizem enakopravnih, svobodnih in bratsko povezanih narodov in narodnosti Jugoslavije« (prav tam: 61).

Celovito informiranje javnosti pa naj ne bi bilo zgolj preprosto propagandistično opravičevanje postopkov družbenih organov, temveč objektivno podajanje dejstev in pojasnil, iz katerih naj bi delovni ljudje sami lahko povzeli »socialistične zaključke« (Edvard Kardelj v Vreg, 1980: 295).

#### **2.1.2.2. Množični mediji v kapitalizmu**

Po sodobnih komunikoloških teorijah je namen množičnih občil predvsem informirati, oblikovati javno mnenje, vzgajati in zabavati. Vse te štiri funkcije pa so pod velikim vplivom kapitala, ki je v tržni ekonomiji lastnik medijev.

V tržni ekonomiji so mediji podvrženi pritiskom svojih lastnikov, ki so privatna podjetja. Še posebej v zadnjem desetletju se je interesna sfera medijskih podjetij razširila zaradi združevanj tudi na mednarodni ravni. Tako so nastale velike medijske korporacije, ki imajo poleg medijev v lasti tudi podjetja iz drugih sektorjev. Posledica takega lastništva in dejstva, da so mediji podvrženi tržnim zakonitostim, je večji pritisk na novinarje, ki so tako postali odvisni od lastnikov kapitala. Medijske vsebine so tako cenzurirane s strani lastnikov.

Dejstvo, da so mediji postali del ponudbe na trgu, ki tekmujejo za potrošnikovo pozornost, pa vodi v vse večje poudarjanje funkcije zabave. Košir (1995) pravi, da je v današnjem času rastoče komercializacije medijev njihova dominantna funkcija to, da so tovarne zabavne industrije, ki morajo prinašati dobiček.

Toda novinarji in mediji še vedno izpolnjujejo številne funkcije: obveščajo občinstvo, nadzorujejo oblast, zagotavljajo informiranost o gospodarstvu, seznanjajo občinstvo z neodkritimi dejstvi, z rednim informiranjem dokumentirajo čas, z razvedrilom zagotavljajo pestrost in zadovoljujejo tudi potrebe po zabavnih vsebinah, so substitut za medčloveške odnose, zagotavljajo prostor za javno predstavljanje idej, določajo pomembnost družbenih tem itd. Osnovna funkcija množičnih medijev je omogočiti tako gospodarstvu kot družbi koherenco, sintezo izkušenj in zavedanje celote (Erjavec in Volčič, 1998: 26).

Če je bil v socializmu in komunizmu namen medijev angažiranje ljudstva za revolucionarno borbo, je v kapitalizmu namen medijev socializacija, ki iz posameznika naredi vodljivega potrošnika, ki bo s svojimi dejanji in obnašanjem skrbel za obnavljanje in razvoj tržnega gospodarstva. Ta namen se kaže tudi skozi naraščanje oglaševanja v medijih, ki postaja tudi vedno bolj prikrito.

Sodobne teorije pa se ozirajo tudi po psiholoških razlogih uporabe medijev. Ti namreč tudi zadovoljujejo potrebe svojega občinstva. Katz (Erjavec in Volčič, 1999: 56) našteva naslednje individualne potrebe, ki jih mediji zadovoljujejo:

1. kognitivne potrebe: sprejemanje sporočil, pridobivanje znanja, širitev razumevanja;
2. čustvene potrebe: potrebe po emocionalnih in estetskih izkušnjah, ljubezni in prijateljstvu, zadovoljitev želje po ogledu lepih stvari;
3. osebne integracijske potrebe: potreba po zaupanju, stabilnosti, položaju in potrjevanju;
4. potrebe po sprostitvi napetosti: potreba po begu in razvedrilu.

## 2.2. Vpliv medijev

Množični mediji so postali pomemben del človekovega življenja. Hkrati pa medijska uporaba nikoli ni omejena le na en sam medij, ampak predstavlja kombinacijo poslušanja in gledanja elektronskih medijev in branja tiska. V prvi polovici leta 1998 smo Slovenci, po podatkih Inštituta za raziskovanje medijev Mediana, dnevno največ časa (167 minut) preživeli ob poslušanju radia, televizijo smo povprečno gledali 170 minut, dnevno časopisje smo prebirali 19 minut, revije pa 8,4 minute na dan (Erjavec in Volčič, 1998: 4).

Taka intenzivna raba pa seveda vzpodbuja vprašanja, kakšne so posledice množičnega komuniciranja. Vpliv medijev na občinstvo je skrbel strokovnjake in tudi laično javnost že od vsega začetka. Mediji na svoje občinstvo vplivajo preko vsebin, ki jih podajajo in ta način vplivanja je najbolj zanimal raziskovalce učinkov množičnih medijev. Prve sistematične analize medijskega vpliva na ljudi so se začele v Združenih državah Amerike v dvajsetih letih prejšnjega stoletja. Erjavec (Erjavec in Volčič, 1998) razdeli zgodovino raziskav učinkov medijev na tri obdobja (podobno McQuail, 1994, in Splichal, 1999):

1. Model hipodermične igle: Učinke medijev so si strokovnjaki predstavljali, kot da bi ti vbrizgali sporočila pod kožo občinstvu, ki naj bi se takoj in uniformno odzvalo na medijsko vsebino ter spremenilo svoje obnašanje in delovanje. Ta model lahko imenujemo tudi »dražljaj – reakcija«: določen dražljaj (medijsko sporočilo) sproži določeno in enolično reakcijo občinstva. Po tej teoriji imajo mediji vsemogočen vpliv na občinstvo, ki je povsem pasivno. Medijska sporočila delujejo linearno vzročno, komunikacija pa je povsem usmerjena k cilju, želi doseči učinke. Toda danes vemo, da teorija neposrednega in enotnega vpliva medijev ne drži.
2. Pristop »uses and gratifications«: V drugem obdobju je prišlo do skorajda popolnega zanikanja moči in učinkov množičnih medijev. Od druge svetovne vojne do konca sedemdesetih let so znanstveniki namenjali pozornost moči občinstva. Kaj in zakaj občinstvo izbira medijska sporočila, je bilo osnovno vprašanje tega obdobja. Osnovni preobrat je bil v tem, da občinstvo ni bilo več videno kot skrajno pasivno, temveč kot aktivno. Gledalci gledajo televizijo, bralci berejo dnevnik in poslušalci poslušajo radijski program, da zadovoljijo določene individualne potrebe, kot je potreba po novih informacijah, interpretaciji zunanjega sveta, zabavi, kompenzaciji socialne interakcije, identifikaciji itd. Vendar je ta raziskovalna smer preveč

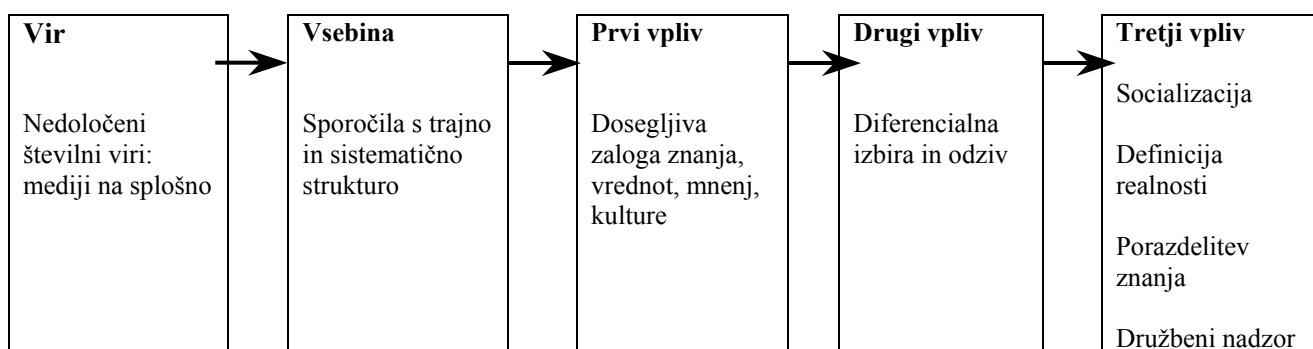
zpostavila pomen medijskih vsebin na eni strani in po drugi strani preveč poudarila pomembnost občinstva.

3. Sodobne teorije: Današnje raziskave o vplivu medijev ne temeljijo več na predpostavki o neposrednem in enotnem vplivu medijev na občinstvo, ki deluje kratkoročno. Sodobni pristopi tudi ne razumejo procesa sprejemanja medijskih vsebin kot povsem pasivnega. Mediji ne vplivajo na občinstvo (in s tem tudi na otroka) neodvisno od družinske, šolske, delovne, prijateljske izkušnje. V obdobju odraščanja imajo še posebej močan vpliv mnenjski voditelji v otroških in mladinskih skupinah.

Mediji učinkujejo dolgoročno v smislu nakopičene usmerjenosti do družbene realnosti. Dolgoročno nas učijo, kdo je v družbi večvreden in kdo manj, kakšen je splošno sprejet vzorec obnašanja do drugačnih ljudi, kot so etnične in socialne manjšine, kako se naj obnašamo kot moški in ženske itd. Prav tako je treba upoštevati, da posameznik ni pasivni prejemnik sporočil, ampak ta pri procesu sprejemanja naletijo na mišljenjsko in čustveno strukturo posameznika in na njegovo socialno izkustvo. Dejanski vpliv medijev je torej interakcija med tem, kar vsak posameznik (tudi otrok) nosi v sebi in med medijskimi apeli. Vpliv medijev je mnogo bolj diferenciran in dolgoročen, kot ponavadi mislimo. To pomeni, da ni neposreden in ne vpliva uniformno na vso množično občinstvo, temveč je vpliv omejen z osebnostnimi, socialnimi in kontekstualnimi dejavniki (Erjavec v Erjavec in Volčič, 1998; Luthar v Košir, 1995, McQuail, 1994).

V svojem modelu dolgoročnih učinkov medijev, McQuail (1994: 359, glej tabelo 2.1.) našteje kot zadnjo stopnjo dolgoročnih nenačrtovanih vplivov medijev socializacijo, definiranje resničnosti, porazdelitev znanja in družbeni nadzor.

Tabela 2.1. : Model dolgoročnega nenačrtnega vpliva medijev<sup>2</sup>



<sup>2</sup>Vir: McQuail, Denis (1994): Mass Communication Theory. An Introduction. Sage, London.

### 2.2.1. Mediji in realnost

Kakšna je zveza med mediji in realnostjo? Množični mediji se pogosto razglašajo za ogledalo družbe in s tem realnosti, saj naj bi zgolj reprezentirali in odsevali tisto, kar se v resnici dogaja. Kot pravi Košir (1995), večina uporabnikov naseda občilom in sprejema njihove podobe kot ogledala, v katerih se zrcali svet. »Naslovniki verjamejo, kot bi rekli semantiki, da je zemljevid ozemlje samo« (Košir, 1995: 11). Toda ker se na svetu v vsakem danem trenutku dogaja nešteto stvari, množični mediji pa so vseeno omejeni s časom in prostorom, pa tudi z zanimanjem svojih uporabnikov, lahko množični mediji to realnost le deloma predstavijo. Tako pa mediji pravzaprav konstruirajo (svojo) realnost. Ob začetku razvoja množičnih medijev je bila ta konstrukcija realnosti le ena izmed mnogih, sčasoma pa je prevzela dominantno vlogo.

Medtem ko odrasli jasno razlikujejo med medijsko realnostjo in svojo osebno realnostjo, otroci tega niso sposobni do četrtega ali petega leta. Luthar (Košir, 1995) razlaga, da podatke, ki jih uporabniki pridobivajo iz medijev, shranjujejo v dva zbiralnika: medijsko-domišljjskega (ta vsebuje podobe iz medijske fikcije) in medijsko realnega (podobe iz novic ali dokumentarnega programa). Informacije iz svojega realnega izkustva, pa ljudje shranjujejo v zbiralnik osebno-realnega področja. Človekov kognitivni sistem je torej razdeljen v zbiralnik osebno-realnega področja, medijsko-realni zbiralnik ter medijsko-domišljjski zbiralnik.

Tako je za vpliv medijskih vsebin pomembno vprašanje, ali prihaja do transferja z medijsko-domišljjskega področja na osebno-realno področje? Ta transfer se lahko zgodi v primeru, ko so medijske informacije edine informacije in predstavljajo človekovo edino izkustvo o ljudeh, okolju, zadevi. Če torej posameznik nima nobene zaloge informacij iz osebno-realnega področja, bo njegovo percepcijo določala medijska realnost (Luthar v Košir, 1995). Prav to pa se pogosto zgodi pri otrocih, saj so njihove izkušnje o življenju in realnosti omejene. Hkrati pa mediji s kvazi podajanjem realnih izkušenj dajejo otrokom občutek, da ne potrebujejo dodatnih izkušenj iz realnega sveta, saj »smo že vse izvedeli/doživeli preko medijev«. V tradicionalni družbi otrokom določene izkušnje niso bile dostopne oziroma so jim jih odstirali starši in učitelji glede na stopnjo razvoja. Danes pa otroci na zelo enostaven način, brez lastne neposredne izkušnje, dobijo poenostavljeno in popačeno sliko družbene realnosti (Erjavec in Volčič, 1998). Košir (prav tam) temu pravi, da so otroci »opazovalci drugega reda«, kar pomeni, da se krajša čas preživet v »realnosti prvega reda«, torej čas osebnih življenjskih izkušenj in medčloveških odnosov. Vse več ljudi oblikuje svoje vsakdanje življenje prek posredovanja množičnih medijev. Mladi v času

pubertete niso sposobni dojeti, da so lahko tudi novice in dokumentarni programi subjektivno naravnani in da lahko predstavljajo dejstva v izkrivljeni podobi (Erjavec in Volčič, 1999).

Tudi McQuail (1994) opisuje, kako mediji ustvarjajo svojo realnost, s tem ko prirejajo dogodke oziroma poročanje o njih na način, da ustrezajo predvidevanjih o dogodkih samih. Tako so npr. protivojne demonstracije leta 1968 v Londonu mediji prikazovali kot polne nasilja, saj so mediji že pred tem napovedovali, da bodo agresivne, čeprav potem ni bilo tako. McQuail (1994: 363) še opozarja na učinek »krdelnega novinarstva«, ko med novinarji obstaja nekakšen tihi konsenz, o katerih dogodkih in kako poročati. Tako bralci iz različnih medijev dobivajo enaka sporočila o realnosti, ki pogosto ne ustrezajo resničnosti.<sup>3</sup>

Odnos med množičnimi mediji in realnostjo je bil deležen številnih raziskav. Kot pravi Brglez (1999) ima periodika dvojno vlogo: je del medijske, informacijsko-komunikacijske realnosti, hkrati pa tudi vrata v kulturno in družbeno okolje, ki ga odraža.

## **2.2.2. Vpliv medijev na otroke in mladino**

Hkrati z raziskavami o vplivu medijev na posameznika v medijski komunikaciji pa se je širila tudi skrb o vplivu medijev na otroke, saj je skozi zgodovino prevladovalo mnenje, da zaradi pomanjkanja sposobnosti, da bi razmišljali kritično in racionalno kot odrasli ter zaradi pomanjkanja življenjskih izkušenj, otroci zelo lahko podležejo simbolnim sporočilom (Erjavec in Volčič, 1998: 4). Kot pišeta Erjavec in Volčič (prav tam), daje tako mišljenje otrokom poseben status v družbi. Že Platon je v svoji Republici zahteval skrben nadzor nad zgodbami in idejami, ki so namenjene otrokom, take zahteve pa so v času množičnih medijev, ki so dostopni vsem, še bolj pogoste.

Jamnik (Brglez, 1999: 7) poudarja nekaj osrednjih kvalitet periodičnih publikacij za mladino, ki jih lahko štejemo za posredne in neposredne vplive na mlade bralce:

- z vključevanjem v učne strategije bogatijo učenje naravoslovnih in družbenih predmetov;
- omogočajo in nudijo snov za medpredmetno obravnavo problemov;
- učence navajajo na stalno uporabo in vrednotenje periodike;

---

<sup>3</sup> Ob tem McQuail (1994) opiše še dva pomembna učinka medijev: spiralo molka, ki preprečuje izražanje deviantnih, manjšinskih mnenj in tako še povečuje učinek dominantnih idej in konformizma v družbi, ter teorijo določanja agende, ki pravi, da mediji ne določajo, kako bomo mislili o neki stvari, temveč predvsem, o čem bomo razmišljali, katere stvari in dogodki so pomembni za družbo.

- spodbujajo komunikacijo in ustvarjalnost mladih, ki lahko s »pismi bralcev« izrazijo pohvale, želje, kritike in opozarjajo na probleme;
- opravljajo pomembno vlogo svetovalca in tolažnika v zaupnih rubrikah;
- s predstavitvami in kritiškimi ocenami vabijo k branju knjig, spodbujajo bralčeve družabne in ustvarjalne aktivnosti, informirajo ...

Dejstvo pa je, da mediji ne učinkujejo na mlade samo neposredno in pozitivno. Mladi so redni in pogosti uporabniki različnih medijev, ki niso nujno namenjeni mlademu občinstvu. Po raziskavi o medijskih navadah slovenskih osnovnošolcev Mladi in mediji, ki jo je izvedla Zveza prijateljev mladine Slovenije s strokovno pomočjo Fakultete za družbene vede jeseni 1998 in ki je zajela 9.752 učencev iz večine slovenskih osnovnih šol, je na prvem mestu med uporabo množičnih medijev televizija, sledijo pa ji poslušanje radija in zgoščenk, delo na računalniku in branje revij za otroke in mladino (Erjavec in Volčič, 1999).

Največje razlike pri uporabi medijev glede na spol so pri delu in/ali igranju z računalnikom, branju revij za otroke in mladino, gledanju televizije in videokaset ter poslušanju radijskega programa. Delež fantov je trikrat večji pri delu ali/in igranju na računalniku in dvakrat večji pri gledanju videokaset in televizije. Dekleta poslušajo več radijskega programa in dvakrat več berejo revije za otroke in mladino (prav tam).

Množični mediji na mlade vplivajo predvsem zaradi pomanjkanja osebnih izkušenj v realnem svetu. Erjavec (prav tam) opozarja, da mnogi otroci nimajo osebnega stika ali izkušnje, da bi oblikovali lastno stališče in mnenje o skupinah, ki so pogosto stereotipizirane, kot so na primer starejši ljudje, manjšine in ljudje, ki pripadajo različnim etničnim skupinam. Za mnoge so mediji edini vir informacij o ljudeh, ki so drugačni od njih. Posledica te posredne izkušnje o določenih skupinah ljudi so lahko stereotipi. Erjavec (prav tam) opiše stereotip kot mnenje posameznika, ki si ga ustvari s pomočjo posrednega vira informacij (množični mediji, izkušnje in mnenja drugih). Stereotip je prej poenostavljeno, napačno mnenje, pridobljeno od drugih virov in odporno na spremembe ob novih izkušnjah kot pa diferencirano, kompleksno in pravilno mnenje.

Kot bomo videli v naslednjem poglavju, so mediji lahko tudi sredstvo oblikovanja osebne identitete in pripadnosti. Številni psihologi opozarjajo, da mladostniki izredno veliko zgledov in vzorov najdejo prav v medijih. Po drugi strani pa mediji stapljajo različne kulturne in vedenjske vzorce v t.i. subkulturo mladih. Mediji lahko vplivajo na velike skupine ljudi, odpravljajo meje med narodi

in državami ter vzpostavljajo globalno kulturo. Tako mladostniška subkultura glede načina obnašanja, glasbenega ljubiteljstva in vrednotenja postaja vse bolj enotna (prav tam).

### **2.2.3. Proces socializacije in množični mediji**

Človek se rodi nebogljen za preživetje. Toda v nasprotju z živalmi, človek potrebuje več časa, da pridobi sposobnost za preživetje. Ta sposobnost pa se ne nanaša zgolj na fizično preživetje, ampak gre predvsem za preživetje v družbi. Že takoj po rojstvu je posameznik vključen v že izoblikovano in organizirano družbeno skupnost z določenimi družbenimi odnosi, razmerji in ustanovami. Ta družba ima svojo kulturo in zapletena pravila in odnose, zato zahteva od posameznika dolgotrajen proces vraščanja v družbeno skupnost in kulturo – socializacijo (Musek, 1993). Flere (2000: 129) omenja še kultivacijo ali enkulturacijo kot pojem, ki se prepleta s socializacijo. Pod kultivacijo razume ponotranjenje kulture in duhovnih tvorb, v katerih najdemo tudi indikativne in normativne sodbe (te vključujejo tudi pravila).

V procesu socializacije otrok usvoji družbene vrednote, norme, pravila, pričakovanja in vloge. Vrednote so po Musku (1993: 38) pojavi in dejavnosti, ki jih ocenjujemo kot dobre, zaželene ali pravilne v moralnem smislu. Delimo jih na univerzalne ali splošne in na tiste, vezane na določeno kulturo. Ule (1996: 235) opiše vrednote kot centralne življenjske ideje, cilje in normativna vodila posameznikov, ki nudijo posameznikom oporo in razloge za njihov življenjski stil. Družbene norme so nenapisana in napisana pravila, ki določajo, kako naj se obnašamo v različnih situacijah. Družbena vloga pa je vzorec vedenj, stališč, idej, interesov in motivov, ki jih člani neke skupnosti pričakujejo od posameznika, ki opravlja določeno funkcijo ali zavzema določen položaj v tej skupnosti. Povezana je z določenim položajem ali funkcijo, npr. spolom, starostjo, poklicom (Musek, 1993).

Agense ali nosilce socializacije delimo na primarne in na sekundarne. Primarni agensi so družina, ožja in širša, sekundarni pa vzgojne in šolske ustanove in v njih delujoči vzgojitelji in učitelji, vrstniki, znanci, prijatelji, osebe in skupine, s katerimi se zavestno ali nezavedno istovetimo. Poleg tega pa na otroka vplivajo tudi množični mediji, kulturne in družbene organizacije ter dejavnosti, v katere se tako ali drugače vključujejo (Musek, 1993).



Mediji imajo v procesu socializacije dvojno vlogo (McQuail, 1994: 360): po eni strani še okrepijo in podpirajo proces socializacije skozi druge agense, po drugi strani pa lahko predstavljajo grožnjo vrednotam, ki jih določajo starši, učitelji in drugi agensi družbenega nadzora.

V samem procesu socializacije ima mladinski tisk in množični mediji nasploh pomembno vlogo, saj delujejo socializacijsko. Posredujejo vrednote, znanje in izkušnje (Erjavec in Volčič, 1998: 27-28). Vemo, da so poleg primarnega družinskega okolja danes množična občila tiste »tovarne informacij«, ki odločilno oblikujejo naše predstave o svetu in lestvico vrednot, legitimizirajo vedenjske vzorce, usmerjajo izbiro življenjskih stilov ipd. (Košir v Erjavec in Volčič, 1998, McQuail, 1994). Košir (1995) tudi poudarja, da mediji oblikujejo naše življenjske stile in okuse.

Vzgojo humanitarnih, kulturnih in demokratičnih vrednot ter samostojnega ustvarjanja je v zadnjih desetletjih izpodrinila miselnost, po kateri so v ospredju egoizem, ugodje, takojšnja izpolnitev želja in zabava v vseh življenjskih situacijah. Izpolnjeno življenje naj bi bilo posledica nakupovalne porabe, užitkov, sprostitve in kratkočasje. Ta čisto materialistična kratkovidna miselnost je plod tržnega gospodarstva in se vzpostavlja prek množičnih medijev (Eicke v Košir, 1995: 69).

Množični mediji pa vplivajo tudi na oblikovanje identitete posameznika. Ule (1997) opiše osebno identiteto kot celoto samopodob posameznika, s katerimi se zaznava kot edinstven posameznik, različen od drugih posameznikov v skupini. Človek pa v času socializacije razvije tudi socialno identiteto, ki jo Ule (1997) citira po Tajflu kot tiste pozitivne ali negativne vidike samopodobe posameznika, ki izhajajo iz njegove pripadnosti različnim socialnim skupinam, katerim se čuti pripadnega, in socialnih primerjav med skupinami. V procesu oblikovanja posameznika kot psihološkega subjekta se mora izpolniti dvoje: da ga družba sprejme in potrdi kot polnopravnega socialnega akterja in da sam sebe sprejme in razume v terminih dane družbe in kulture (Ule, 1997: 465).

Vlogo množičnih medijev v tem procesu opiše Erjavec (Erjavec in Volčič, 1999), ko pravi, da nam danes ugodje ob uživanju popularne kulture omogoča neposredno identifikacijo. Popularne fikcije nam pomagajo občutiti sami sebe, oblikovati svoje želje, fantazijo, imaginarno preteklost in projekcijo v prihodnost. Toda mediji lahko vplivajo na oblikovanje in ponudbo identitet tudi pozitivno, saj lahko npr. legitimirajo, da ima lahko slovenski otrok bosanskega prijatelja in da je to, kot pravijo mladi, »cool« ali pa da popolnoma zbršejo določene identitete s prostora (Luthar v Košir, 1995: 118).

Prav v času adolescence si človek ustvarja svojo identiteto in ta prizadevanja za osebno avtonomijo se v modernih teorijah največkrat obravnavajo kot »kriza identitete« v mladosti (Ule, 1996: 15). Po Ule (1996) je temeljni problem razreševanja krize identitete v mladosti pa je uskladitev in uravnoteženje ponotranjenih pričakovanj in stališč drugih do posameznika (socialna identiteta) in biografske kontinuitete oz. osebne identitete posameznika. Ta proces je pravzaprav konflikt med pritiskom k avtonomnosti in individualnosti in pritiskom k umestitvi v obstoječo družbo. Temu konfliktu smo vsakodnevno izpostavljeni. Počutimo se varne in zadovoljne, če nas drugi sprejmejo (Ule, 1997: 288). Občutek varnosti in sprejemanja pa mladi pogosto dobijo s posnemanjem družbenih vlog in življenjskih stilov, ki jih najdejo v množičnih medijih.

Vloga medijev pa je pomembna tudi zato, ker otrokom pomaga ustvarjati stališča o stvareh, ki so izven dosega njihovih realnih izkušenj. Kadar ne moremo dobiti neposrednih izkušenj o določenih stvareh, se informiramo iz drugega vira – stališča iz druge roke so rezultat informacij, ki jih dobimo iz nekega vira torej prek različnih komunikacijskih procesov in kanalov. Pomemben vir informacij so množična komunikacijska sredstva (Ule, 1997: 126). Kot pravi Luthar (Košir, 1995: 36) daje televizija (in drugi mediji) za razliko od staršev, učiteljev in ostalih »signifikantnih drugih« otrokom sliko sveta onstran njihove lastne kulture, družine, sosedstva.

Ule (2000) opiše razliko v vplivu medijev v socializmu in v tržno ekonomsko naravnani družbi, ko pravi, da se namesto nadzornih sistemov družine in šole uveljavljajo nove oblike socialnega nadzora mladih, zlasti nadzor skozi potrošnjo, institucije prostega časa in kulturne industrije. Nove oblike nadzora delujejo skozi zgodaj razvite vzorce ponotranjanja napotkov, vzorov vedenja in potreb, ki jih ponujajo mediji in trg. »V nasprotju z neposrednostjo in hierarhičnostjo kontrole v družini in šoli so nove oblike nadzora posredne in zgrajene na formalnem principu enakosti ter svobode kupcev in uporabnikov« (Ule, 2000: 22).

#### **2.2.4. Politična propaganda**

Pomemben del socializacije je tudi identifikacija s skupino, ki postane za posameznika vir vrednot, mnenj in stališč. Ima se za njen del in vsak napad nanjo je napad nanj (Pečjak, 1995: 85). Del splošne socializacije je tudi politična socializacija. Z njo postane posameznik politični subjekt (*homo politicus*). Pečjak (1995) citira Barner-Barry in Rosenweina, ki pravita, da je politična

socializacija »proces, s katerim posameznik pridobiva posebno politično orientacijo – znanja, počutke in ocene političnega sveta«.

V procesu politične socializacije lahko nastopi tudi identifikacija z agresorjem ali z avtokratkim voditeljem, ki nastopa *in loco parentis* (Pečjak, 1995: 97). Ta se pogosto zgodi kot prenos identifikacije z enega agresorja z drugega, ko posamezniki, ki so odraščali v avtokratskih družinah, prenesejo občutja strahu, odvisnosti in občudovanja na avtokratskega voditelja. Ti voditelji vladajo z »železno roko«, velik del ljudstva pa jih nagrajuje z ljubeznijo. Identifikacijo z voditeljem pa ponazarjajo tudi slogani, ki jih ljudje vzklíkajo. V nekdanji Jugoslaviji so bili na primer to slogani: Mi smo Titovi, Tito je naš, Mi smo vsi Tito ter Tovariš Tito, zaklinjamo se, da ne bomo skrenili s tvoje poti (Pečjak, 1995: 98). Še posebej so za to identifikacijo dovzetni otroci, kot lahko vidimo iz poročila o odziva prebivalstva na novico o Titovi smrti, objavljenega v Delu (Pečjak, 1995): »Nocoj smo po mnogih domovih videli, kako so za tovarišem Titom jokali otroci, pionirji in niso hoteli verjeti tej vesti, ki so jo še posebej težko sprejeli njihovi starši in starši njihovih staršev.«

Po Slovarju slovenskega knjižnega jezika (1985: 243) je propaganda načrtno razširjanje, pojasnjevanje političnih, nazorskih idej z namenom, da se uresničijo. V slabšalnem pomenu pa je propaganda namerno prikrivanje, potvarjanje česa z namenom, da se politično, ideološko vpliva.

Tudi komunikološke teorije o propagandi se delijo na marksistični pogled in moderni pogled. Slovenski predstavnik marksističnega pogleda, Slavko Splichal, citira Domenacha (1984: 24), ki pravi, da politična propaganda vpliva na temeljna stališča človeka. Lasswell (prav tam: 21) razlaga, da propaganda skuša vplivati na stališča velikih množic ljudi o spornih (kontroverznih) vprašanjih, ob katerih se angažira določena skupina. Splichal nato skrajša to definicijo na »poskuse vplivati na javnost«, kar je splošna in nujna funkcija množičnega komuniciranja (prav tam). Po nekaterih teorijah je že samo množično komuniciranje nič drugega kot propaganda. Za Millsa (prav tam) je množično komuniciranje v meščanski družbi proces ali tehnika vplivanja na človeška dejanja z manipulacijo predstav.

Splichal (1984) tudi opozarja na zmotno ločevanje med »slabo« politično propagando in »dobro« ekonomsko propagando. Po mnenju ljudstva je reklama vrednota, ker je način obstoja in zagotovilo svobode, politična propaganda pa je ne-vrednota, ker v njej obstaja in se dokazuje nesvoboda. Toda v resnici, pravi Splichal, sta politična propaganda in reklama le dve obliki podrejenosti komunikacijske sfere. Gre za podrejenost v smislu »cenzure«, izogibanju »razdražujočemu« in

»vznemirjajočemu«, kjer materialna cenzura predstavlja neposredno podrejenost ekonomskim zakonom kapitalizma, duhovna cenzura pa pravnim zakonom (državi) (Splichal, 1984: 23).

Moderne teorije o propagandi pa pravijo, da je politična propaganda oblika komuniciranja, s katero komunikatorji ali skupine zavestno, namensko, načrtovano in organizirano oblikujejo propagandne projekte in sporočila (simbole in ideologeme), s katerimi oblikujejo in nadzorujejo mnenja in stališča ciljnega občinstva oziroma vplivajo na spremembo njihovih stališč (Vreg, 2000: 116). Dejansko je to komunikacijski mehanizem, ki nas prisili, da sprejemamo kolektivne vzorce mišljenja.

Propagandna manipulacija je za Vrega (2000: 117) »neboleče prepričevanje«, v katerem ljudje ne občutijo razsežnosti represije in moči – niti države ali politike, niti policije, vojske, cerkve ali množičnih medijev. Propagandna sporočila vsebujejo elemente iracionalnosti in emocionalne naboje, s katerimi vplivajo na podzavestne procese ljudi.

Propaganda je po Pečjaku (1995) eden od načinov vplivanja, ki vključuje še reklamo, indoktrinacijo in pranje možganov. Tukaj gre za oblikovanje in spreminjanje struktur mimo volje posameznika. Pečjak tudi deli propagando na belo, kjer so podatki resnični, ker je resnica »najboljše orožje proti sovražniku«, črno, ki temelji na izmišljenih ali prikrojenih podatkih in uporablja laži in prevare. Hkrati pa ima črna propaganda zelo velik učinek. Siva propaganda je nekje med belo in črno in ponuja prilagojeno resnico. Načeloma uporablja resnične podatke, vendar skrbno izbrane glede na javnost in namen. Sivi propagandi ljudje verjamejo bolj kot črni (prav tam).

Pečjak (1995) deli propagando še na odprto in prikrito. Pri odprti so cilji popolnoma jasni (npr. zmaga stranke na volitvah), njen vpliv pa je močan, kadar gre za stvari, ki jih ni treba skrivati in kadar je odpor med ljudmi majhen. V totalitarnih državah je odkrita propaganda sredstvo pritiska na ljudi. Prikrita propaganda pa deluje posredno, njeno sporočilo ni očitno, ampak se je treba do njega šele prikopati. Pogosto se ga prejemniki niti ne zavedajo dobro in ostane na podzavestni ravni. Prav zato je njen vpliv lahko zelo močan. Prikrito propagando najdemo v vseh predelih življenja in v najširšem smislu spadajo vanjo tudi imena ulic in trgov, imena šol in ustanov, nadimki voditeljev in podobno (prav tam). Vreg (2000) tej delitvi doda še odloženo (difuzno) propagando, s katero ustvarjamo primerno psihološko vzdušje, ki je priprava za neko propagandno akcijo oziroma podlaga za reagiranje v prihodnji situaciji (npr. priprava na vojno propagando).

Od vseh sredstev, ki jih uporablja propaganda, so množični mediji najpomembnejši, saj imajo najštevilčnejše občinstvo. Tako v tiskanih medijih lahko najdemo tri skupine prispevkov, glede na njihovo opredeljenost (Anastasijević v Pečjak, 1995: 160): pristranski prispevki (npr. hvalijo oblast, povečujejo politike ali stranko), nevtralni prispevki (npr. navajajo zgolj suhe podatke brez stališč) in uravnoteženi prispevki (navajajo različna stališča, pri tem nobenega ne zagovarjajo).

Politična propaganda je še posebej nevarna za otroke zaradi svojih tehnik. Najbolj učinkovita je tista, ki nagovarja čustva prejemnikov. Pod njenim vplivom postane posameznik sposoben sprejemati ne samo čustvene, ampak tudi spoznavne in vedenjske komponente stališč, mnenj in drugih notranjih struktur (Pečjak, 1994: 136). Bistvo propagande je brezpogojna enostavnost in ponavljanje (Splichal, 1984: 22). Obe lastnosti skupaj povzročata veliko dovzetnost otrok za propagando, saj je njihovo dožemanje sveta obarvano precej bolj čustveno kot pa razumsko, hkrati pa si lažje zapomnijo enostavna sporočila.

Že v letu 1903 je dr. Fran Ilešič pisal, da mladinska književnost pri nas nima uspeha prav zaradi strankarstva, ki je preželo naše literarno življenje. »Kdor piše za mladino, ne sme pisati svojim liberalnim ali klerikalnim prijateljem na ljubo tako ali drugače, inace bode broj njegovih naročnikov premajhen (...) Baš to je kuga za našo, zlasti mestno mladino, da se vzdajajo za liberalce ali klerikalce, ne pa za ljudi; tako stopa naš mladi zarod, poln strankarskih predsodkov, v življenje in je že slep, ko bi moral še-le začeti se orientovati.« (Hojan, 1999: 63).

Toda vprašanje je, ali se je moč politični propagandi v množičnih medijih sploh izogniti. Vsa sporočila v medijih so vedno izbrana in informacije vedno presejane na situ tistega, ki v ozadju vlada množičnim medijem. Kot pravi Košir (1995) je bil na vprašanje, kdo je gospodar, ki vlada nevidnim množicam izoliranih medijskih posameznikov, pred letom 1990 v Jugoslaviji odgovor: gospodarji pogledov, tisti, ki imajo moč za definiranje prevladujoče realnosti, so politiki, so ideologi. »Vladarji naših oči, ušes in ust sedijo v centralnem komiteju Zveze komunistov Slovenije in Jugoslavije« (Košir, 1995: 14).

Pomembno je tudi, da propaganda nikoli ne deluje neodvisno od kulture, ki posredno določa propagandno vsebino. Hkrati pa je uspeh propagande odvisen tudi od trenutnega okolja in stanja v družbi (Pečjak, 1995).

## 2.2.5. Oglaševanje (ekonomska propaganda)

Vedno večja odvisnost medijev od oglaševalskega denarja je vzpodbudila tudi raziskave o vplivu oglasov na otroke. V moderni družbi je odgovor na vprašanje, kdo je gospodar, ki usmerja pogled medijskih uporabnikov, povsod enak: denar. Erjavec (Erjavec in Volčič, 1998) tako poudarja, da se časopisi polovično (nekateri tudi do dveh tretjin) financirajo z oglasi. Zato se oglaševalska industrija pogosto razglasa za dobrotnika medijev in varuha svobode tiska in raznolikosti mnenj. Toda brez medijev bi oglaševalci težko prišli do tako številčnega občinstva v tako kratkem času. Hkrati pa denar za ustvarjanje in objavljanje oglasov prihaja iz žepov potrošnikov in kupcev medijskih vsebin. Pomemben vpliv oglaševalcev je tudi vpliv na vsebino medijev, saj zahtevajo od medijev, da ne objavljajo informacij, ki bi jim škodile. Kriterij kakovosti medija je oglaševalski industriji povsem nepomemben, saj so zanjo najbolj učinkoviti tisti mediji, ki privabijo nadpovprečno število mladih, potrošniško usmerjenih bralcev z ustrezno kupno močjo.

Toda oglasi na otroke ne vplivajo zgolj nenamerno: koncerni se zavedajo, da je zgodnje pozicioniranje blagovnih znamk v glave nezahtevnih in nekritičnih potrošnikov, kar otroci gotovo so, izjemnega pomena. Košir tudi opozarja na veliko kupno moč otrok, saj ti preko svojih staršev, ki jim ne zmorejo odreči nič, upravljajo z velikimi vsotami denarja. Tako nemški otroci, mlajši od štirinajst let, upravljajo že z večjo vsoto denarja kot ministrstva za znanost, gospodarstvo, okolje, pošto in pravosodje skupaj (Košir, 1995).

Oglasi tako vplivajo tudi na nakupovalne navade otrok. Erjavec (Erjavec in Volčič, 1998: 94) navaja, da otroci povprečno vidijo 900 oglasov na mesec, kar močno vpliva na njihov odnos do igrarč in hrane. Po raziskavi Mladi in mediji (Erjavec in Volčič, 1999) je 36.8 odstotka otrok potrdilo, da so že kupili kakšno stvar na podlagi oglasa, medtem ko jih 63.2 odstotka tega še nikoli ni storilo. Kupovanje na podlagi oglasov je povezano s starostjo: 28.8 odstotkov sedemletnikov, 37.2 odstotka enajstletnikov in 38.8 odstotkov štirinajstletnikov je kupilo izdelek, ki so ga videli v oglasu.

Ker otroci ne ločijo nevtralnih informacij od komercialnih oglasov, prepričevanj in celo manipuliranja, še posebej zlahka verjamejo oglasom, saj so neizkušeni, lahkoverni, sprejemljivi in se nanje lahko vpliva. Zelo sprejemljivi in dojemljivi so za nove vtise, kot so imena, simboli in slogani. Majhnim otrokom so oglasi všeč zaradi tega, ker se ponavljajo in ker so njihova sporočila enostavna. Otroci zelo hitro služijo smotrom oglasa in izsiljujejo starše z nakupom oglaševanega

izdelka. Ker nimajo odnosa do denarja, tudi nimajo predstave o dejanski vrednosti izdelka (Erjavec in Volčič, 1998; Eicke v Košir, 1995).

Poleg direktnega vpliva pa reklame vplivajo na otroke tudi dolgoročno in posredno s svojim »skritim« sporočilom, da so v središču življenja nakupovanje, užitek in lastnina. To sporočilo spodbuja prepričanje, da nakupovanje osrečuje, da naj otroci v svojih zahtevah ne bodo preveč skromni, da je treba vsako željo takoj uresničiti, da je vse tisto, česar ni mogoče kupiti, manjvredno in da pomeni »imeti« več kot »biti«. Če otrok nekritično sprejema takšne signale, obstaja nevarnost, da bo zakrnela njegova sposobnost spoznavanja lastnih možnosti in potreb, ki se jih komercialno ne da zadovoljiti (Erjavec in Volčič, 1998; Eicke v Košir, 1995).

Kot mediji pa tudi oglasi ne vplivajo takoj in uniformno na vse otroke, temveč dolgoročno in posredno glede na osebnostne, socialne in kontekstualne dejavnike. Oglasi delujejo kot nosilci razpoloženja in dražljaji napetosti, ki sprožajo želje. Pri tem ponujajo srečne trenutke, polne užitkov (Erjavec in Volčič, 1998). V času odraščanja je najbolj pereč problem, da mladostniki verjamejo oglaševalcem in njihovim oglasom (Erjavec in Volčič, 1999: 66). Med drugim oglaševanje pomembno vpliva tudi na oblikovanje spolne identitete, saj so moški in ženske v njih pogosto predstavljeni v stereotipiziranih in poenostavljenih vlogah in okoliščinah.

Hkrati pa oglaševanje in posledično kupovanje in posedovanje dobrin, še posebej oblek, oblikuje ljudi na načine, kako razmišljajo o sebi. Pri tem je bistvenega pomena oblikovanje imidža in identitete blagovne znamke. Nakup je tako postal izraz svetovnega nazora: ker nosim Benettonove puloverje, sem proti rasizmu, ker uporabljam kozmetiko Body Shop, sem proti uporabi živalskih sestavin v kremah in sem ekološko ozaveščen ipd. (Erjavec in Volčič, 1999: 83). Ali kot oglas založbe Burda: »Identiteta izdelka ustvari identiteto osebe. Blagovne znamke so (...) življenjski koncepti« (Košir, 1995: 70).

Eicke (prav tam) opozarja na subliminalno delovanje reklame, kjer gre za tehnike vplivanja, ki jih prejemnik ne more spregledati in nanj delujejo podzavestno. Tako reklame za cigarete s prizori mladih, simpatičnih, zdravih, športnih in veselih kadilcev subliminalno sporočajo, da je uživanje nikotina del normalnega, družbeno priznanega vedenja in da kajenje ni tako škodljivo, kot sicer trdijo.

Ker pa seveda otrok ne moremo vzgajati v popolni izoliranosti od oglasov, jih moramo vzgojiti za njihovo kritično gledanje. Oglasi obstajajo, ker je svet, v katerem živimo, potrošniško naravnani. Oglasi seveda ogromno obljublajo, toda hkrati tudi preskrbijo potrošnike z informacijami, ki jim lahko pomagajo pri izbiri blaga. Otrokom lahko s pomočjo dobrih ali manj dobrih reklam privzgojimo kritične modele presoje izdelkov, ki jih kupujejo in bodo kupovali. Starši lahko svoje otroke med odraščanjem naučijo, kako naj postanejo odgovorni in obveščeni potrošniki. Otroci naj se naučijo sprejemati, dekodirati, razumeti potrošniške informacije za ustvarjalno preživetje v potrošniški družbi (Erjavec in Volčič, 1998).



### **2.3. Vzgoja za medije**

Prav zaradi globokih in raznolikih vplivov množičnih medijev na otroke se je razvila težnja po medijski vzgoji za otroke, vzgoji, ki bi otroke opismenjevala in jih učila kritičnega pristopa do medijev. Marentič Požarnik (Košir in Ranfl, 1996: 8) meni, da bi medijska vzgoja morala pomagati mladim, da iz pogosto nepredelanih vtisov izkristalizirajo kaj vrednega, da ob gledanju televizije izostrijo svoj estetski in etični čut, da ob ponujenih stereotipih in plehkkih idolih mladi ohranjajo in razvijejo svojo samozavest in identiteto. Osrednjo vlogo v tem procesu opismenjevanje in učenja kritičnega odnosa nosijo starši, takoj za njimi pa šola oziroma vzgojno-izobraževalne institucije.

Košir (1995, 16-17) opiše Unescovo deklaracijo o medijski vzgoji iz leta 1982, v kateri je poudarjen pomen take vzgoje, ki bo pripravila mlade na »odgovorno državljanstvo« in večala kritično zavest medijskih uporabnikov. Deklaracija poziva vse odgovorne, naj »se zavzemajo za uvajanje celovitih vzgojno-izobraževalnih programov – od predšolske do univerzitetne ravni skupaj z izobraževanjem odraslih – s katerimi bodo razvijali znanje, spretnosti in odnos do občil ter s tem spodbujali rast kritične zavesti in večjo usposobljenost uporabnikov elektronskih medijev in tiska«.

Košir (prav tam) pravi, da medijska vzgoja lahko prispeva h kritičnemu mišljenju o občilih in k premisleku z lastno in ne medijsko pametjo. Medijska vzgoja bi morala mlade sistematično poučevati o mehanizmih produkcije novic in drugih medijskih žanrov, o konstrukciji pomena v njih, o novinarskih rutinah, učiti bi jih morala razkrivati, kako novinarski in publicistični teksti privilegirajo določene pomene in identitete v besedilu in zapostavljajo druge, razkrivati ekonomsko motiviranost videoprodukcije, komercialno produkcijo »alternativnih stilov« itd. Z navajanjem na kritično analizo bi bilo potrebno »denaturalizirati« novinarske in druge medijske produkte, da bi bili mediji vključeni v šolo, in ne le, da bi se otroci o njih učili. Vzgajati bi jih bilo treba v kompetentne medijske potrošnike brez moralizatorskega zavračanja ali paternalističnega »nerazumevanja« njihovih estetskih preferenc (Luthar v Košir, 1995).

Stotz (Košir, 1995) omenja štiri koncepte medijske vzgoje v smislu medijske produkcije z namenom prebiti pasivnost medijske potrošnje, ki naj bi se med seboj prepletali:

1. Didaktični vidik, preko katerega se učenci učijo o medijih s samostojnim ustvarjanjem medijev. Cilj te metode je »razumevanje bistva in učinkovanja medijev, predvsem njihove vsebinske

ponudbe, njihovih oblikovnih zakonitosti in gospodarskih ter tehničnih izhodišč« (Wasem v Stotz, Košir, 1995: 102).

2. Terapevtski vidik, skozi katerega učenci spoznavaajo same sebe skozi svojo medijsko produkcijo. S tem postane medijska pedagogika socialnopedagoški podvig, ki si prizadeva pomagati ljudem pri razjasnitvi svojega odnosa do medijev in do obvladovanja njihovega odnosa do medijskega sveta.

3. Estetsko-umetniški vidik medijske produkcije, ki pa ne sme biti fiksirana na medije, ampak mora izhajati iz kritične medijske teorije. Tu gre predvsem za medijske produkcije, ki omogočajo in spodbujajo aktivno sprejemanje in interpretacijo resničnosti.

4. Vidik »druga« javnost je sestavljen iz dveh pogledov. Emancipacijska medijska pedagogika skuša vzpostaviti kritično, »drugo« javnost, ki skuša doseči dostopnost do medijev vsem, hkrati pa razvija alternativne komunikacijske oblike. Marksistična medijska pedagogika pa skuša odvzeti vladajočemu razredu moč medijske produkcije in jo predati v roke »nelastnikom«.

V Veliki Britaniji, Kanadi, Avstraliji, na Škotskem, v Španiji in drugih državah je medijska pismenost obvezni del jezikovnega pouka od sedmega do dvanajstega razreda. Hobbs (Košir, 1995) pravi, da bi morali v šolah začeti aktivno uporabljati časopise za večanje kritičnega razumevanja spretnosti pri zbiranju, argumentaciji ali analizi novic. Tako naj bi povezali analitične sposobnosti s produkcijsko dejavnostjo učencev. Hobbs tako opiše štiri ključne pojme, ki so pomembni v medijskem opismenjevanju: ustroj sporočila je zavestno oblikovan, sporočila nam prikazujejo svet, sporočila imajo ekonomski in politični namen in kontekst in pomen medijskih sporočil je odvisen od tega, kako jih posameznik razlaga.

Kot poudari Hobbs (Košir, 1995: 24): »Čas je, da se soočimo z medijsko kulturo, ki smo jo ustvarili in použili.« Čas je, da starši in učitelji pričnejo pomagati otrokom, da bodo znali prav sprejemati in ceniti sporočila, ki so tega vredna, analizirati in razumeti ekonomske in politične sile, ki vzdržujejo medijsko kulturo in razviti veščine in nove navade, ki jih potrebujemo vsi za preudaren razmislek o sporočilih, ki jih ustvarjamo sami in ki jih množično sprejemamo od drugod.

## **2.4. Spremembe v medijskem trgu na področju mladinskega časopisja**

Izzivi in okoliščine, ki spremljajo izdajanje revij za mlade, so se seveda v zadnjih 50 letih precej spremenili. Tiskanim medijem so se pridružili konkurenčni in predvsem hitrejši elektronski mediji, ki poleg pisanih sporočil prinašajo tudi govornjena in vizualne podobe. Vse to pa prinaša pomembne spremembe v tiskanih medijih, ki se morajo prilagajati zahtevam bralcev in tržnih zakonitosti v svojem boju za preživetje.

Otroška in mladinska periodika sta tako kot vsi drugi žanri umeščena v širši družbeni kontekst in dogajanje. Krumpak (Brglez, 1999) celo pravi, da predstavlja ta žanr kot tipično ambivaleten izdelek, ki združuje v sebi vizualno-grafično podobo in tekstovni del in torej stoji na razpotju sodobnih elektronskih medijev in klasične knjige, katalizator sprememb na področju medijev.

S tega stališča Krumpak (prav tam) deli mladinsko periodiko na dve osrednji skupini: tradicionalno in moderno. Tradicionalni tip otroške revije pomeni zanj tisto, ki še nosi osnovno poslanstvo promocije bralnih navad in neformalnega izobraževanja. Značilnosti so še zaokrožena podoba predstavljanja zgodb, ki so ponavadi bogato ilustrirane. Vsebinsko so lahko to literarne revije, poljudno-znanstvene revije ali bolj aktualno zanimivi zabavniki. Pomembno je tudi, da se tradicionalne revije v večji meri prodajajo naročniško in skozi šolski sistem, hkrati pa jih zaradi vloge reklam (oz. njihove manjše prisotnosti in neodvisnosti od oglaševalskega denarja) večinoma izdajajo založbe. Pogosto so tudi odvisne od državnih subvencij.

Moderni tip revij (lahko jim rečemo tudi komercialne) pa predstavljajo tiste, ki sledijo trendom in izrazitim spremembam v navadah in splošnih družbenih vzorcih. S kratkimi in razbitimi teksti se prilagajajo vdoru vizualnih podob in računajo na vse manjši in manjši čas trajanja pozornosti otrok, tematsko ne posegajo zunaj popularnih vzorcev, bolj ali manj ostajajo na površini zgodb, tradicionalne ilustracije v veliki meri zamenjujejo fotografije in grafične ilustracije. Otroci jih lahko kupijo v kioskih ali prejemajo preko direktne pošte na dom. Moderne revije so popolnoma tržno naravnane in prodaja oglasnega prostora zavzema pomembno mesto v strukturi prihodkov. Prav zaradi slednjega, ki zahteva posebno marketinško službo, izdajajo moderne revije večinoma revijalni založniki, ki jim je to osnovna dejavnost.

Kot piše Milosavljevič (Erjavec in Volčič, 1998: 127), so značilnosti teh najstniških časopisov in revij to, da vsebina v veliki meri temelji na pisani podobi, velikih barvnih fotografijah ter seveda

veliki količini spolne tematike, reševanja najstniških težav ter glasbe in zvezdnikov. V sebi združujejo trojnost najstniške potrošnje: nakup revije, nakupa izdelkov, ki jih predstavljajo v vsebini, in nakup izdelkov, ki se predstavljajo na oglasnih straneh.

Posledica dejstva, da gre pri preživetju in uveljavitvi revij za moč navade in generacijski vpliv, ki se povečuje s trajno in dolgoročno prisotnostjo na tržišču, je tudi to, da skušajo velike časopisne hiše, ki izdajajo resne časopise, vzgajati »podmladek«, torej navajati mlajše bralce na branje časopisa. To počenjajo z uvajanjem posebnih prilog, namenjenih mlajšim bralcem, hkrati pa se skušajo mlajši publiki približati tudi z drugačnim videzom, namreč pisanimi barvami, grafičnimi okraski, krajšimi članki in dinamičnim videzom časopisa. Razloga za te spremembe sta po Milosavljeviču (prav tam) dva: ekonomski, torej večji prihodek zaradi višje naklade, drugega pa označuje s frazo, da so se »spustili, da bi dvignili.« Fraza pomeni, da so resni časniki nekoliko spustili svojo stopnjo zahtevnosti, da bi komercialnim časnikom (tabloidom) prevzeli bralce in jih s tem vendarle nekoliko dvignili po lestvici zahtevnosti branja.

Zaradi hude konkurence na trgu in spremenjenih bralnih navad mladih pa prihaja do trenda, ko se vse revije postopno in različno hitro odmikajo od klasične tradicionalne oblike in prehajajo k modernemu tipu. Razlog za to leži po Krumpaku v tem, da otroci niso izvzeti iz komercializacije in potrošniške mrzlice. Po njegovem le še osamljeni idealisti, anahrone vladne službe ter posamezne civilne pobude verjamejo, da je poslanstvo otroške periodike v spodbujanju bralnih navad, prevzemanju kulturnih standardov in vrednot družbe ter tako tvornemu vključevanju vanjo. Kot pravi Erjavec (Erjavec in Volčič, 1998) je za današnji trg je značilna velika stopnja komercializacije, koncentracija kapitala in internacionalizacija tiska, pri čemer je komercializacija proces, v katerem družbeni sistemi vedno bolj delujejo po ekonomskih principih tržnega gospodarstva.

Pomembno vlogo v tej spremembi odnosa do otroških in mladinskih revij igra vloga oglaševanja v otroških revijah. Krumpak zato zaključí, da ima vprašanje, ali je prav in dobro, da se otroke že tako zgodaj pričinja navajati na komercialno življenje »tam zunaj«, svoje protivprašanje: ali je to sploh mogoče ne-storiti (Brglez, 1999: 211).

### **III. ZGODOVINSKO OZADJE**

#### **3.1. Slovenija in Jugoslavija v letu 1948/49**

Tri leta po drugi svetovni vojni je bila oblast v Jugoslaviji trdno v rokah komunistične partije Jugoslavije (KPJ), ki je načrtovala nadaljni razvoj države že pred koncem vojne. Čeprav je ustava zagotavljala federativnost in predstavniško demokracijo, je bila dejansko uvedena centralizacija, oblast pa je bila v rokah izvršnih organov pod vodstvom komunistov. Celotno družbeno strukturo je vodil politbiro CK KPJ z desetimi ljudmi. Z naraščajočo centralizacijo je rasel tudi uradniški aparat in formalizem (Repe, 1995).

Po vzoru sovjetskega gospodarstva so tudi v Jugoslaviji uvedli gospodarske petletke, prvo v letu 1947. Ta je predvidela razvoj praktično vseh vej industrije, čeprav je temeljila predvsem na razvoju težke industrije in elektrifikaciji.

Gospodarski razvoj naj bi temeljil na državni, zadružni in privatni lastnini. Prvi dve naj bi se čim bolj širili, medtem ko naj bi bilo treba privatni sektor čim bolj omejiti. Eden najpomembnejših ukrepov za izvajanje tega je bila nacionalizacija. V letu 1948 je potekala druga faza nacionalizacije v podjetjih, kulturnih, prometnih in zdravstvenih ustanovah. Po sovjetskem modelu je upravljanje z gospodarstvom je prevzel državni aparat.

Glavna gonilna sila obnove gospodarstva je bilo prostovoljno delo vseh oblik od množičnih delovnih akcij do raznih tekmovanj in udarništa. Prostovoljno delo mladinskih delovnih brigad iz vse Jugoslavije in tujine je pomagalo zgraditi številne pomembne objekte, med njimi tudi avtocesto bratstva in enotnosti med Zagrebom in Beogradom.

V letih 1945-1948 pa je potekala tudi agrarna reforma, ki so jo uvedli zaradi nagraditve kmečkega sloja kot najbolj množičnega sloja v NOB in zaradi ustvarjanja podlage za nadaljevanje delavsko-kmečkega zavezništva. V nasprotju s sovjetskim modelom podržavljanja zemlje, so v Jugoslaviji zemljo podeljevali v trajno last (»zemljo tistemu, ki jo obdeluje«) (Nešović in Prunk, 1994).

V zunanji politiki je bilo leto 1948 zelo napeto, saj je prišlo do spora z Informbirojem, hkrati pa so bili na višku tudi spori zaradi meje z Italijo in Avstrijo. Vzrok za konflikt med sovjetsko

komunistično partijo (SKP) in KPJ je izhajal iz samosvoje graditve socializma v Jugoslaviji. Tito in jugoslovansko vodstvo sta kljub tesnim odnosom s SZ vztrajala pri enakopravnosti, medtem ko je SZ Jugoslavijo, ki se je med vojno večinoma osvobodila sama, enačila z drugimi vzhodnoevropskimi državami, ki so jih pretežno osvobodile enote Rdeče armade. Sovjetska partija je najprej v tajnem pismu spomladi 1948 obtožila jugoslovansko, da vodi protisovjetsko politiko, da je izdala marksistično-leninistično teorijo in da je nacionalistična, vendar pa je Stalin precenjeval moč svoje avtoritete, saj se jugoslovansko vodstvo ni uklonilo njegovemu pritisku. Zato je sklical Informbiro (posvetovalno telo komunističnih in delavskih partij več evropskih držav in Sovjetske zveze), ta pa je junija 1948 v Bukarešti v resoluciji objavil še dodatne obtožbe in pozval »zdrave sile« med jugoslovanskimi komunisti, naj vržejo vodstvo. Toda vodstvo KPJ je na kongresu julija istega leta dobilo podporo ljudstva. Spor se je razširil na meddržavne odnose in Jugoslavija se je znašla na robu vojne z vzhodnoevropskimi državami. Po drugi resoluciji Informbiroja iz leta 1949 je komunistični blok uvedel popolno ekonomsko blokado Jugoslavije, začele so se praske na mejah, psihološki pritiski, grožnje z vojno. Ljudstvo je bilo zmedeno, saj so oblasti še do nedavnega povelečevale SZ in Stalina.

V letu 1948 je imela Jugoslavija še vedno dve nerešeni mejni vprašanji na zahodu – z Italijo in z Avstrijo. Posledice pariške mirovne konference in spora z Informbirojem so bile, da je Slovenija izgubila del Svobodnega tržaškega ozemlja in del Koroške.

Po sporu s SZ se je Jugoslavija bolj naslonila na Zahod, iz izoliranosti pa se je prebila 1949, ko je postala nestalna članica Varnostnega sveta OZN. Medtem so v Evropi svoj vpliv širile ZDA z Marshallovim načrtom povojne pomoči in zvezo NATO, ki je nastala leta 1949 v Washingtonu.

Slovenija je po drugi svetovni vojni razvijala kulturne in umetniške ustanove. Država je postajala vedno bolj znana po svojih zimskih športih, športnikih, prireditvah in napravah. V Planici je bil leta 1948 dosežen rekordni smučarski skok (120m) (Repe, 1995, Nešović in Prunk, 1994).

### **3.2. Slovenija v letu 2001**

Deset let po osamosvojitvi je bila v letu 2001 Slovenija na dobri poti v družbo evropskih demokratičnih držav. Med žgočimi temami, ki so burile ljudi, je izstopal referendum o noveli zakona o zdravljenju neplodnosti in postopkih oploditve z biomedicinsko pomočjo, ki bi omogočal umetno oploditev žensk brez partnerja. Ob nizki volivni udeležbi (36-odstotna) je 72,36 odstotkov volivcev glasovalo proti in predlog zakona je padel (Šergan, 2001).

Notranjepolitično prizorišče so pretresali številni škandali, medijsko najbolj odmeven škandal pa je bila zagotovo prevara »računalniškega prvaka« Matjaža Roglja, ki je z lahkoto potegnil za nos slovenske medije in ministrstvo za šolstvo in šport.

Dobrih petdeset let po nacionalizaciji je država skušala najti ravnotežje med popravljanjem krivic, ki jih je povzročila nacionalizacija in povzročanjem novih z denacionalizacijo. Dve odločitvi vlade sta še posebej razburili javnost: odločitev kmetijskega ministrstva, da vrne Cerkvi več kot 8.000 hektarjev gozdov in zemljišč, ki ležijo v območju Triglavskega narodnega parka, in odločitev kulturnega ministrstva, da vrne v naravi le cerkvico na Blejskem otoku.

Še ob eni izmed tem se je pokazala (ne)strpnost Slovencev: ilegalni prebežniki, azilanti in begunci. Slovenija se je v letu 2001 soočila s pravim valom ilegalnih prebežnikov, ki so preko naše države skušali priti na obljubljeni rajski Zahod. Ob tem so številne ujeli slovenski policisti in nekatere nastanili v azilnem domu. Prav neprimerne razmere v tem domu in v begunskih centrih skupaj s policijskim nasiljem so povzročile, da se je Slovenija prvič znašla v letnem poročilu Amnesty International o kršitvah človekovih pravic, problemi pa so bili omenjeni tudi v poročilu Evropske komisije o napredku Slovenije v približevanju Evropski skupnosti.

Novo upanje za človeške pravice je prišlo v podobi novega varuha človekovih pravic, nepolitičnega kandidata Matjaža Hanžka, ki je napovedal, da bo »tečen«. Preko rednih stikov z mediji Hanžek opozarja na napake državnih inštitucij.

Na področju kulture je bil najbolj odmeven uspeh filma Kruh in mleko Jana Cvitkoviča, ki je na filmskem festivalu v Benetkah prejel zlatega leva za najboljši prvenec. Slovenska filharmonija je leta 2001 praznovala častitljivo 300. obletnico delovanja. V popularni kulturi pa je bil največji

dogodek leta zagotovo otvoritev multikina Kolosej v Ljubljani, ki je spremenil navade obiskovalcev kina.

Na gospodarskem področju je Slovenija praznovala 10. obletnico monetarne samostojnosti in slovenskega tolarja. Ljudi pa je v letu 2001 prestrašil tudi prvi primer odkritja bolezni BSE ali »bolezni norih krav«, kot je znana v javnosti.

Slovenska zunanja politika je beležila precej uspehov. Največji je bil zagotovo gostiteljstvo prvega srečanja med predsednikom ZDA Georgeom W. Bushem in ruskim predsednikom Vladimirjem Putinom junija na Brdu pri Kranju.

Država je stopnjevala priprave na vstop v NATO in bila v letu 2001 omenjena kot ena od resnih kandidatk za povabilo k vstopu v letu 2002. Medtem ko se je vlada trudila državo in zakone pripraviti na čimprejšnji vstop v severnoatlantsko zvezo, pa se je med prebivalstvom začel širiti dvom o nujnosti in smiselnosti vstopa.

V letu 2001 je Slovenija nadaljevala s približevanjem Evropski skupnosti, ki ji je v svojem rednem letnem poročilu Evropske komisije dala zelo dobro oceno pripravljenosti na vstop. Evropska skupnost je za ciljni datum sprejetja prvih novink določila 2004, zato so v Ljubljani izrazili upanje, da bi pristopno pogodbo lahko podpisali že konec leta 2002 (Šergan, 2001).

Slovenski športni navdušenci so doživeli dan zmagoslavja, ko si je slovenska nogometna reprezentanca z odličnimi nastopi prislužila mesto na svetovnem nogometnem prvenstvu v Koreji 2002. V smučanju je blestel Dejan Košir, ki je na svetovnem prvenstvu v deskanju na snegu prismočal srebrno medaljo.

Svet je pretresel teroristični napad na Združene države Amerike, ko so štiri ugrabljena letala 11. septembra 2001 napadla cilje v ZDA. Dve od njih sta uničili Svetovni trgovinski center v New Yorku, tretje je poškodovalo Pentagon, četrto pa je po posredovanju potnikov strmoglavilo v Pensilvaniji. V napadih je umrlo 3.711 ljudi, največ v kakšnem napadu na ameriškem ozemlju doslej. Odziv Američanov je bil silovit: napade so označili za vojno proti ZDA in napadli Afganistan, ki naj bi nudil zatočišče glavnemu osumljencu za napade, vodji teroristične mreže Al Kaida Osami bin Ladnu.



### **3.3. Mladinska politika 1948/2001**

Za vsako državo oz. državni sistem, ki se hoče ohraniti, je pomembno, da začne svoje bodoče (poslušne ali idealne) državljane vzgajati že od malih nog. Zato vsaka država razvije svojo mladinsko politiko, ki s svojim programom usmerja vzgojo mladih skozi formalne in neformalne institucije in organizacije. Eden najpomembnejših načinov vzgoje mladih za uspešno vlogo v družbi (in s tem vplivanja na mlade) poteka skozi množične medije, preko katerih se mladi naučijo družbenosprijemljivega vedenja.

#### **3.3.1. Mladinska politika v Jugoslaviji takoj po 2. svetovni vojni**

*»Pošto su djeca naše socialističke zemlje naše najdragocjenije blago, treba ga kao takvo i čuvati. A da bi se djeca čuvala, nije dovoljno čuvati ih samo fizički, već je potrebno još i više čuvati ih duhovno, jer ona moraju postati svjesna da će biti nosioci daljeg pravilnog razvitka, ona moraju biti dalji nosioci i čuvari tekovina naše velike narodne, revolucionarne, oslobodilačke borbe.«*

Josip Broz Tito, 4. 10. 1953 (Tito, 1978)<sup>4</sup>

Že med drugo svetovno vojno je obstajalo več mladinskih organizacij, ki so združevale mlade v času boja proti okupatorju. Začetki enotne mladinske organizacije segajo v leto 1942, ko je bil v Bihaću 1. kongres Združene zveze protifašistične mladine Jugoslavije (Ujedinjeni savez antifastičke omladine Jugoslavije, USAOJ). Ta kongres je združil protifašistične mladinske zveze, ki so nastajale po raznih delih Jugoslavije, hkrati pa je bila na njem tudi ustanovljena Zveza pionirjev Jugoslavije. Leta 1946 se je USAOJ na 3. kongresu preimenoval v Ljudsko mladino Jugoslavije, ta pa se je leta 1963 preimenovala v Zvezo mladine Jugoslavije in nato leta 1975 v Zvezo socialistične mladine Jugoslavije (ZSMJ).

Ta organizacije je bila pojmovana kot krovna družbenopolitična organizacije, ki formalno predstavlja mlado populacijo. Vanjo so bili vključeni vsi mladi med štirinajstim in sedemindvajsetim letom. V konstitutivnih aktih kasnejše Zveze socialistične mladine Slovenije (ZSMS) je bila opredeljena tudi njena vzgojna funkcija. Organizacija je bila prepoznavna po svojih

---

<sup>4</sup> »Ker so otroci naše socialistične države naše največje bogastvo, jih moramo kot takšne tudi varovati. Toda če jih hočemo varovati, ni dovolj, da jih varujemo samo fizično, ampak jih je še bolj pomembno varovati tudi duhovno, kajti zavedati se morajo, da bodo postali nosilci bodočega pravilnega razvoja, biti morajo še naprej nosilci in varuhi naše velike narodne, revolucionarne in osvobodilne borbe.«

funkcionarjih na republiški ravni, štafetah, mladinskih delovnih akcijah, predvsem pa po »nekritičnem ponavljanju ideoloških floskul« (Mencin Čeplak in Vaupotič v Ule, 1996).

Leta 1946 se je medvojna Zveza slovenske mladine oz. kasnejša Zveza slovenske mladine preimenovala v Ljudsko mladino Slovenije in postala sestavni del LMJ. Na 3. kongresu LMS leta 1947 so ugotovili veliko vlogo mladine pri obnovi povojne Jugoslavije in določili naloge za naslednje obdobje. Te prioritete naloge so obsegale petletni načrt, ideološko enotnost, študij marksizma-leninizma, napredne znanosti in politične ekonomije. V tem času je organizacija štela 112.000 članov.

Zveza pionirjev Slovenije (ZPS) je združevala slovensko osnovnošolsko mladino. S šolskimi, izvenšolskimi in počitniškimi interesnimi dejavnostmi, povezanimi tudi z ohranjanjem izročil NOB je bila organizacija pomembna sooblikovalka otroškega osebnostnega razvoja. Cicibane so sprejemali med pionirje na dan republike, 29. novembra, ki je bil od leta 1962 tudi dan pionirjev. ZPS je bila del leta 1942 ustanovljene Zveze pionirjev Jugoslavije (ZPJ) in je bila ustanovljena leta 1947. Pionirji so bili vojaško organizirani in so se združevali v odrede, čete in desetine. Delovanje ZPS je v začetku vodil in usmerjal Centralni svet LMS, od leta 1948 do 1953 pa so to vlogo opravljali pionirski sveti. Pionirji so se ukvarjali z glasbeno, plesno, folklorno, likovno, lutkovno, filmsko, gledališko, fotografsko, prometno, čebelarstvo in drugimi dejavnostmi. Bogat je bil tudi pionirski tisk, ki je obsegal poleg glasila ZPS Pionirski list tudi šolska glasila in glasilo Pionir. Leta 1960 je imela ZPS 200.000 članov. Zveza pionirjev se je delila na podmladek (otroci od 7. do 11. leta) in pionirje (od 11. do 14. leta). S sklepom konference Zveze prijateljev mladine Slovenije je 24.4.1990 ZPS prenehala delovati.

Septembra 1946 so na V. plenarni seji centralnega sveta LMJ sprejeli Statut Zveze pionirjev Jugoslavije, ki pravi:

»Zveza pionirjev z vsem svojim delom vzgaja svoje člane, da nadvse ljubijo svojo domovino – FLRJ, da enako cenijo in ljubijo vse njene narode, da bodo v prihodnosti predani graditelji in zvesti čuvaji njene svobode in neodvisnosti. Pri pionirjih razvija viteški in svobodoljubni duh našega naroda in vzgaja svoje člane po svetlih primerih naše preteklosti, zlasti iz narodnoosvobodilne borbe«<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Čerin et al., 1983: 59

Opređeljena je bila kot vzgojno-zabavna, patriotska, izvenšolska organizacija. Njen smoter je bil vzgajati mladino ob sodelovanju odraslih na tradicijah NOB v zavedne državljane SFLR Jugoslavije (Čerin et al., 1983: 77-78).

Od leta 1981 je Zveza pionirjev Slovenije prirejala tudi problemske konference, ki so se leta 1990 preimenovala v otroški parlament, redno letno srečanje predstavnikov otrok v parlamentu.

Tudi Tito je večkrat govoril o nalogah mladine in otrok po drugi svetovni vojni. Posebej je izpostavil pomen pomoči mladine pri ponovni izgradnji države, naštel pa je še izobraževanje in vzgojo mladine ter športno vzgojo (Tito, 1978).

### **3.3.2. Mladinska politika Slovenije ob prelomu tisočletja in spremembi družbenega reda**

Po osamosvojitvi so se v Sloveniji preoblikovala tudi mladinska društva ter mladinska politika države. Kot piše Sladojevič (1998), se je v Sloveniji razvil poseben model obravnavanja mladih, v katerem je mladinska politika opredeljena zelo ozko in se razume kot urejanje posebnih mladinskih zadev na področjih, pomembnih za mlade, ki niso zajeta v družinsko, šolsko, socialno, stanovanjsko, kulturno politiko in politiko zaposlovanja in se nanašajo predvsem na neformalno vzgojo in izobraževanje ter prosti čas mladih. Te zadeve potem ureja poseben sektor, služba ali organ v sestavi pristojnega ministrstva, ki praviloma nima pomembnejšega vpliva na oblikovanje drugih politik, pomembnih za mlade.

Urejenost mladinske politike v Sloveniji ločuje Sladojevič na vladno in nevladno raven. Na vladni ravni je Vlada Republike Slovenije v okviru Ministrstva za šolstvo in šport leta 1991 ustanovila Urad za mladino<sup>6</sup> Republike Slovenije. Naloga urada je, da opravlja zadeve, ki se nanašajo na (Sladojevič, 1998: 73):

- celovito spremljanje vloge in položaja mladih v družbi;
- izboljševanje pogojev za organiziranje in delovanje mladih in njihovih organizacij;
- pospeševanje mobilnosti mladih;
- pospeševanje dejavnosti informiranja in svetovanja za mlade;
- pospeševanje mednarodnih izmenjav mladih in regresiranje potovanj otrok in mladine;

---

<sup>6</sup> Mladina je v tem kontekstu obravnavana kot mladi med 15. in 27. letom, kot jo razume tudi Urad za mladino. Čeprav je PIL namenjen predvsem mladim do 15. leta, pa opisujem te usmeritve, ker sem prepričana, da vplivajo na revijo, ki jo delno financira tudi država oziroma sam Urad za mladino.

- zagotavljanje drugih ugodnosti za mlade;
- vzpodbujanje interesnih dejavnosti mladih;
- oblikovanje pogojev za vključevanje mladih v družbene procese.

Ob pomoči Urada za mladino na nevladni ravni delujejo nekatere organizacije za mlade. Centralna mladinska organizacija na nevladni ravni je Mladinski svet Slovenije (MSS), ki skupaj z Uradom tvori mešano komisijo za mladinska vprašanja, ki ima funkcijo posvetovalnega telesa samemu Uradu. MSS, ustanovljen leta 1990, je združenje slovenskih mladinskih organizacij različnih interesov, nazorskih ali političnih usmeritev<sup>7</sup>. Kot reprezentativno telo mladinskih organizacij iz Slovenije je MSS član Sveta evropskih nacionalnih mladinskih svetov (CENYC), Svetovne skupščine mladih (WAY) in Evropskega mladinskega foruma (EYF). V MSS je vključenih 22 organizacij: podmladki političnih strank, mladinske »sekcije« znotraj organizacij v Sloveniji in interesne oblike povezovanja mladih.

Cilji MSS so (Sladojevič, 1998: 81):

- predstavljanje in zastopanje mladinskih organizacij v Sloveniji, spodbujanje razvoja prostovoljnega organiziranja mladih in krepitev dejavnosti mladinskih organizacij, ne glede na njihove različne interese, nazorske ali politične usmeritve;
- spodbujanje razvoja mladinskih organizacij kot instrumenta mladih v družbi in aktivne udeležbe mladih v javnem življenju;
- biti posvetovalno telo za vsa vprašanja, ki zadevajo mlade in njihove organizacije, ter izvajati vpliv na mladinsko politiko v vsebini, kot jo določajo organizacije – članice MSS.

Poleg MSS in Urada za mladino v Sloveniji delujejo še Študentska organizacija Slovenije, študentski organizaciji na obeh univerzah in dijaška organizacija v okviru Študentske organizacije Univerze v Ljubljani.

Leta 1998 je bil v Državni zbor poslan tudi Nacionalni program Republike Slovenije za mladino, ki ga je pripravil Urad za mladino. Žal pa nacionalni program kasneje ni bil sprejet in Slovenija je še vedno brez osrednje nacionalne strategije mladinske politike. Nacionalni program je bil prvi dokument za celovito obravnavanje mladine. Temeljne usmeritve nacionalnega programa so (Sladojevič, 1998: 87):

---

<sup>7</sup> MSS vključuje tudi Zvezo tabornikov Slovenije in Združenje slovenskih katoliških skavtov in skavtinj, torej organizacije, ki vključujejo tudi osnovnošolce.

- okrepiti in razširiti vrednote demokracije med mladimi: svoboda, enakopravne možnosti, odgovornost, podjetniški duh, etika individualnega prizadevanja, strpnost in solidarnost;
- spodbujati osebno avtonomijo mladih in njihovo socialno integracijo s poglobljanjem izobrazbe, porastom zaposlovanja mladih in lažjim dostopom do stanovanja;
- povečati participacijo mladih v družbi.

V okviru Urada za mladino deluje tudi Zavod Movit, ki s pomočjo programov Evropske unije in z bilateralnimi povezavami spodbuja mobilnost mladih, prostovoljstvo in mednarodno mladinsko povezovanje.

### **3.4. Mladinsko časopisje v Sloveniji**

Pri zgodovinskem pregledu mladinskega časopisja sem se osredotočila na časopise, ki so jih pisali odrasli za mlade, čeprav je obstajalo tudi veliko časopisov, ki so jih pisali sami mladi in tudi spadajo v oznako »mladinsko časopisje«. Po eni strani sem tako odločila, ker so bili časopisi »za« mlade bolje organizirani, torej so imeli tudi višjo naklado, bili so večinoma tiskani in namenjeni širšemu krogu bralcev. Hkrati je v njih zelo opazna vzgojno-izobraževalna funkcija. Posledica je ta, da so se bolj zapisali v zgodovino kot pa časopisi »od« mladih, ki so bili pogosti rokopisni, izhajali so v nižjih nakladah in bili omejeni le na ozek krog bralcev (npr. šolska glasila).

#### **3.4.1. Začetki v 19. stoletju**

Prva periodična publikacija namenjena mladostnikom je bila Sprotulentna vijolica, rokopisni tednik s tiskanim naslovom, ki so ga leta 1846 izdajali dijaki na mariborskem učiteljišču. Prvi tiskani slovenski mladinski časopis pa je bil Vedež (1848 – 1850), ki je nastal iz potrebe po berilu za učence, ki takrat niso imeli na voljo šolskih knjig v slovenskem jeziku. Zato je bil tudi glavni namen časopisa učenje slovenskega jezika in je zato igral v času narodnega prebujanja pomembno vlogo. Z izdajanjem knjig v slovenskem jeziku je Vedež izgubil svoj namen in je počasi zamrl.

Po Vedežu je sledilo več poskusov rokopisov dijaških listov, vendar pa je mladinsko časopisje doživelo razmah šele po letu 1870, ko se je slovenska javnost razdelila na dva svetovnonazorska in politična tabora, na liberalni in katoliško-klerikalni tabor. Takrat je začel izhajati Vrtec (1871 – 1944), mesečnik s podnaslovom Časopis s podobami za slovensko mladost. Pod vodstvom učitelja in mladinskega pisatelja Ivana Tomšiča je v krščanskem duhu močno vplival na razvoj slovenske mladinske književnosti in glasbe. Pomembnost Vrtca je v tem, da je odigral pomembno vlogo pri ohranjanju in utrjevanju slovenskega jezika v času, ko so na številnih šolah uporabljali italijanščino ali nemščino. List je objavljala prispevke znanih slovenskih pisateljev in pesnikov, med njimi Otona Župančiča, Frana Levstika, Dragotina Ketteja, Janeza Trdine, Josipa Murna in drugih. Leta 1895 je postal samostojna priloga Vrtca nabožni Angelček (1887 - 1935), ki se je leta 1935 združil z Lučko z neba (1931 – 35) v Luč (1935 - 45).

Ob koncu 19. stoletja je izhajalo še nekaj mladinskih časopisov, vendar večina le kratek čas. Med pomembnejšimi so Vesna (1892 – 94), Zora (1895 – 1921), Novo doba - Nova doba (1898) in Glas (1899/1900).

### **3.4.2. 20. stoletje do druge svetovne vojne**

V začetku 20. stoletja je slovenska študentska mladina postala nosilec novih političnih pobud in se je organizirala v politična društva. Liberalno usmerjena mladina je pisala v Zvonček (1900 – 39), s podnaslovom List s podobami za slovensko mladino. Časopis naj bi mladino zabaval in poučeval, jo ogreval za vse lepo in ji širil obzorje, bil pa je tudi prvi mladinski časopis z razdeljenimi rubrikami. Narodnoradikalna mladina je pisala v Omladino (1904 – 14). Pred prvo svetovno vojno so izhajali številni časopisi za mlade, ki pa so bili vsi politično obarvani. Mladinsko časopisje pa je tudi izhajalo pri društvih, kot je bila Sokolska telovadna organizacija (Sokolič, 1919 – 38; Sokolska prosveta, 1931 – 39 in Soko, 1930 – 38).

Po vojni se je število dijaških časopisov povečalo, tako so med drugim izhajali tudi v Trstu (Danica in Maj, oba 1919), Ljubljani (Kres, 1919 – 20), Velikovcu (Mlada Jugoslavija, 1919 – 20) in Mariboru (Utrinki, 1921 – 23). Vse do druge svetovne vojne so krščanskosocialistične nazore izražala številna glasila, kot na primer Križ na gori (1924 – 27), Križ (1928 – 30), Rast (1927 – 31), Mladi plamen (1930 – 34), Straža v viharju (1934 – 41) in številni drugi. Liberalno misel je zagovarjal tržaški Novi rod (1921 – 26), ki ga je urejal tudi Josip Ribičič in ilustriral Maksim Gaspari, v njem pa so sodelovali takratni najboljši slovenski pesniki in pisatelji, npr. France Bevk, Cvetko Golar, Srečko Kosovel in drugi. Kasneje je njegovo tradicijo nadaljeval ljubljanski Naš rod (1929 – 44) z urednikom Josipom Ribičičem. Ta list, tesno povezan z založbo Mladinska matica, je postal osrednji mladinski list zaradi svojih pestrih rubrik, kvalitetnih prispevkov in sodelovanja uglednih literatov.

### **3.4.3. Od druge svetovne vojne do osamosvojitve Slovenije**

Že med drugo svetovno vojno je Zveza slovenske mladine izdajala glasilo za pionirje Slovenski pionir (1943 – 45), ki se je po vojni nadaljeval kot Pionir izdajatelja Mladinske knjige, ustanovljene leta 1945. Leta 1990 se je preimenoval v Geo in se preoblikoval v poljudnoznanstveno revijo po

vzoru National Geographica. Gea, ki je namenjena bralcem od 12. leta starosti, prinaša zanimive prispevke v besedi in sliki, ne le iz domačega okolja, ampak z vsega sveta.

Od začetka leta 1945 založba Mladinska knjiga izdaja tudi Ciciban, mesečnik z leposlovnimi, poučnimi, vzgojnimi in zabavnimi prispevki namenjenimi otrokom prvih treh razredov osnovne šole in kasneje tudi predšolskemu občinstvu. Vse od začetka so v reviji objavljali prispevke priznanih sodobnih slovenskih avtorjev, dela iz ljudskega in preteklega literarnega snovanja, prevode iz svetovne mladinske literature in literarne in likovne prispevke otrok samih. V šolskem letu 1998/99 so začeli izdajati še Cicido, revijo, namenjeno predšolskim otrokom, njihovim staršem in vzgojiteljem.

Leta 1961 je založba Borec začela izdajati literarno revijo Kurirček (1961 - 1990/91), namenjeno učencem osnovnih šol od tretjega razreda dalje. V prvih letnikih so bili prispevki povezani z vojno tematiko in NOB, kasneje pa so se pod vodstvom novih urednikov spremenili v literarno obarvane kakovostne prispevke. Leta 1991/92 se je Kurirček preimenoval v Kekca.

Dva pomembnejša mladinska časopisa zamejskih Slovencev sta celovški Mladi rod (1952-) in tržaški Galeb (1954-). Oba sta pomembna zaradi širjenja slovenske besede med mladimi onstran slovenske meje, poleg tega pa dajeta priložnost za objavo del tudi samim bralcem.

Druge revije so še Tabor (1952-), glasilo Zveze tabornikov Slovenije, TIM (1962/63-), revija za tehnično in znanstveno dejavnost mladine in Presek (1972-), list za mlade matematike, fizike in astronome. Poleg tega sta mladim na voljo tudi dve verski reviji, Pastirček (1945-) in Mavrica (1972-). Mladim pa so namenjeni tudi Antena (1965-) in Stop (1968-) ter drugi zabavni časopisi.

Po drugi svetovni vojni je v Sloveniji naraščalo število časopisov in revij za mlade. Vendar pa je treba poudariti, da so to v glavnem časopisi »za« mlade in ne »od« mladih. Njihovo vsebino in usmeritve določajo odrasli, inštitucije, organizacije, ki jih izdajajo. Za časa socializma, ko ekonomski vidik izdajanja tiskanih medijev še ni bil tako poudarjen, je bila vloga interesnih skupin in organizacij še posebej opazna v medijih za otroke.

#### **3.4.4. Po letu 1991**



Na slovenskem trgu se je po letu 1991 pojavilo izredno veliko število naslovov domače mladinske periodike različne kakovostne ravni in vrednosti. Nekatere novonastale otroško-mladinske revije so do leta 1994 že nehale izhajati, mnogim pa se je uspelo obdržati in si zagotoviti svoje bralce. V raziskavi o slovenski mladinski periodiki v času od 1994 do 1998 (Brglez, 1999) je zajetih 42 revij, namenjenih osnovnošolcem, in 6 revij, namenjenih staršem in pedagogom.

Veliko število teh revij izdajajo gospodarska podjetja, kar pomeni, da so njihove vsebine podvržene tržnim zakonitostim. Zato je opazna tudi velika komercializacija vsebin, ki spodbuja vrednote tržne ekonomije in modernih zahodnih družb, tudi skozi prikrito oglaševanje.

Brglez (1999: 218) po vsebini razdeli otroško in mladinsko periodiko v letih med 1994 in 1998 na:

- splošne (otroške): Ciciban (1945-), Cicido (1998-), Polžek (1997 – 1999), Zmajček (1994-);
- splošne (najstniške): Antena (1965-), Cool (1996-), Čebljanča (1993-), Firbec (1997-), Kratkočasnik (1993-), Ognjišče (1965-), Pil (1948-), Smrklja (1996-), Frka (2001-);
- ožje poučne in/ali poljudnoznanstvene (otroške): Mavrica (1972-), Kekec (1991/92-);
- ožje poučne in/ali poljudnoznanstvene (najstniške): Dinozavri (1993-), Gea (1990-), Mrgolazen (1994-), Proteus (1934-), Presek (1972-), Tabor (1952-), TIM (1962/63-), Skavt (1990 – 1992), Skavt info (1992 – 1996), Skavtič (1997-), Življenje in tehnika (1952-), Časopis Bralne značke (2001-), Unikat (2000-);
- enigmatične (otroške): Čuk (1995-), Čukec (1994 – 1999), Kljukec (1999-), Kviz (1996-), Petka (1993-), Pinko (1994-), Pinkove križanke (1997-);
- enigmatične (najstniške): Razvedrilo za mlade (1994-);
- zamejske: Galeb (1954-), Mladi rod (1952-) in Pastirček (1945-);
- stripe (otroške): Pingu (1997), Dumbo (1994-), Miki Miška in prijatelji (1994-), Zajček Dolgouhec in prijatelji (1993 – 1997), Zajec Dolgouhec in prijatelji (1997-), Tom&Jerry (1994-), Barbie (1997-), Telebajski (2001-);
- stripe (najstniške): Alan Ford (1993-), Kapetan Miki (1994-), Komandant Mark (1994-), Veliki Blek (1994-).

Anketa med osnovnošolci (Brglez, 1999) je odkrila, da so med mladimi najbolj priljubljene revije Ciciban, Pil, Firbec in Smrklja. Toda priljubljenost revij se spreminja s starostjo: v drugem in tretjem razredu je osnovnošolcem najbolj všeč Ciciban, njegovo vlogo od četrtega razreda dalje prevzame Pil, ki pa ga v osmem razredu prehiti bolj komercialno naravnana Smrklja. To zadnjo

začenjajo brati že petošolci in zanimivo bi bilo videti, ali se je v zadnjih nekaj letih morda ta prag še spustil in koliko je prenova Pila vplivala na njegovo priljubljenost.

### **3.5. Pionirski list/PIL 1948 – 2001**

Prva številka Pionirskega lista, s podnaslovom Glasilo Zveze pionirjev Jugoslavije, je izšla 18. februarja 1948. Že od samega začetka je bil tednik. Prve letnike je izdajal Glavni odbor Ljudske mladine Slovenije (LMS), od leta 1951 ga izdaja založba Mladinska knjiga. Podnaslov se je spremenil v Glasilo Zveze pionirjev Slovenije (13. številka), nato v Glasilo slovenskih pionirjev (od 1956/57), od 1968/69 pa nima podnaslova. V 80. letih prejšnjega stoletja se je tednik preimenoval v PIL – Pionirski list (1985/86).

S spreminjanjem družbenopolitičnih razmer ob koncu 90-ih let prejšnjega stoletja in razpadu pionirske organizacije, se je naziv »Pionirski list« izgubil in ostal je samo PIL (št. 19, letnik 1989/90), v istem letu pa se je s številko 37 preimenoval v PIL Pisani list.

Sprva je bil Pionirski list časnik, ki je spodbujal pionirje k aktivnostim v pionirski organizaciji. Toda iz leta v leto se je vsebinsko bogatil in postal pomemben medij z močnim vplivom na najmlajšo javnost in s tem tudi aktivno udeležen pri oblikovanju in vzgajanju najmlajšega rodu. Kot pišejo Miran Zirkelbach, Janez Kajzer, Marta Lešnjak, Boža Novak (Čerin et al, 1983: 242) Pionirski list »ves čas izhajanja posebno odlikuje dosledna naravnost na kvalitetno posredovanje vsega, kar je pionirjem in mladini (od 3. do 8. razreda OŠ) dosegljivo, razumljivo in primerno.«

Vse tri osnovne značilnosti vsebinske usmeritve – informativnost, vzgojnost in dejavnosti za prosti čas se med seboj prepletajo in dopolnjujejo (Čerin et al, 1983: 245).

Čeprav je bil sprva namenjen samo osnovnošolcem med 10. in 14. letom, pa se je zaradi naraščajoče popularnosti tudi med mlajšimi in zaradi konkurenčnosti na trgu leta 2000 razdelil na dva časopisa: tednik Pil PLUS za najstnike med 12. in 15. letom in mesečnik Pil za starost med 9 in 12 let.

Sprva je Pionirski list spodbujal osnovnošolce k aktivnostim v pionirski organizaciji, kmalu pa je uredništvo k sodelovanju pritegnilo znane slovenske ilustratorje, književnike, novinarje in strokovnjake. Posledica je bila vsebinska obogatitev in razširitev v vsestranski časopis za šolarje. Uredniška politika revije je usmerjena v spremljanje dogodkov, ki so aktualni in zanimivi za mlade. Spremlja življenje mladih doma in po svetu, aktivno vključuje mlade same, ki sodelujejo s svojimi

prispevki. S številnimi akcijami, natečaji in z izobraževalnimi prilogami list spodbuja tudi samostojno ustvarjalnost mladih.

Poleg tega je za vzgojo pionirjev Pionirski list razpisoval tudi različne nagradne natečaje, med njimi je bila najbolj znana Vesela šola. Prvi pa je bil Štefanov natečaj, v katerem so sodelovali mladi fiziki in matematiki.

Vesela šola že od leta 1968 predstavlja sproščeno obliko pridobivanja znanja in splošne izobrazbe med učenci. Med drugim tudi spodbuja mlade za raziskovalno dejavnost in preverjanje znanja. Tudi Vesela šola se je z reorganizacijo same revije leta 2000 razdelila na več vej: na Cici Veselo šolo namenjeno mlajšim bralcem Cicibana in Cicidoja, na Pilovo Veselo šolo in na Veselo šolo Pila PLUS. Pilova redna priloga Vesela šola je namenjena učencem od tretjega do petega razreda osemletke oz. od četrtega do šestega razreda devetletke, medtem ko je mesečna priloga Pila PLUS, Vesela šola Pila PLUS, namenjena učencem od šestega do osmega razreda osemletke oz. sedmega do deveta razreda devetletke.

Uredniki Pionirskega lista so bili Boris Makovec, Stanislav (Vojko) Novak, Miran Zirkelbach, Valter Samide, Suzana Šoster, Vladka Durjava, Meta Ornik (Pil) in Jana Zirkelbach-Žgur (Pil PLUS).

Prednost Pionirskega lista/Pila pred drugimi mladinskimi revijami je bila vedno v tem, da so ga razširjali preko šolskega sistema. Tako so tudi ob koncu 20. stoletja Pil otroci in najstniki dobivali preko naročnine v 95% primerov, medtem ko je bilo v prosti prodaji prodane le 5% naklade (Brglez, 1999: 60).

Po raziskavi o slovenski mladinski periodiki v letih med 1994 in 1998 (Brglez, 1999) je Pil ena najbolj priljubljenih in razširjenih revij slovenskih osnovnošolcev. Toda v osmem razredu ga prehiti Smrklija. Brglez (1999) ta premik razloži s različno ponudbo identitet, ki ju ponujata reviji. Življenje, ki ga prikazuje Pil, je mnogoplastno in vsaj poskuša biti celovito. Opisuje življenje navadnih osnovnošolcev, ki so preprosto osnovnošolci. S tem pa se najstniki ne morejo sprijazniti, zato se raje obrnejo k Smrkliji, ki ponuja kreiranje imidža, ponuja nasvete, kako postati nekaj posebnega in drugačnega.

## IV. EMPIRIČNI DEL

### 4.1. Pionirski list v letu 1948

Pionirski list je začel izhajati 18. februarja 1948, s podnaslovom Glasilo Zveze pionirjev Jugoslavije. Od februarja do maja 1948 je izhajal kot prevod beograjskih »Pionirskih novina«, kasneje pa kot samostojni list za Slovenijo (Čerin et al., 1983: 60). Geslo glasila je bilo tudi geslo pionirske organizacije »Za domovino s Titom naprej!«, ki je bilo v vsaki številki objavljeno v nadnaslovu.

Sprva ga je izdajal Centralni svet Ljudske mladine Jugoslavije, odgovorni urednik za Slovenijo pa je bil Boris Makovec, od številke 13 (19. maj 1948), pa se Pionirski list preimenuje v Glasilo Zveze pionirjev Slovenije, izdaja pa ga Glavni odbor Ljudske mladine Slovenije. Makovec je ostal odgovorni urednik, toda s številko 44 (23. december 1948) ga je zamenjal Vojko Novak. Članki večinoma niso bili podpisani, tisti, ki pa so bili, so bili pogosto podpisani samo z imenom. Nekaj člankov so napisale tudi pomembne družbenopolitične osebnosti tistega časa (Milovan Djilas, Branko Čopić). Proti koncu leta je v časniku vse več literarnih prvin, močna politična propaganda pa se nekoliko umirja.

V letu 1948 je imel Pionirski list po 4 strani, formata A3, torej časniško obliko. Le zadnja številka v letu (številka 45, 30. december 1948) je imela izjemoma 8 strani. Cena enega izvoda je bila 2 dinarja, mesečna naročnina pa je bila 8 dinarjev. Časopis so razširjali z naročninami preko posameznih pionirskih odredov na šolah. Sprva je izhajal vsako sredo, od številke 29 (9. september 1948) naprej pa vsak četrtek.

Zunanja podoba časnika je bila dvobarvna: črni tisk prispevkov so dopolnjevale slike in naslovi v rdeči, modri ali zeleni barvi. Na začetku Pionirski list ni objavljajal fotografij, kasneje pa so postale vedno bolj pogoste, vseeno pa so večino grafične opreme predstavljale risane slike in skice. Preprosto grafično podobo so z novim uredniškim odborom in odgovornim urednikom zamenjali, tako da je imel od številke 44 dalje Pionirski list novo podobo (nov tip črk za naslov, drugačna grafika)<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Glej Prilogo A.

Višina naklade se je najbrž gibala okoli 60.000 – 80.000, saj je bil cilj izdajatelja, da je vsak pionir naročen na Pionirski list. Pionirski list sam v 32. številki (30. september 1948) napiše, da gre vsak mesec po šolah skupaj 210.000 izvodov pionirskih listov (torej skupaj štirinajstdnevnik Pionirski list in mesečnika Pionir in Ciciban).

Za časa Jugoslavije je Pionirski list poudarjal samoupravo pionirjev, bratstvo med jugoslovanskimi pionirji, ohranjanje in razvijanje revolucionarnih izročil NOB in ljudske revolucije, pionirsko solidarnost z otroki doma in v svetu. S članki naj bi prispeval k razumevanju družbenih dogajanj v Jugoslaviji in seznanjal pionirje z življenjem otrok v politično podobno usmerjenih deželah (Čerin et al., 1983: 245).

#### 4.1.2. Vrednote v Pionirskem listu v letu 1948

Glede na prevladujoče vrednote družbe v Jugoslaviji takoj po 2. svetovni vojni, sem se odločila, da se bo moja hipoteza osredotočila na tri vrednote, za katere predvidevam, da jih je Pionirski list poudarjal v letu 1948. To so:

1. Bratstvo med jugoslovanskimi narodi in narodi držav s podobno politično ureditvijo in usmeritvijo
2. Delo za skupnost
3. Domoljubje – ljubezen do skupne domovine Jugoslavije

Te vrednote potrjuje tudi pionirska zaobljuba iz leta 1945, ki so jo slovenski pionirji ob prvi proslavi dneva mladosti izrekli svojemu voditelju Titu (Čerin et al., 1983: 53-54):

»Pri časti in naporih naših narodov se vam, naš ljubljeni voditelj maršal Tito, zaobljubljam:

**Da bom nadvse ljubil svojo domovino**, za katero je dalo življenje toliko najboljših sinov in hčera.

Da ne bom nikdar pozabil na prelito kri in žrtve, na katerih je zgrajena moja domovina.

Da bom ljubil, spoštoval in ubogal svoje starše.

Da bom spoštoval in ubogal svoje učitelje, predstojnike in bom discipliniran in se bom pokoraval svojim pionirskim voditeljem.

Da se bom pridno učil.

Da bo moje obnašanje in delo vredno člana naše srečne domovine, federativne demokratične Jugoslavije.

**Da bom čuval in utrjeval bratstvo in enotnost vseh jugoslovanskih narodov.**

**Da bom ljubil vse narode Jugoslavije.**

**Da bom s svojimi šibkimi močmi pomagal pri obnovi in izgradnji naše izmučene in porušene domovine.**

Da bom ljubil svoje tovariše in bom svojemu bližnjemu vedno v pomoč.

Da bom v pomoč in podporo starim in nemočnim ter slabotnim ljudem.

**Da bom za obrambo domovine vedno pripravljen darovati tudi svoje mlado življenje.»<sup>9</sup>**

Zagotovo so vsem pionirjem odmevale v glavi besede Tita (Lunder, 2001: 40):

»Prvič: Vaša naloga je, da se učite. Le kdor se bo učil, bo kaj znal. In le kdor kaj zna, bo lahko koristil svoji domovini.

Drugič: Naučiti se morate ljubiti svojo domovino. Domovina je prelivala kri za svobodo.

Tretjič: Postati morate takšni, kakršni so bili vaši tovariši mladinci med bojem.«

#### **4.1.2.1. Vrednota 1: Bratstvo med narodi**

Kot kaže obljuba pionirjev, je bilo po drugi svetovni vojni v novonastali Jugoslaviji bratstvo med narodi ena najpomembnejših vrednot. Bratstvo med jugoslovanskimi narodi je prikazano kot nekaj, kar se je kovalo že med drugo svetovno vojno, v bojih, ko so se slovenski vojaki borili z ramo ob rami s srbskimi in hrvaškimi tovariši. Ta složnost in bratstvo se kažeta tudi v preseganju ozkih nacionalnih interesov med drugo svetovno vojno, ko so se npr. hrvaški borci borili za osvoboditev Trsta ali pa bosanski borci za osvoboditev Beograda (»*Srce naše domovine*«, PL, 34/14.10.48, str. 2).

Tako je nekaj povsem naravnega, da so po drugi svetovni vojni vsi ti narodi skupaj zgradili novi Jugoslavijo, v kateri živijo vse »bratske republike FLRJ« (PL, 35/21.10.48, str. 2) v slogi. Pionirji doživljajo to bratstvo na svoji koži, ko potujejo po Jugoslaviji in spoznavajo pionirje iz drugih republik. To je bilo mogoče še posebej skozi poletne kolonije. Ob takih priložnostih opisujejo članki v Pionirskem listu idilične počitnice (»*Pozdravi slavonskih pionirjev*«, PL, 28/1.9.48, str. 2).

---

<sup>9</sup> Odebeljeni so tisti deli prisege, ki so posebej pomembni za moj izbor vrednot.

Obisk drugih republik in spoznavanje pionirjev drugih narodnosti je bila predstavljena tudi kot velika čast za vse udeležence takih izletov. Pričevanja slovenskih pionirjev o takih srečanjih so polna navdušenja in krepijo podobo bratstva med vsemi jugoslovanskimi narodi.

»Tako željno že čakamo, da si bomo toplo stisnili roko za našimi bratskimi pionirji, da jim izročimo pozdrave pionirjev iz vseh delov Slovenije. (...) in že nas obsujejo pionirji, ki nas kar ne morejo spustiti iz srede. (...) V prijetnem razgovoru smo hitro postali najboljši prijatelji. (...) Hitro so potekali dnevi našega bivanja v Beogradu, med našimi bratskimi pionirji. Vsi smo se vračali nazaj z najlepšimi vtisi in prijetnimi spomini.«<sup>10</sup>

»Centralni svet Ljudske mladine Jugoslavije bo sprejel v zvezno letovišče v Selcah pri Crikvenici 20 najboljših slovenskih pionirjev, ki bodo na tem letovanju skupno s pionirji iz ostalih republik in bratskih držav ob skupnem delu in igri spoznali življenje in delo pionirjev naših narodov ter njih izkušnje prenesli v delo svojih odredov in čet.«

Ali pa ob obisku Titovega rojstnega kraja Kumrovca, ko so se slovenski pionirji srečali s hrvaškimi in takoj postali prijatelji. Družile so jih vrednote, ki so bile enake v vsej Jugoslaviji:

»Skupno so vzklikali maršalu Titu, bratstvu in enotnosti, novi Jugoslaviji in petletki. (...) Na koncu so vsi zapeli državno himno.«

Kljub temu pa ni vse le ponavljanje floskul in bratstvo naj bi se tudi resnično razvijalo med mladimi:

»Nato so pionirji posedli po travniku, kjer so se pridružili tudi hrvaški pionirji. Slišalo se je živahno kramljanje, pesem in smeh.«<sup>11</sup>

V št. 31, 23.9.48, objavijo na prvi strani celo stran prispevkov pionirjev iz drugih jugoslovanskih republik o pričetku šole. V uvodniku takrat napišejo:

»Vsi pionirji Jugoslavije smo ena sama velika družina in zato je prav, da vemo pionirji v Sloveniji, kako žive in delajo naši tovariši in bratje v ostalih republikah naše domovine.«

Ob koncu leta pa zapišejo na zadnjo stran:

---

<sup>10</sup> Naši pionirji so obiskali pionirje iz Beograda, PL, št. 21/14.7.48, str. 3

<sup>11</sup> Pirc, Rezi: 700 slovenskih pionirjev v rojstnem kraju maršala Tita, PL, št. 12/12.5.48, str.2



»Prav zaradi tega bi radi podrobneje zvedeli, kakšna je zima v raznih predelih naše domovine. Radi bi vedeli, kaj delajo in kako preživljajo zimo drugod naši bratski pionirski odredi. O teh krajih smo marsikaj že slišali v šoli od našega učitelja, še bolj pa bo zanimivo, če nam bodo o tem pisali pionirji, ki živijo v teh krajih. No, mi smo se že odločili, da bomo vzeli v roke pero in napisali dolgo pismo enemu izmed pionirskih odredov v naših bratskih republikah, v katerem mu bomo opisali našo zimo in vse, kar delamo v zimskem času. Poleg tega bomo naprosili pionirje tega odreda, da nam tudi oni o vsem tem napišejo obširno pismo.«<sup>12</sup>

Toda bratstvo se ne razvija samo med jugoslovanskimi narodi. Obstaja tudi bratstvo med vsemi slovanskimi narodi, ki živijo v državah s podobno (komunistično) ureditvijo. To bratstvo je še posebej močno med Sovjetsko zvezo in Jugoslavijo in prav tako izvira še iz časov druge svetovne vojne, ko so se skupaj borili partizani in borci Rdeče armade.

»Vsa leta borbe se je kovalo neomajno borbeno bratstvo med našimi in sovjetskimi narodi. (...) Jugoslovanska armada se je borila s Sovjetsko armado ramo ob rami za zmago naprednih sil na svetu, za zmago nad nemškim fašizmom in njihovimi hlapci.«<sup>13</sup>

Bratstvo z drugimi (nejugoslovanskimi) narodi spodbuja Pionirski list tudi s spodbujanjem dopisovanja s pionirji iz drugih držav, pa tudi z zbiranjem prispevkov za male borce v Grčiji. Slovenski in jugoslovanski pionirji so obiskovali tudi vrstnike v drugih komunističnih državah.

»Še nikdar nisem preživela počitnic tako lepo, kakor letos. (...) Zelo smo se razveselili in se razgovarjali, da pojdemo v bratsko Poljsko enotni, da bomo pokazali, da predstavljamo 2 milijona jugoslovanskih pionirjev. (...) V kolikor se nismo mogli razumeti z besedami, smo se mogli razumeti z dejanji, saj je vladala med nami disciplina in resnično tovarištvo, saj smo pokazali pravo željo naše pionirske organizacije po bratstvu in edinstvu vseh narodov sveta.«<sup>14</sup>

»Tako se uči in raste najmlajši rod bolgarskega ljudstva-septemvriči, tovariši in bratje naših pionirjev.«<sup>15</sup>

Vrednota bratstva je povezana z vrednoto enakosti med ljudmi – le če smo si vsi enaki, smo si lahko bratje. Zato tudi pišejo v Pionirskem listu o drugih narodih in opisujejo njihov vsakdan, da prikažejo, da so »takšni, kot smo mi«. Enakost združuje ljudi v svetovno družino.

---

<sup>12</sup> Naša pionirska zima, PL, št. 45/30.12.48, str. 8

<sup>13</sup> Ob triletnici podpisa pogodbe o prijateljstvu in medsebojnem sodelovanju med Sovjetsko zvezo in Jugoslavijo, PL, št. 7/7.4.48, str. 3

<sup>14</sup> Krainer, Ema: Bili smo v bratski Poljski, PL, št. 27/25.8.48, str. 1

<sup>15</sup> Septemvriči, prispevek o bolgarskih pionirjih, PL, št. 29/9.9.48, str. 2

Bratstvo in ljubezen do sovjetskih pionirjev ni omajala niti resolucija Informbiroja, zato Pionirski list tudi po resoluciji še naprej poudarja povezanost med narodi v komunističnih državah.

#### **4.1.2.2. Vrednota 2: Delo za skupnost**

Bratstvo je povezovalo vse narode jugoslovanskih republik v eno samo veliko družino. Jugoslavija po drugi svetovni vojni naj bi bila država v lasti državljanov in ne elit. Eden od načinov, kako državo približati državljanom, jo narediti njihovo, je zagotovo ta, da jih prepričaš, da jo »gradijo« sami. Seveda to ni bil edini razlog za prostovoljna dela – vojna je Jugoslavijo pustila opustošeno, a še pred vojno je bila država pretežno agrarna in velik države je močno zaostajal za razvitejšo zahodno Evropo. Zato je bilo treba državo postaviti na noge, jo obnoviti in posodobiti. Ker pa je bila državna blagajna prazna, je bilo to najlažje s prostovoljnim delom.

Oblast se je obrnila na mlade in jih angažirala za prostovoljno delo, organizirala jih je v mladinske delovne brigade, ki so s svojim delom obnavljale podrtne tovarne, gradile ceste in železniške proge in tako pomagale izvajati državno politiko. Mladinci, brigadirji in udarniki, so bili predstavljeni pionirjem kot vzor. Pionirski list je prvo stran prve številke posvetil prav mladinskim delovnim brigadam in udarništvu ob dnevu mladinskih delovnih brigad, 29. februarju:

»Na kosilu je spregovoril maršal Tito: »Biti udarnik pomeni biti visoko zaveden in delati za skupnost, za boljšo bodočnost, za vse ljudstvo; to pomeni – dati iz sebe vse v korist vsega ljudstva.«<sup>16</sup>

Delo v korist skupnosti, za izgradnjo domovine in kot so pisali v letu 1948 »za izgradnjo socializma« je ležalo na plečih mladine. Mladina je bila tista, ki je s svojim delom gradila »srečno prihodnost«:

»Tu mladinci počasi spoznavajo, da je edino delo za skupnost, za napredek vsega naroda osrečujoče, in da mora le tako delo izpolnjevati pretežni del njihovega življenja.«<sup>17</sup>

Male pionirje je bilo treba kmalu navaditi, da tudi oni pomagajo pri gradnji, da bodo znali kasneje prevzeti na svoja ramena breme izgradnje socialistične domovine:

---

<sup>16</sup> Prvi zlet udarnikov Srbije, PL, št. 1/18.2. 48, str. 1

<sup>17</sup> rubrika »Za petletni plan«: Primorska mladina v kmetijski šoli, PL, št. 3/10.3.48, str.2

»Že nekako samo po sebi je s pojmi zemlje, kubikov in norm povezano tudi ime mladine. To je pač zato, ker mladina vselej veselo pristopa k nalogam in s pesmijo zmaguje največje težave. Lejte, tudi letos je mladina sprejela obvezo: 50.000 članov Ljudske mladine bo tu sodelovalo. (...)

V nekaj letih bodo pionirji zrasli v mladince pa bodo tudi oni zidali. Da se pripravijo za te dni velike delovne sreče, bodo pionirji letos obiskovali brigadirje in se ob njih učili, ko jih bodo opazovali, kako je treba zmagovati kubike.«<sup>18</sup>

»Prvi mesec so pomagali pri gradnji proge tudi pionirji. »Čeprav smo šibki in mali, bomo delali dve uri za našo progo,« so večkrat dejali pionirji, ki so prihajali na gradilišče, vozili samokolnice in nabijali zemljo v nasip. Bili so utrujeni, znoj jim je tekel po obrazu, toda bili so veseli. Vedno so vztrajali po dve uri. Gledali so brigadirje in brigadirke, ki so delali useke in nasipe. »Tudi brigadirji in brigadirke so utrujeni,« je večkrat dejal pionir Janko svojemu sošolcu, pionirju Vitju, ko je hotel pred koncem dela oditi domov.«<sup>19</sup>

Ideologija se je skrivala v ozadju mladinskih delovnih akcij. Na vseh akcijah so imeli mladinci tudi politično vzgojo in njihovo delo ni bilo zgolj fizično, ampak so morali svetu in domovini dokazati, da bratstvo in enotnost nista zgolj besedi. Prostovoljno delo je imelo močan politični naboj:

»Varujoč bratstvo in enotnost kot največjo pridobitev naše borbe, se bomo prav na tej cesti z udeležbo mladine iz vseh krajev naše domovine in v tesnem sodelovanju s prebivalstvom, koder drži ta cesta, prizadevali, da ga še bolj poglobimo in okrepimo kakor nas učiš Ti.

S skupnim delom in medsebojnim zблиževanjem z mladino slovanskih in drugih narodov, borečih se za enotnost demokratične mladine vsega sveta, za čvrst mir in demokracijo se bomo prizadevali, da poneseemo v najbolj oddaljene kraje sveta resnico o naši domovini in vzbudimo ljubezen do nje.

Živel nam naš ljubljeni tovariš Tito!

Živela nova Jugoslavija, država srečne mladosti!«<sup>20</sup>

»Uredništvo Pionirskega lista je v imenu naših pionirjev pisalo nekaterim udarnikom, racionalizatorjem in inovatorjem. Prosili smo jih, da nam povedo, kako delajo in ustvarjajo, da se bodo naši najmlajši učili pri njih, pri njihovem požrtvovalnem delu, pri njihovi ljubezni do delovnega ljudstva in domovine.«<sup>21</sup>

V Pionirskem listu so objavljali tudi pesmi, ki so pionirje spodbujale k prevzemanju odgovornosti, k delu za domovino, zgledovanju po mladincih:

»Tudi moj brat dela že v brigadi!

<sup>18</sup>Novi Beograd. Novi Beograd – ponos naših narodov in naše mladine, PL, št.7/7.4.48, str.4

<sup>19</sup>Pinter, Dragica: Naša proga, PL, št. 15/2.6.48, str. 2

<sup>20</sup>Graditelj prve izmene Avtomobilske ceste »Bratstvo-enotnost«: Naš ljubljeni tovariš Tito!, PL, št.8/14.4.48, str. 1

<sup>21</sup>Sporočilo uredništva, PL, št. 24/4.8.48, str. 2

Rekel je – najboljši bo med vsemi,  
jaz pa bom izpite vse naredil,  
da bo mama nam ponosna in vesela:  
- oba sinova sta udarnika –  
šole in dela.«<sup>22</sup>

»Pesem pionirskih brigad

Na delo, naprej pionirji!  
Z voljo naprej v sončni dan!  
Najmlajši smo mi brigadirji,  
in delamo vsi za naš plan.

Skozi jutro doni pesem naša,  
razlega čez vas se veselo  
in veter okrog jo raznaša.  
Naprej vsi, na delo, na delo!«<sup>23</sup>

Za pionirje je bila prednostno naloga učenje – to je bilo njihovo udarništvo, to je bila njihova dolžnost do domovine, do skupnosti, do vodstva:

»Naša prva naloga je učenje. Maršal Tito je dejal, da se moramo učiti. Le kdor se uči, kaj zna, lahko koristi svoji domovini, lahko postane dober državljan naše lepe domovine.«<sup>24</sup>

»No, tudi pionirji nismo prekrizanih rok gledali, kako delajo naši očetje, matere, bratje in sestre. Pridno smo se učili, pomagali graditi našo domovino in tako izpolnjevali naš petletni plan.«<sup>25</sup>

Pionirsko in mladinsko delo v korist skupnosti oz. domovine naj bi svet in dvomljivce doma prepričalo v pravilnost Titove poti v socializem. Tako je opaziti vpliv obtožb Informbiroja tudi pri propagandi prostovoljnega dela:

»Kljub mrazu in dežju so bila njihova srca nasmejana in vesela. (...) Pri tem ne bodo samo koristili skupnosti. (...) S tem bodo tudi pionirji dokazali vsem, ki blatijo in krivično obsojajo naše vodstvo in našo

---

<sup>22</sup> Pesem na naslovnici, PL, št. 8/14.4.48, str. 1

<sup>23</sup> Vojko Bercko, PL, št. 17/16.6.48, str. 4

<sup>24</sup> Čosić, Zdenka, pionirka: Tako sem postala odlična učenka, PL, št. 8/14.4.48, str. 3

<sup>25</sup> Pionirski pozdrav II. kongresu OF Slovenije, PL, št. 11/5.5.48, str.1

Komunistično partijo, da ljubijo svojo domovino, svojega maršala Tita, da so mu brezmejno vdani in pripravljeni zanj dati vse svoje mlade sile.«<sup>26</sup>

Delo za skupnost je bilo močno povezano z ljubeznijo do domovine, z občudovanjem političnega vodstva in trdno prepričanostjo v pravo pot. Vse to naj bi verjeli in tako živeli tudi pionirji, bralci Pionirskega lista. Tekmovalnost je bila sestavni del mladinskih in pionirskih delovnih akcij in pionirji so prirejali različna tekmovanja v čast kongresov raznih družbenopolitičnih organizacij (KPJ, SKOJ, borcev ...):

»Pionirji bomo z delom in učenjem počastili II. kongres Komunistične partije Slovenije.«<sup>27</sup>

Ob koncu leta so bili pionirji ponosni na svoje delo. Poleg učenja so pripomogli tudi k izgradnji združnih domov, največja pionirska delovna akcija pa je bila nabiranje zdravilnih zelišč, ki so jih potem prodali farmacevtskim tovarnam.

»Naša mesta, naše vasi – vsa naša domovina je lepša in bogatejša. [Podnaslov:] Mi najmlajši smo ponosni, da smo tudi po svojih močeh sodelovali pri izpolnitvi plana za leto 1948.«<sup>28</sup>

#### **4.1.2.3. Vrednota 3: Ljubezen do domovine Jugoslavije**

Za narode v Jugoslaviji po drugi svetovni vojni je bila nova državna tvorba nekaj povsem neznanega. Kako torej prepričati ljudi, da vzljubijo svojo novo domovino, ko pa najbrž marsikak Slovenec niti vedel ni, kje je Makedonija. Opisovanje ljudi z drugih koncev nove domovine kot brate in delo za izgradnjo domovine sta bila dva posredna načina. Tako so bralce Pionirskega lista pozivali k izpolnjevanju petletnega načrta in »graditvi naše domovine«. Neposredno pa so predvsem otrokom skušali vcepiti v glavo in srce ljubezen do Jugoslavije z izbiro člankov in že s samo uporabo besed pri opisovanju Jugoslavije.

Države v Pionirskem listu nikoli ne poimenujejo nevtralnno, ampak vedno »naša domovina« ali »Titova Jugoslavija«, pogosto z olepševalnimi pridevniki »srečna, vesela ... domovina«. Članki ali govori vodij države so opisovali stanje v »stari Jugoslaviji« in stanje v »novi Jugoslaviji« in

---

<sup>26</sup> Pionirske brigade na delu, PL, št. 21/14.7.48, str. 1

<sup>27</sup> Geslo številke 37, PL, št. 37/4.11.48

<sup>28</sup> Naslovi osrednje teme, PL, št.45/30.12.48, str. 4-5

dokazovali, da živijo državljani v najboljši možni državi, ki materinsko skrbi za vse, še posebej pa za svoje otroke. Otroci in mladina so imeli posebno mesto v Jugoslaviji, bili so nosilci prihodnosti:

»Nebroj primerov v času osvobodilne borbe kot v času povojne graditve naše domovine nam dokazuje, kako velika in vsestranska je skrb naše ljudske oblasti za fizično in umsko zdrav razvoj naših otrok. Ljudska oblast in vse delovno ljudstvo naše države se dobro zaveda, da danes, ko se je pri nas delovni človek osvobodil izkoriščevalcev, ne gradimo naše države le za deset, dvajset let, temveč, da jo gradimo za srečo in blagostanje še poznejših rodov – za vekove.

(...) da so naši današnji člani pionirskih zvez zakoniti dediči države (...)

Vzporedno z izvrševanjem dolžnosti, se bo v pionirjih večala ljubezen do dela, točnost in vestnost pri delu, utrjevali se bodo iskreni, tovariški medsebojni odnosi in jačala se bo njih ljubezen do domovine, saj se bodo na slehernem koraku zavedali, da so le v Titovi Jugoslaviji lahko prejeli tako lepo darilo kot bo ta železnica.«<sup>29</sup>

»Svojo progo dobe pionirji lahko le v taki deželi, kot je Titova Jugoslavija in le v taki deželi je življenje lahko tako radostno in brezskrbno.«<sup>30</sup>

»Da, nekoč, še pred leti je bilo drugače. Tudi tedaj so bila otroška srca polna želja in velikih hotenj, a nihče jim ni zgradil proge, nihče jim ni zgradil gledališča, delavnic, mesta. Mnogi so si še kruha zaman želeli. Njihovo življenje je bila sama beda, pomanjkanje, izkoriščanje in razočaranje. Bili so mladi po letih, a njihova srca so bila že zaprta za iskreno otroško radost.

Danes pa ni več tako. Danes je skrb vsega ljudstva, skrb ljudske oblasti naš mladi rod, naši pionirji. Ta mladi rod ima vso pravico do življenja, vso pravico do prijetne, lepe mladosti.

Prepričani smo, da bo vreden tega veselega, srečnega življenja, da bo dostojen naslednik svojih očetov, bratov in starejših tovarišev, ki so zgradili to našo domovino. Ta mladi rod ne bo več poznal bede in sovraštva, sebičnosti in krivic. Živel in delal bo v bogati, srečni deželi – Titovi Jugoslaviji.«<sup>31</sup>

Domovina je večkrat poistovetena z njenim vodstvom, s Komunistično partijo Jugoslavije in s Titom. Pogosto v Pionirskem listu zapišejo »Titova Jugoslavija« in ljubezen do domovine je povezana z ljubeznijo in predanostjo Titu. Država je pogosto tudi poosebljena, je kot mati, ljubeča, a zahtevna - nekaj, kar moramo ljubiti, nekaj, kar zahteva od nas trud, pričakuje, da bomo izpolnili njena pričakovanja:

---

<sup>29</sup> Lado: Pionirska proga, PL, št. 3/10.3.48, str. 2

<sup>30</sup> Kovačič, Leo, PL, št. 3/10.3.48, str. 2

<sup>31</sup> Makovec, Boris: Pričeli smo graditi Pionirsko progo, PL, št. 4/17.3.48, str. 1

»Tito in domovina terjata od najmlajših, da nad vse ljubijo svojo deželo in svoje ljudstvo, da so ponosni na svojo deželo in svoje ljudstvo, da so ponosni na junaško preteklost svojega ljudstva in da verujejo v silo svojega ljudstva, da bo zgradilo svoje srečno življenje.

Prav pri tovarišu Titu, po njegovem vzgledu, se naši najmlajši uče in morajo učiti smelosti, junaštva, marljivosti, a predvsem – ljubezni in predanosti svoji domovini, v kateri delovni ljudje grade socializem, to je tak družbeni red, v katerem bodo vsi ljudje enakopravni in ne bodo v ničemer drug drugega izkoriščali. V borbi za to novo družbo, za novo socialistično Jugoslavijo, se morajo naši najmlajši vzgledovati na tovariša Tita, da ne bodo v ničemer oklevali, kot ne okleva tovariš Tito, temveč da se uče in delajo, da bi lahko dojeli in ponesli naprej veliko delo Komunistične partije in tovariša Tita – srečno in svobodno Jugoslavijo, domovino bratsko povezanih, enakopravnih narodov.«<sup>32</sup>

»Kajti z našimi obvezami se nismo obvezali samo našemu odredu, pionirski organizaciji, temveč mnogo več: obvezali smo se vsej naši domovini, vsemu našemu vodstvu, maršalu Titu.«<sup>33</sup>

»Sedaj bodo začeli novo življenje v naši domovini, ki je dobra mati vsem delovnim ljudem.«<sup>34</sup>

»Vso to mladino so mladi komunisti neprestano vzgajali v ljubezni do domovine in svojega ljudstva, v ljubezni do Komunistične partije – svoje voditeljice, v ljubezni do Sovjetske zveze in vseh držav ljudske demokracije, v ljubezni do velikega Stalina, v ljubezni do ljubljenega voditelja in učitelja maršala Tita.«<sup>35</sup>

V prispevku »*Srečno življenje mladega rodu*« (PL, št. 40/25.11.48, str. 3) opisuje avtor, kako je pionirjem povsod po Jugoslaviji lepo in kako država lepo skrbi zanje.

Domovino pa je treba tudi spoznati. Tega se Pionirski list loti s serijo »*Po naši domovini*«, kjer objavlja fotografije iz vseh krajev Jugoslavije s poučnimi temami (o geografiji, o petletki ...). Hkrati spodbuja pionirske odrede, da tudi sami raziskujejo Jugoslavijo. Tako naj bi se teoretično odpravili na potovanje po domovini, kjer vsak krožek razišče določen pogled na izbrano republiko (zgodovinski, zemljepisni, družbeni, pionirski ...). Iz takega dela je nastal prispevek »*Potovanje po domovini*« (Vojko Bercko, PL, št.34/14.10.48, str. 3).

Pomembna komponenta ljubezni do domovine je tudi pripravljenost žrtvovati vse zanje. Ne samo, da se je treba za domovino truditi in izpolnjevati njena pričakovanja; kadar tako zahtevajo

---

<sup>32</sup> Djilas, Milovan: Tito in najmlajši, PL, št. 13/19.5.48, str. 1

<sup>33</sup> K našemu velikemu prazniku, PL, št. 18/23.6.48, str. 1

<sup>34</sup> Udeležili smo se sprejema izseljeniške ladje »Radnik«. Iz dnevnika I. počitniške kolonije na Sušaku. PL, št. 26/18.8.48, str. 1

<sup>35</sup> Herojski Skoj. Po četrtem kongresu Zveze komunistične mladine Jugoslavije, PL, št. 35/21.10.48, str. 1

okolščine, moramo za njeno obrambo dati tudi naše življenje. Toda to ni nič nenavadnega – svoja življenja so dali za mlado Jugoslaviji že borci v drugi svetovni vojni, sorodniki malih pionirjev. Kako bi potem mogli pionirji odreči domovini tako žrtev?

»Majhni in mladi po letih a vendar silni v ljubezni do svojih narodov in svobode ter polni mržnje do zločinskih tujcev, ki jim niso pustili, da bi v miru preživeli svoja mlada leta.

Njihova mlada srca je (po osvoboditvi) še bolj prežela ljubezen do maršala Tita, o katerem so za časa borbe tolikokrat govorili, na katerega so tako mnogo mislili, ljubezen do naše skupne domovine.

Za take borce-pionirje jih je vzgojila samo pionirska organizacija, do katere čutijo svojo veliko hvaležnost in ljubezen.«<sup>36</sup>

»Domovina je njemu, kot vsem ostalim pionirjem, najdražje na svetu. Za domovino so žrtvovali naši dedje, očetje, bratje in sestre življenje. Tudi mnogi pionirji so dali svoje življenje za domovino, ker jim je bila draga nad vse, ker so jo ljubili bolj kot svoje življenje.«<sup>37</sup>

»Prizadevali si bomo, da bomo tudi mi tako ljubili domovino, kot so jo tisti heroji, ki so darovali zanjo svoja življenja. ...«<sup>38</sup>

Tudi o domovini so pisali pesmi, med drugim tudi Branko Čopić, toda lirika se prikrade tudi v tako nevtralne prispevke, kot je poročilo o delu kongresa Komunistične partije Slovenije:

»Delegati, najboljši sinovi naše Partije, se bodo razšli na vse strani Slovenije, da povsod, v slehernem delu naše dežele povedejo komuniste, vse naše delovne ljudi, herojsko mladino in nas pionirje po poti nadaljnega izgrajevanja naše domovine v srečno in ponosno deželo socializma, v deželo, ki ne bo poznala revščine in pomanjkanja, ki ne bo poznala izkoriščanja in zaostalosti, kjer bodo cveteli sreča in izobilje, radost in svoboda vsem delovnim ljudem.«<sup>39</sup>

Pionirski list tako zvesto služi namenom državne propagande, ki skozi izbiro vsebin in načinom njihove predstavitve mladim vceplja vrednote socializma in komunizma. Kljub enostranskem predstavljanju dogodkov doma in po svetu, pa se Pionirski list ne izogiba aktualnim temam in jih skuša mladim bralcem razložiti (seveda na način, ki ustreza razlagi KPJ). Tako se dotika tematike Informbiroja, zamejskih Slovencev, razvoja dogodkov v Evropi ... To pa predstavlja dobro osnovo za razvoj časopisa v kvaliteten časopis za mlade, ki odgovarja na vsa njihova vprašanja.

<sup>36</sup> Pionirski odred Ratitovec – naš borbeni in delovni vzor, PL, št. 16/9.6.48, str. 1

<sup>37</sup> Pripravimo se za sprejem v Zvezo pionirjev: Pionirski pozdrav, PL, št. 37/4.11.48, str. 3

<sup>38</sup> Pionirski tisk – naš najboljši prijatelj, PL, št. 33/7.10.48, str. 1

<sup>39</sup> Kongres naše slavne Partije, PL, št. 39/18.11.48, str. 1





## **4.2. PIL v letu 2001**

V letu 2001 sta že izhajali dve verziji Pila, namreč mesečnik Pil za mlajše osnovnošolce in tednik Pil PLUS za starejše osnovnošolce. Oba sta imela prilogo Vesela šola, prilagojeno za različno starostno stopnjo.

### **4.2.1. »Pil PLUS ... za izpiljen okus«**

Piše na domači strani Pil PLUSa. Časopis je opisan kot tednik, ki je »prilagojen željam in potrebam najstnikov. Prinaša zanimive teme, povezane s šolo (strah, trema, »špricanje«, ocene, vpis na srednjo šolo ...) in odraščanjem (družina, prijateljstvo, ljubezen, odnos do telesa, idoli). Samim najstnikom pa se prodaja kot revija, ki »širi obzorja na najrazličnejših področjih življenja, spodbuja k razmišljanju, svetuje, zabava in pomaga odraščati«.

Po obsegu ima 48 strani, vsak mesec pa je reviji priložena 16-stranska priloga Vesela šola. K tekmovanju v okviru Vesele šole skuša uredništvo in država spodbuditi tudi s ponujanjem dodatnih točk za vpis v srednjo šolo v primeru uvrstitve med državne prvake.

Vsebinsko Pil plus vsebuje dogajanje v svetu in doma, literaturo, glasbo, svet živali in rastlin, znanost in tehniko, računalništvo in internet, šport ... Zraven so tudi razvedrilne rubrike, kot so humor, test, nadaljevanka, križanke, horoskop in poster. Posebnost so tudi najstniške svetovalne rubrike, v katerih svetujejo strokovnjaki (zdravnik, ginekologinja, kozmetičarka in »teta Justi«, ki naj bi predstavljala dobrohotno in izkušeno starejšo osebo, ki je vedno na strani mladih in jim skuša pomagati – nadomestek za odtujene ali nerazumevajoče starše). Še vedno pa k sodelovanju pritegne tudi veliko število najstnikov, ki povedo svoje zgodbe.

V letu 2001 je bila cena izvoda 280 SIT (v maloprodaji 335 SIT). Na leto izide 40 številčk. Letna naročnina, ki se plača v treh obrokih je 11.200 SIT. Revija, ki izhaja vsak petek, ima tudi svojo spletno stran, prav tako Vesela šola.

Pil PLUS izhaja v Ljubljani pod okriljem Mladinske knjige založba. Odgovorna urednica v letu 2001 je bila Jana Zirkelbach - Žgur, njena pomočnica Zarja Koliševska, urednica je bila Meta Tavčar, urednica Vesele šole pa Darja Butina. V uredniškem odboru je bil še Milan Pajk (urednik

fotografije). Revijo je sofinanciralo Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport Republike Slovenije. Projekte s področja promocije zdravja pa je podprlo Ministrstvo za zdravje RS.

#### **4.2.2. »Pil ... ima svoj stil«**

In »S Pil-om se vidi dlje!« sta dva reklamna slogana, s katerima skušajo pri Mladinski knjigi pritegniti bralce med 9. in 12. letom starosti k branju mesečnika Pil. Ta ima vsak mesec 68 strani, medtem ko decembra in junija izideta obsežnejši 100-stranski številki. Vsak mesec ima list tudi 12-stransko prilogo Vesela šola, občasno pa ponudi bralcem tudi priložena presenečenja. Po mnenju uredništva prinaša Pil mladini »koristno, privlačno in raznovrstno branje spodbuja in poteši radovednost, vabi k razmišljanju, pomaga zanimivo preživeti prosti čas, hkrati pa še razvedri.«

Revija obravnava teme, ki zanimajo odraščajoče otroke: šola, medsebojni odnosi, šport, prosti čas, glasba, svet živali in rastlin, izumi, film, TV, knjige, reportaže iz tujih dežel, zanimivosti iz Slovenije, znanost in tehnika, računalništvo, moda, razvedrilo, križanke, strip, zgodbe ... Prispevke spremljajo številne fotografije in ilustracije. Med najbolj priljubljene rubrike štejejo Živali, svetovalnica Teta Justi, Super pilovci, in zabavne rubrike Test, Tvoj intervju, Horoskop, Glasba, Šport.

Cena izvoda za naročnike je 530 SIT (v maloprodaji 585 SIT). Polletna naročnina je znašala 3.110 SIT.

Tudi Pil izdaja Mladinska knjiga v Ljubljani. Odgovorna urednica je Meta Ornik, zunanja urednica Mojca Urankar, zunanji urednik športa Robert Bogataj, urednica Vesele šole Darja Butina in urednica spletnih strani Vladka Durjava. V letu 2001 je imela revije tiskano naklado 24.000 izvodov. Revija ima svojo spletno stran, prav tako Vesela šola.

#### **4.2.3. Vrednote v Pilu in Pilu PLUS v letu 2001**

V letu 2001 mladi niso imeli na voljo več jasnih pravil in norm, ki bi jim jih na pladnju servirala država in katerih bi se morali držati. Deset let po osamosvojitvi Slovenije in po prehodu iz socializma v kapitalizem, se je ta že dobro uveljavil v državi. Socialno varnost in predvidljivo življenjsko pot je zamenjala negotovost. Vpetost v družbo je izginila, nadomestil jo je

individualizem. V postmodernem svetu, ki je zgrajen na kulturi potrošništva in dobička, so mladi izgubili svoj duržbenokritični naboj in sposobnost reflektivnega razmišljanja o družbi in postali le ciljno občinstvo za določene proizvode.

Vrednote mladih ob prelomu tisočletja niso več vezane na velike ideološke in verovanjske sisteme (npr. religija), ki dajejo smisel in cilje življenju ljudi. V postmoderna družbi morajo mladi graditi svoj pogled na svet iz kratkih in fragmentarnih tekstov, ki pogosto obstajajo le v svetu znakov in simbolov, torej jih lahko izkušajo le posredno, preko medijev in sodobnih informacijskih tehnologij. Vrednote mladih postajajo vse bolj subjektivne, pomembna je pravica do individualnosti. Mladi cenijo osebne potrebe bolj kot vse drugo in ne poudarjajo več kolektivnih pravic (npr. enakost in demokracija) (Ule in Kuhar v Miheljaku, 2002:53-54).

»Kot najpomembnejše vrednote mladine v Sloveniji se kažejo **partikularne vrednote**, kot so zdravje, resnično prijateljstvo, družinsko življenje, pa tudi globalne vrednote, kot je **mir v svetu**, varovanje narave, **varnost naroda pred sovražniki** ter **karieristične** (uspeh v šoli) in **liberalne vrednote** (svoboda mišljenja in delovanja)<sup>40</sup>. Egoistično-materialistične vrednote (imeti moč nad drugimi, biti avtoriteta, materialne vrednote) so se znašle na dnu lestvice vrednot« (Ule in Kuhar, Miheljaku, 2002: 54).

Na podlagi raziskave Mladina 2000 (Miheljaku, 2002) in zaradi lažje primerjave z letom 1948, sem se osredotočila na tri vrednote, za katere domnevam, da sta jih Pil in Pil PLUS v letu 2001 skušala posredovati svojim bralcem<sup>41</sup>. To so:

1. Strpnost do drugih in drugačnih
2. Individualizem
3. Ljubezen do domovine Slovenije

Strpnost je ena izmed vrednot, ki so zapisane tudi v predlogu Nacionalnega programa za mladino, ki ga je v letu 1998 pripravil Urad za mladino<sup>42</sup>. Individualizem oziroma individualizacijo, ki v sodobni družboslovni literaturi pomeni ustvarjanje lastnega življenja, lastne biografije, na podlagi množice izbir, takorekoč kot lepljenko, Ule (Miheljaku, 2002) poudarja kot enega glavnih procesov v

---

<sup>40</sup> Poudarjene so tiste vrednote, ki sovpadajo z mojo hipotezo treh izpostavljenih vrednot.

<sup>41</sup> Za seznam vrednot iz raziskave Mladina 2000 glej prilogo B.

<sup>42</sup> Glej str. 39: Temeljne usmeritve nacionalnega programa so: okrepiti in razširiti vrednote demokracije med mladimi: svoboda, enakopravne možnosti, odgovornost, podjetniški duh, etika individualnega prizadevanja, **strpnost** in solidarnost (...)

odraščanju sodobne mladine. Individualizacija pomeni neprestano potrjevanje kot kreativna oseba, kot fleksibilen delavec, saj le to zagotavlja posamezniku konkurenčnost v boju za kreativna delovna mesta in za doseganje dobrega standarda. Toda kot poudarja Ule (Mihelj, 2002), je individualiziranje prisila, ki nas sili k izdelavi, samooblikovanju, samoinsceniranju tako svoje biografije kot tudi povezav in mrež, ki so na voljo posamezniku. Od mladih zahteva, da začnejo čimprej voditi svoj biografski projekt.

Ljubezen do domovine v letu 2001 ni več tako čustveno nabita vrednota, vendar pa sem se odločila zanjo, ker bi rada primerjala spremenjen odnos do te vrednote. Zanima me tudi, kakšen odnos do nove, mlade domovine Slovenije, skuša posredovati Pil. V letu 2001 je Slovenija praznovala 10. obletnico razglasitve samostojnosti, zato pričakujem, da bo ta obletnica nekako označena v Pilu.

#### **4.2.4. Vrednote v Pilu**

##### **4.2.4.1. Vrednota 1: Strpnost**

Strpnost je v Pilu, ki je namenjen mlajšim osnovnošolcem podana bolj posredno, skozi pisanja o tujih krajih in ljudeh, ki jih prikažejo podobne nam. Čeprav so drugačni in se nam zdijo čudni, pa so tudi ljudje v tujini takšni, kot smo mi, imajo enake težave in želje. Tudi njihovi kraji niso tako nevarni, kot se nam zdi na prvi pogled. Še več, ta drugačnost nas lahko bogati:

»Preden smo odšli na dolgo pot, v zelo mrzle kraje, daleč od civilizacije, smo vedeli, da se spuščamo v veliko, nevarno pustolovščino. (...) da bomo tri tedne odrezani od svojega sveta, od časopisov, radia, televizije, od kuhinje in kopalnice. Ampak veste kaj, to je samo ena plat medalje.

Drugo plat smo samo slutili. Slutili smo, da bomo odkrili zaklad. Navsezadnje se je izkazalo, da nismo odkrili le enega, ampak kar več zakladov. Pomanjkanje najbolj občutijo otroci. (...) Mnoge šole so zaradi mraza pozimi zaprte. Ampak v šolah smo videli tudi lepe stvari. Predvsem indijanski in mongolski otroci in odrasli so izjemno nadarjeni na vseh področjih umetnosti: so pesniki, slikarji, kiparji.«<sup>43</sup>

Tudi deklica Alex iz New Yorka je takšna kot vse slovenske deklice – jé hamburgerje, gleda televizijo, uživa v nakupovanju z mamo, ne uboga vedno staršev, hodi v šolo, kjer se mora učiti ...<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> Kirar, Maja: Kamčatka, Pil, št. 7/53, str. 42-45

<sup>44</sup> Blažok, Andreja: Pozdrav iz New Yorka., št. 1/54, str. 43-47

Eden od načinov, kako premostiti razlike med različnimi narodi, je tudi preko šolskih izmenjav, o katerih potem pišejo učenci sami. Tam se naučijo, da so tudi Francozi takšni kot mi (*Petošolci v Franciji*, pismo petošolcev iz OŠ 16. december iz Mojstrane, str. 65, št. 7/53, marec 2001).

V Pilu se nestrpnosti do otrok iz držav nekdanje Jugoslavije ne dotikajo prav veliko. Nekoliko jo omenijo le v prispevku o tem, kakšen naj bi idealen razred, kjer pa vso odgovornost za premoščanje razlik in odpravljanje nestrpnosti med otroci prelagajo na ramena učitelja:

»Dostikrat je razlog za prepir tudi drugačnost. Nekateri sošolci so druge narodnosti, imajo drugo vero in vzgojo, prihajajo iz drugačnega okolja. V teh primerih je razrednik nekakšen posrednik med vami in skuša najti skupen jezik.«<sup>45</sup>

#### 4.2.4.2. Vrednota 2: Individualizem

Individualizem predstavljajo v Pilu kot možnost, da vsak postane, kar hoče. Pil tu ponuja le možne alternative, a breme odločitve je na ramenih otrok. Hkrati pa Pil ponuja možne identitete, ki so vedno povezane s potrošnjo, zunanjim videzom. Kot razberemo iz Pila, je zunanji videz pomemben, pa ne samo v smislu obleke (rubrika Moda s prikritim oglaševanjem izdelkov določenih podjetij), temveč tudi v smislu fizičnega izgleda (rubrika Šport, tema »*Suhci in debeluhci*« (št. 54/7), tema »*Nasmej se*« (št. 54/3) o zobnih aparatih). Hkrati je pomembno tudi, s kom se družiš (tema »*Kje in s kom sediš?*« (št. 54/1) in članek »*Kako izbrati pravega soseda (v klopi)*« (št. 1/54)) in celo, kakšno sobo imaš:

»Največkrat sploh ne pomislimo na to, da lahko soba dodobra razkrije tistega, ki v njej biva.«<sup>46</sup>

V času informacijske tehnologije je ustvarjanje posebne identitete še posebej pomembno. V virtualni resničnosti lahko zbežimo še iz zadnjih spon identitete, ki so nam jo vsilili starši – naše ime, naš izgled – in prevzamemo identito, ki si jo želimo, a je v realnem življenju ne moremo prevzeti. Tak beg iz resničnosti v svet, kjer smo lahko uspešni, privlačni, priljubljeni (kar je še posebej pomembno za najstnike), Pil celo nekoliko spodbuja in pomaga z nasveti, kako postati nekaj čimbolj posebnega v internetnih čvekalnicah, kjer je izvirnost, drugačnost bistvenega pomena:

---

<sup>45</sup> Langus, Sabina: Moj razred. Intervju z dr. Vlasto Zabukovec. Pil, št. 10/53, str. 4-5

<sup>46</sup> Langus, Sabina: Moja soba, Pil, št. 2/54, str. 4-5

»Ni si težko predstavljati, da je internet svet, ki je nekako ločen od resničnosti. Zato v ta svet zelo radi namesto s svojimi imeni vstopamo z vzdevki, ki si jih izberemo sami. (...)

A samo tisti, ki si ga izbere, ve, zakaj je izbral prav ta vzdevek. So torej besedna »umetniža« vsakega posameznika. Ampak tudi pri vzdevkih veljajo nekatera pravila. Zelo pomembna je izvirnost. V istem okolju namreč dva ne moreta imeti istega vzdevka.«<sup>47</sup>

Toda nekdanja solidarnost iz časov socializma še ni čisto izginila. Še vedno je vrednota, da si med seboj pomagamo in se razumemo, vendar tokrat ne zato, ker smo enaki, ampak ker smo si različni – toda vsi enako vredni!

»V dobrem razredu ni tekmovalnosti, to pomeni, da ne tekmujete med sabo, kdo bo boljši, ampak da sodelujete in si pomagate. (...)

Najbrž ste že sami opazili, da so sošolci različni. Eni so pridni, drugi ne, z enim se dobro razumeš, z drugim malo manj ... Razrednik mora med vsemi temi razlikami najti srednjo pot, obdržati mora razred skupaj, da deluje kot skupina in da te razlike niso moteče. (...)

V razredu se ne smete deliti na dobre in slabe, ampak morate v vsakem sošolcu poiskati njegove dobre lastnosti.«<sup>48</sup>

Razlike med spoloma sicer obstajajo, vendar ne pomenijo, da je kateri od spolov manj vreden. Enakopravnost deklet v Pilu poudarjajo tudi s članki, kot je »*Tudi dekleta so za nogomet*« (Pil, št. 7/53, str. 11).

Ta naša medsebojna drugačnost pa pomeni, da moramo pustiti vsakomur svojo svobodo, da počne, kar hoče. Posameznik ni več stalna osebnost, ampak se spreminja skozi življenje in zato tudi razmerja niso več trajna, kot so bila nekoč:

»Nima smisla vztrajati v prijateljstvu, če ugotoviš, da prijatelja ali prijateljico vleče drugam, k drugim prijateljem. To seveda ne pomeni, da so drugi boljši od tebe, ampak so drugačni. In prijatelju pač v tistem trenutku to bolj ustreza. (...) Konec koncev nič ni večno in stvari se spreminjajo.«<sup>49</sup>

Prezemanje odgovornosti za svoje življenje, individualizem v odraščanju pa pomeni tudi to, da odrasli niso več moralne avtoritete, nedotakljivi stebri neoporečnosti. Tudi odrasli so bili nekoč

---

<sup>47</sup> Remec, Matija: O vzdevkih ..., Pil, št. 9/53, str. 14-15

<sup>48</sup> Langus, Sabina: Moj razred. Intervju z dr. Vlasto Zabukovec, Pil, št. 10/53, str. 4-5

<sup>49</sup> Langus, Sabina: Prijateljstvo. Intervju s Teto Justi. Pil, št. 9/53, str. 4-5

otroci, zato otroci zdaj hočejo, da jih obravnavajo kot odrasli, saj se v njih skrivajo zametki odraslosti. To pa pomeni, da majhne goljufije in laži niso videne več kot zločinsko dejanje, ampak upravičeno sredstvo za doseg višjega cilja (ki pa je izraz individualnosti in neodvisnosti):

»Kako naj pregovorim starše, naj me zvečer pustijo dalj časa zunaj s prijatelji?

Tega se je treba lotiti taktično. Najprej se moraš zapovedane ure nekaj časa strogo držati, brez izjeme. Tako boš staršem dokazal, da si odgovoren in da ti lahko zaupajo. Čez čas lahko že malce zamudiš, pa kljub temu ne bo ognja v strehi.«

O oblačenju: »Morda bo kdo rekel, da napeljujem k laganju, ampak to je le nedolžen trik. Navsezadnje so to počeli tudi vaši starši, ko so bili mladi. Kar vprašajte jih!«<sup>50</sup>

#### 4.2.4.3. Vrednota 3: Ljubezen do domovine Slovenije

Ljubezen do Slovenije v Pilu ni neposredno izražena, ampak se kaže predvsem skozi spoznavanje domovine, odkrivanje njenih lepot, zavedanje, da je nekaj posebnega, drugačnega. Tudi naša domovina mora imeti nek izrazito individualen imidž, mora postati nekaj drugačnega.

O Sloveniji, ki je nikoli ne poimenujejo z nazivom »domovina«, ampak uporabljajo izraze, kot so »pri nas«, »na Slovenskem«, »v naši državi«, učijo skozi živali, ki jih tu najdemo (volk, št. 53/5, rjavi medved, št. 53/6), skozi kulturno dediščino (*Maske niso samo pust*, št. 6/53) in skozi različna tekmovanja in kvize:

»Morda vas bo prav letošnji knjižni kviz spodbudil, da boste obiskali Dolenjsko in spoznali njene številne naravne in kulturne znamenitosti.«<sup>51</sup>

Posebnost Slovenije, ki jo tudi izpostavljajo z izborom člankov, so njene naravne lepote, ki naj bi vsakogar pritegnile k raziskovanju »skritih kotičkov« naše dežele:

»Želimo vam srečno pot in obilo prijetnih doživetij.«<sup>52</sup>

Tudi Vesela šola ne ostane ob strani, ampak posveti celo prilogo kateremu od slovenskih mest - v časovnem okviru, ki sem si ga zadala, je bilo to Celje (Vesela šola, april 2001: *Celjska lepljenka*).

---

<sup>50</sup> Langus, Sabina: Nisem več tak otrok. Pil, št. 4/54, str. 4-5

<sup>51</sup> Lavrenčič, Darja: Slovenski knjižni kviz 2001, Pil, št. 8/53, str. 10-11

<sup>52</sup> Mihelič, Jože Andrej: V Triglavskem narodnem parku, Pil, št. 9/53, str. 42-45



## 4.2.5. Vrednote v Pilu PLUS

### 4.2.5.1. Vrednota 1: Strpnost

V Pilu PLUs, ki je namenjen starejšim osnovnošolcem, je strpnost že ena od vodilnih vrednot, ki jih namenoma spodbujajo. Na to vpliva tudi Urad za mladino, ki v okviru akcije »Vsi drugačni, vsi enakopravni« finančno podpira številne članke in rubrike (Od blizu in daleč). Poleg tega strpnost spodbujajo tudi članki v rubrikah Reportaže in S poti okoli sveta (o potovanju družine Šeruga), ki prikazujejo svet, kot drugačen, a vseeno enakovreden temu, ki ga poznamo.

Strpnost do drugačnih je ena najpomembnejših vrednot, ki jih skuša posredovati Pil. To počne tudi z izbiro tem za »Klicaj« (vodilna zgodba številke) in za »Beseda da besedo« (pogovor s skupino osnovnošolcev z izbrane slovenske šole). Tako so med drugim teme za »Klicaj«: *Nihče ni ilegalen* (št. 53/28), *Ljubezen do istega spola* (54/2), *Res? Res. Diabetes* (54/13), teme za »Beseda da besedo« pa *AIDS* (54/12), *Mladi in kriminal* (54/6), *Kdo je »čefur«?* (53/21). V debati o »čefurjih« se pokaže stopnja strpnosti mladih, ki pa sami pokažejo veliko mero pronicljivosti glede odnosa družbe do priseljencev:

»Lucija: Nekateri so v Sloveniji že zelo dolgo, pa še vedno ne znajo slovensko.

Manca: Lahko bi se naučili. Ob tem še vedno lahko ohranijo svojo vero in navade. Z njimi je namreč težko komunicirati, večkrat sploh ne razumem, kaj govorijo.

Neda: Na ta način ohranjajo svojo kulturo. Bosanci so najbolj zatirani. Pri nas ne bo nihče rekel Angležu ali Američanu, ki ne zna slovensko, naj izgine nazaj domov. (...)

WX: Učitelje je morda treba razumeti: stanujejo v blokovskih naseljih med samimi Bosanci. To nehote ustvarja nestrpnost.

Kdo je v Sloveniji zaničevan?

Ervin: Po mojem muslimani in sploh ljudje drugačne narodnosti ter barve kože. Zaničevani so tudi tisti, ki se razlikujejo po videzu in oblačenju.«<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Kdo je »čefur«?, Uroš Škerl in otroci iz OŠ Toneta Čufarja, Jesenice, Pil PLUS, št. 53/21, str. 6-8

Toda marginalizirani niso samo priseljenci iz bivših jugoslovanskih republik, ampak tudi otroci, ki so drugačni (slepi, slabovidni, gluhi in gluhonemi). Tudi oni si želijo takega življenja, kot ga imajo vsi:

»S svojimi težavami nas je seznanila tudi predstavnica slepih in slabovidnih. Povedala je, da nočejo privilegijev, ampak enake možnosti, saj so zaradi svoje drugačnosti, ki ni bolezen, kot je poudarila v nadaljevanju, večkrat odrinjeni na stranski tir. (...)

Probleme in kar nekaj predlogov za njihovo reševanje je predstavila tudi predstavnica gluhih in gluhonemih. Bolijo jih krivice in norčevanja slišočih otrok, zato naprošajo vse, ki niso taki, da pomagajo in vplivajo na tiste, ki jih ne znajo sprejeti. Kot vsi mladi, si tudi oni želijo družbe in prijateljev, vendar se s slišočimi otroki težko sporazumevajo, kar pa ni nepremostljivo.«<sup>54</sup>

Še hujši problem so ilegalni priseljenci in azilanti, ki si kot vsi zaslužijo, da bi živeli normalno življenje. Toda tudi njihova želja je prikazana kot v skladu s slovensko vrednoto trdega dela, saj npr. Sara iz Irana vsak dan hodi v šolo in čitalnico, ker bi rada po končani šoli študirala. Njihova pravica do državljanstva ni torej pogojena le z osnovno človeško pravico do varnega in svobodnega življenja, ampak predvsem s tem, kako se lahko vključijo v slovensko družbo:

»Tudi oni bi radi dom, delo in šolo, saj so med njimi tudi mladi, celo zelo mladi in otroci. Želijo si istih stvari kot ti in tvoji vrstniki, vendar za to, morda že več let, nimajo niti osnovne možnosti – svobode. (...)

Sara, 18 let: Želim si normalno življenje, kot ga imajo drugi.«<sup>55</sup>

V mlade pa se Pil PLUS trudi privzgojiti tudi strpnost do drugih marginaliziranih skupin, ki jih marsikdo ne bi hotel za sosede:

»Medicina je pred dvajsetimi leti priznala, da ne gre za bolezen. Geji in lezbijke so končno postali normalni.«<sup>56</sup>

»Kako naj bi se vedli do HIV-pozitivnih ljudi?

Z običajnimi stiki se ne moremo okužiti in to je vse, kar moramo vedeti glede vedenja. Do okuženega se vedemo kot do vsakega drugega človeka.«<sup>57</sup>

---

<sup>54</sup> Žitko, Nina: Hočem, torej zmorem. 11. nacionalni otroški parlament. Pil PLUS, št. 53/24-25, str. 4-5

<sup>55</sup> Žitko, Nina: Nihče ni ilegalen. Pil PLUS, št. 53/28, str. 4-5

<sup>56</sup> Mozetič, Brane: Ljubezen do istega spola. Pil PLUS, št. 54/2, str. 4-5

<sup>57</sup> Duša, Irena: Pogovor s strokovnjakom. Intervju z dr. Primožem Karnerjem. Pil PLUS, št. 54/12, str. 9

Pil PLUS se dotakne tudi vzrokov nestrpnosti, ki se skrivajo v stereotipih in predsodkih, ki potem le že podžigajo nestrpnost:

»Problem je v tem, da nekatere skupine ljudi že vnaprej obsodimo in jim pripišemo slabe lastnosti, predvsem na podlagi prepričanja, ki je splošno razširjeno. S takim odnosom potiskamo ljudi, ki imajo manj, še nižje po družbeni lestvici in jim vzamemo še tisto malo možnosti, kolikor je imajo.«<sup>58</sup>

In kaj predlaga Pil PLUS kot rešitev v boju proti nestrpnosti?

»Spoštuj razlike! Delaj z drugimi, kot si želiš, da bi drugi delali s tabo. Sklepaj prijateljstva. Vživi se v druge.«<sup>59</sup>

#### 4.2.5.2. Vrednota 2: Individualizem

Pil PLUS jasno pove najstnikom, da so se časi spremenili. Ni več varne družbene mreže, ki jih bo ujela, ko bodo padli, ampak je odgovornost za njihovo življenje zdaj na njihovih ramenih. Le kdor se bo znal postaviti zase, bo v tem tekmovalnem in negotovem svetu uspešen:

»Včasih so bili ljudje bolj povezani med sabo, bolj so pazili drug na drugega, že od malega so jih učili, da je blagor skupnosti, v kateri živijo, vsaj tako, če ne še bolj pomemben od lastnega. Kot ste verjetno opazili in izkusili na svoji koži, so se stvari od včasih do danes malo spremenile. **Zase, za svojo prihodnost in srečo je zelo zgodaj v življenju odgovoren vsak sam.**

**(...) vsak pri sebi tako ali tako ve, kaj je prav in kaj ne.**

To pripovedujem zato, ker ima družba danes drugačen odnos do posameznika, tako je dosti ljudi strah že ob misli na odgovornost, ki so jo prisiljeni sprejemati vsak dan posebej. **Zato pazite nase in na druge. In če hočete kaj spremeniti, se postavite zase. In za druge!**«<sup>60</sup>

»Leta so nam dala novo svobodo, ki je prej nismo bili vajeni, in hočemo jo uživati do konca, ni je sile, ki nam bi to lahko preprečila. Zdaj smo mi tisti, od katerih je odvisna naša sedanost in naša prihodnost.«<sup>61</sup>

Individualizem pa zahteva od nas, da smo kar naprej drugačni, da vedno znova izumljamo svojo osebnost in jo prilagajamo trenutni situaciji na trgu dela. Le kdor je drugačen, bo uspešen, ali v

<sup>58</sup> Stojanović, Nešo, in Mojca Pettauer: Mladi in kriminal, Pil PLUS, št. 54/6, str. 9

<sup>59</sup> Žitko, Nina: Nasmehi (in drugi načini, kako ustvariti mir na zemlji). Pil PLUS, št. 53/37, str. 4-5

<sup>60</sup> Duša, Irena: Postavi se zase in za druge!, Pil PLUS, št. 53/27, str. 4-5. Poudarki so bili že v reviji.

<sup>61</sup> Duša, Irena: Preberi mi dlan. Pil PLUS, št. 53/29, str. 4-5.

najstniškem izrazoslovju – le če si drugačen, si kul. Stare moralne zapovedi ne držijo več, vsak si ustvarja svoje lastne moralne in etične norme:

»Če so vam neusmiljene pesniške šablone in nenehno ponavljanje vedno istih tem do konca priskutili poezijo, je skrajni čas, da vam predstavim nekoga novega. Čisto drugačnega. Nekoga, ki si drzne porušiti poveličevanje poezije in pesnikov. In vendar je tudi sam pesnik. Pravi, da piše z razumom, da išče vsebine, ki niso pesniške. Je deloholik, strasten šahist in pravi pravcati heker. Vse prerad katero ušpiči, uživa v prenarajanju, v vlogi lažnivega kljukca, menda je zelo prepričljiv kot dekan Filozofske fakultete ali pa zborovodja vaškega pevskega zborčka.«<sup>62</sup>

Tako v obdobju individualizma laganje ni več zločin, če le ima kak višji cilj. Nikakor pa ne smemo lagati sebi, saj bi nas to oviralo na poti do uspeha:

»Lažemo in blefiramo pravzaprav vsi. To zahteva od nas že preprosta vljudnost. Če to, kar v resnici misliš, olepšaš ali kakorkoli preoblikuješ, namreč lažeš. (...)

Če že lažete in goljufate, je dobro vedeti, zakaj to počnete. Zelo prav je, če tega ne počnete na račun drugih. In zelo smiselno je tudi, da ne lažete sebi.«<sup>63</sup>

Tudi na potovanjih je individualizem izjemno pomemben – treba se je držati stran od uhojenih poti, poiskati »neraziskane kraje«, se izogibati množičnemu turizmu:

»Torej, ko se v vas prebudi želja po načrtovanju potovanja, naj vas nikar ne zanese v knjigarno, kjer vas bodo usmerjale lepe slikice iz Lonely Planeta ali Rough Guidea. Raje za nasvet povprašajte vsega naveličanega popotnika.«<sup>64</sup>

Pri ustvarjanju svoje zunanje podobe je treba biti še posebej previden, saj prav vsak kos naše obleke izdaja kakšno pomembno osebnostno lastnost ali pa poudarja tisti imidž oz. identiteto, ki jo želimo sporočiti. S tem oblačila, način obnašanja, šport, s katerim se ukvarjamo, niso več le sami sebi namen, ampak postanejo del našega imidža, individualne identitete, ki jo želimo ustvariti:

»Tokrat sem v ospredje postavila dodatke, brez katerih svoje podobe ne moremo zaokrožiti, ker so nujno potrebni v vsakdanjem življenju, pa tudi njihova estetska vloga ni zanemarljiva.«<sup>65</sup>

---

<sup>62</sup> Žitko, Nina: Klemen Pisk, pesnik. Pil PLUS, št. 53/18, str. 10-11.

<sup>63</sup> Štern, Artur: Goljufate? Res ne?!, Pil PLUS, št. 54/11, str. 4-5

<sup>64</sup> Polajnar, Peter: Najdeni raj. Pil PLUS, št. 53/27, str. 13.

<sup>65</sup> Šisernik, Suzana: Prihajajoča svetloba. Moda. Pil PLUS, št. 53/28, str. 34-35.

»Če želijo smučarji telemarka poudariti ta svoj svobodni videz, se oblečejo v ...«<sup>66</sup>

Novoustvarjena identiteta pa ni odvisna zgolj od našega videza, ampak tudi od tega, s kom se družimo (*Povej mi, s kom se družiš, in povem ti, kdo si.* Karmen Lašič, pogovor z osnovnošolci, Pil PLUS; št. 54/8, str. 6-7). Velike spremembe so se zgodile tudi v medčloveških odnosih, ki po novem temeljijo na zakonitostih tržne ekonomije, zato moramo tudi k njim pristopati preračunljivo:

»Vedeti moramo, da medčloveški odnos ni neka danost, ampak ga lahko primerjamo z bančnim računom, na katerem negativno stanje ni priporočljivo. Če prisluhnemu prijatelju, ki bi si želel olajšati dušo, bomo s tem na svoj »bančni račun« kar precej položili in imeli pozneje, ko bomo morali na nekoga izliti pol tone svojih težav, precej v dobrem.«<sup>67</sup>

Če so v Pilu odnosi v razredu še skušali temeljiti na tovarištvu in solidarnosti, pa starejšim osnovnošolcem bolj prija tekmovalnost (pa čeprav je avtorica obeh prispevkov ista), pravila pa nenadoma niso več nekaj večnega, ampak jih je treba sproti prilagajati situaciji:

»Ponavadi je kar dobro, da je v vsakem posamezniku nekaj tekmovalnega duha, ker to prispeva k večji motivaciji in pripravljenosti za delo. (...)

Pravila je treba prilagajati trenutnemu dogajanju v razredu.«<sup>68</sup>

Hkrati pa med mladimi ni opaziti angažiranosti ali volje do spreminjanja danega položaja. Kar je tudi razumljivo, saj individualizem uspeva najbolje v okolju velike tekmovalnosti, kjer preživijo le najbolj utrjeni, utrjevati pa se je treba začeti že zgodaj, kar so spoznali tudi otroci sami:

»Brez zadostnega znanja ne gre, so posamezni poslanci branili šolski program. Tudi stres je neizogiben in dobra vaja za življenje.«<sup>69</sup>

Toda prav nič na tem svetu ni zagotovljeno in trdno in vse lahko spremenimo, če le hočemo:

»Biti optimist ali pesimist ni nekaj, kar je gotovo in nespremenljivo. Tako kot pri mnogih stvareh lahko tudi na to, s katere strani bomo gledali na svet, vplivamo z voljo.«<sup>70</sup>

---

<sup>66</sup> Bogataj, Robert: Telemark – romantika na snegu, Pil PLUS, št. 53/23, str. 10-11

<sup>67</sup> Žist, Matej: Kdo zna prisluhniti?, Pil PLUS, št. 54/12, str. 4-5

<sup>68</sup> Zabukovec, Vlasta: Vsi za enega, eden za (v)se, Pil PLUS, št. 54/4, str. 4-5

<sup>69</sup> Žitko, Nina: Hočem, torej znam. 11. nacionalni otroški parlament. Pil PLUS, št. 53/24-25, str. 4-5

<sup>70</sup> Fras Martini, Andreja: Pozitiven pogled je pol uspeha. Pil PLUS, št. 54/14, str. 4-5

### 4.2.5.3. Vrednota 3: Ljubezen do domovine Slovenije

Kot v Pilu tudi v Pilu PLUS ni poudarjene ljubezni do domovine, ampak gre bolj za raziskovanje domovine in sveta. Domovina tako ni več nacionalna ali politična enota, ampak gre bolj za skupek naravnih danosti, kulturo, ki se je razvijala skozi stoletja na tem področju. Slovenija je sestavljena iz različnih delov, končkov, ki jo delajo posebno, enkratno (*V Tartinijevem mestu*. Vesela šola, št. 5, št. 54/14, *Celjska lepljenka*. Vesela šola, št. 8, št. 53/31). Država potem postane dežela ponosnih ljudi v čudoviti pokrajini:

»Večina pozna lepote Soške doline, mnogi tudi zaradi smaragdne Soče. Redki pa poznate tudi življenje domačinov gornjega Posočja, ki so morali za preživetje izkoristiti vsako krpico rodovitne zemlje.«<sup>71</sup>

»S tem je le potrdil, da so Celjski grofje v prvi polovici 15. stoletja resnično bili najpomembnejša plemiška družina na slovenskih tleh.«<sup>72</sup>

Slovensko kulturo in zgodovino spoznavajo mladi skozi članke o maskah v zgodovini na Slovenskem (Meta Tavčar: *Vsak čas pozna svoje maske*, str. 60-61, št. 53/24-25), pa tudi skozi članke o slovenski kulturni dediščini in njenem pomenu (Zara Darin: *Dediščina ni samo zaprašena skrinja. Dnevi evropske kulturne dediščine – arhitektura*. str. 18-19, št. 54/6) .

Skozi spoznavanje lastne države in njenih naravnih lepot se v mladih prebuja svojevrsten ponos in ljubezen do domovine, ki je tako postala nekakšen stranski učinek:

»Kljub vsem lepotam, ki jih skriva Slovenija, je v svetu le malokdo slišal zanjo. Ni mi jasno, zakaj je tako. Vsi govorimo, da je naša dežela nekaj posebnega, saj imamo krasne gore, delček morja, zanimiv kraški svet z eno najlepših jam, enega najstarejših rudnikov živega srebra, skrivnostno divje jezero, smaragdno reko, bogate ostanke preteklosti ...

Toda če bi postali svetovno znani, bi se k nam zgrnile trume turistov in koristolovcev in bi po koščkih uničili to še precej neokrnjeno naravo. In v takšnem primeru nam ves denar ne bi koristil. Saj naša država v primerjavi s svetom ne trpi kakega hudega pomanjkanja. Postavlja se mi vprašanje, ali se sploh imamo

---

<sup>71</sup> Berginc, Marko: Pri sirarju Ivanu Matajurcu. Po receptu prednikov. Pil PLUS, št. 54/10, str. 30-31.

<sup>72</sup> Žvamat, Katja: Razstava Grofje Celjski, Pil PLUS, št. 53/26, str. 10-11

pravico pritoževati. Slovenijo bi označila kot prebujajoči se cvetni popek, ki se bo ob primerni skrbi razvil v dišeč cvet ...«<sup>73</sup>

Toda to spoznavanje domovine, čeprav spodbujano s tekmovanji, ekskurzijami, druženjem, pa lahko postane tudi zgolj sredstvo za doseg ekonomskega cilja. Tako se pravila za tekmovanje na festivalu turističnih podmladkov berejo kot navodila za ustvarjanje v oglaševalski agenciji, kjer je bistveno, da je proizvod čimbolj konkurenčen na zahtevnem turističnem trgu. Slovenija postane le še proizvod, ki ga je treba tržiti:

»Kaj je torej tvoja naloga? Predstaviti vso lepoto in namen vode v tvojem kraju. Pa ne samo to, pomisliti moraš tudi in predvsem na to, kako vodo in njen pomen vključiti v turistično ponudbo, saj pričakujejo od tvojih zamisli izvirnost in nevsakdanjost, obenem pa morajo biti uresničljive čez kakšno leto, dve ali celo desetletje. In ne pozabi svojega izdelka začiniti s humorjem.«<sup>74</sup>

Vendar pa v osamosvojeni Sloveniji odkrijemo še en vidik domoljubja oziroma raje vir narodnega ponosa, ki pogosto združi vse Slovence od Štajerske do Primorske – šport. Slovenski športniki predstavljajo del narodne identitete. To potrjujejo članki, kot so »*Rokometašice Krima najboljše v Evropi*« (Pil PLUS; št. 53/37, str. 10 - 11) ali »*Vse bliže svetovnemu prvenstvu*« (Pil PLUS, št. 54/8, str. 6-7), o nogometaših. Prav leto 2001 je bilo za slovenski nogomet odločilno, saj se je državna reprezentanca uvrstila na svetovno prvenstvo. Ob tem v Pilu PLUS objavijo tristranski članek in poster reprezentance:

»Na »mundial« se uvrstijo le najboljši in tokrat bo med 32 državami prvič v zgodovini tudi Slovenija. (...)

Po zadnjem sodnikovem žvižgu pa se je po vsej Sloveniji začelo rajanje. (...)

Milan Osterc je proti Romuniji dosegel enega najlepših golov, zato so ga na televizijski mreži CNN prikazovali kot gol dneva.«<sup>75</sup>

Pravo domoljubje v smislu jugoslovanske navezanosti in predanosti domovini je rezervirano le še za člane idealističnih in ideoloških organizacij, kot so npr. katoliški skavti (ZSKSS):

»Poskušali smo narediti nekaj dobrega v našem okolju in pokazati, da lahko besedici »briga me« pomenita tudi, da nam ni vseeno za ta naš svet in našo domovino in da ju želimo odgovorno soustvarjati.

<sup>73</sup> Padovac, Nika, OŠ Žiri, Pošta, Pil PLUS, št. 53/20, str. 41.

<sup>74</sup> 16. festival turističnih podmladkov: Napeljite vodo na turistični mlin. Pil PLUS, št. 54/3, str. 23.

<sup>75</sup> Bogataj, Robert: Slovenska nogometna pravljica postala resničnost. Pil PLUS, št. 54/12, str. 10-12.

Spletli smo mrežo, ki smo jo kasneje postavili na čoln ob jamboru. Tako smo ponazorili pripadnost slovenskemu narodu.«<sup>76</sup>

Pil PLUS ne spregleda, da Slovenija kmalu ne bo več samostojna in neodvisna, ampak bo postala del združene Evrope. V seriji člankov o evropskih državah in sosedah Slovenije, ki jih finančno podpira Urad za mladino v okviru akcije »Vsi drugačni - vsi enakopravni«, opisujejo bodočo domovino Slovencev: *Kjer se na zahodu konča Evropa* (Portugalska), *Alpska sosed*a (Avstrija), *Malo znana sosed*a (Madžarska) ... Pri tem se ne ustrašijo komentarjev o trenutni družbenopolitični situaciji v Evropi:

»Poljska postaja vedno pomembnejša evropska država. Pri tem ji pomagata velikost in leta, malo pa verjetno tudi slaba vest predstavnikov tistih držav, ki ji v največjih trenutkih nikdar niso znali pomagati, čeprav so jo po tihem podpirali. Na novem političnem zemljevidu Evrope je vzhodna poljska meja obenem tudi meja med razvitim Zahodom in nerazvitim Vzhodom.«<sup>77</sup>

Presenetljivo je, da Pil PLUS posveča relativno veliko člankov o dogodkih 11. septembra 2001, Afganistanu, Osami bin Ladnu, talibih, antraksu – kar je po eni strani pohvalno, saj se loteva aktualnih tem, o katerih otroci slišijo tudi iz drugih medijev, po drugi strani pa se nekoliko zdi, da so le »ameriške« teme vredne dvostranskih člankov. Ob tem je še bolj očitna odsotnost člankov ob obletnici slovenske samostojnosti, deseti obletnici slovenskega tolarja, o slovenskem vključevanju v Evropsko unijo ... Pogosto tudi poročila o tekmovanjih v okviru Evropske unije skrčijo na pol strani<sup>78</sup>.

---

<sup>76</sup> Prizadevna ježevka: O skavtskem taboru »Briga me«. Pil PLUS; št. 54/4, str. 23.

<sup>77</sup> Vidmar, Jana: Kupčije s Poljsko. Pil PLUS, št. 53/20, str. 26-27.

<sup>78</sup> Tavčar, Meta: Ob koncu natečaja Evropa v šoli. Skrb za skupno okolje. Pil PLUS, št. 53/39-40



## V. SKLEP

Pionirski list/Pil je med slovenskim mladinskim časopisjem zgodba o uspehu. Revija za mlade, ki je začela izhajati takoj po drugi svetovni vojni, takrat služila oblastem kot orodje za socializacijo in vzgojo otrok in mladine v poslušne člane socialistične države, se je skupaj s Slovenijo v 90. letih prejšnjega stoletja preoblikovala v moderno revijo za mlade, ki sledi vzorcem komercialnih revij. Kljub temu pa Pil ostaja tradicionalen, saj ga kot takega otroci in mladina tudi pričakujejo, tradicionalnost pa mu zagotavlja tudi državno podporo. Pil je tako našel pravo ravnovesje med tradicionalnim in komercialnim in ostaja še naprej najbolj priljubljeni časopis med osnovnošolci. Zaradi ohranjanja distribucije skozi šolske kanale in naročnine tako v Sloveniji ne najdeš osebe, stare pod 65 let, ki ne bi poznala Pionirskega lista/Pila. O takšnem uspehu lahko drugi mediji le sanjajo.

Glavna lastnost uspešnega medija je gotovo njegova prilagodljivost tržnim razmeram. Dejstvo je tudi, da v letu 1948 Pionirski list ni imel prave konkurence. Poleg tega je bil glasilo največje (in edine) otroške/mladinske organizacije, tako da se je razširjal predvsem preko mreže pionirskih odredov na šolah. Kot glasilo državne organizacije je seveda širil podobo o svetu, ki jo je določala država. Prav v času takoj po drugi svetovni vojni je moralo vodstvo novo nastale države, ki je temeljila na novem in nepreizkušenem družbenem redu, prepričati državljane, da je njihova pot prava. Za to so izbrali politično propagando z namenom vplivati na stališča in vrednote ljudi, da bi bili pripravljene sprejeti Jugoslavijo kot svojo pravo domovino. Še posebej je propaganda pomembna pri otrocih, saj še nimajo jasno izoblikovanih stališč in so bolj podvrženi nekritičnemu sprejemanju propagandnih sporočil. Najbolj učinkovita pri otrocih je propaganda, ki nagovarja čustva, ki je preprosta in ki se pogosto ponavlja.

Prav vse tri lastnosti najdemo v Pionirskem listu v letu 1948. Čustveni element je močno prisoten pri poudarjanju ljubezni do domovine, kjer z izbranimi frazami, resničnimi (?) zgodbami iz druge svetovne vojne in posebljanju domovine, ki je predstavljena kot skrbna mati, Pionirski list vzpodbuja čustveno navezanost na novo domovino. Preprosta sporočila najdemo v geslih, ki sestavljajo del naslova vsake številke in ki so pogosto citati voditeljev države. Tudi voditelji so predstavljeni kot skrbni očetje, ki bdijo nad prebivalstvom ter še posebej pazijo na najmlajše. Preprosta so tudi sporočila posameznih člankov – mladina se mora učiti ter tako prispevati k izgradnji domovine, Jugoslavija je naša domovina in zanjo moramo biti pripravljene žrtvovati vse in vsi jugoslovanski narodi smo enaki in povezani v bratsko skupnost. Ker otroci svet dojemajo bolj

čustveno in ne razumsko, se nikoli ne vprašajo, zakaj in ali so te trditve resnične. Njihova argumentacija temelji na domnevi, če se nekaj pogosto pojavlja, potem je to najbrž res.

Ob prelomu stoletja se je moral tudi Pionirski list oziroma Pil spremeniti in stopiti v korak z modernim svetom. V okolju, ki je postajalo vedno bolj konkurenčno, je moral najti svojo tržno nišo. Zaradi vse večje specializacije časopisov, tudi takih za mladino, se je razdelil na dve izdaji, Pil in Pil PLUS. S spremembo družbenega sistema je tudi Pil spremenil svojo taktiko nagovarjanja bralca. Izdajanje časopisa ni več odvisno samo od državne podpore, pač pa tudi od prodanih izvodov in oglaševanja. Soočen s konkurenco popolnoma komercialnih revij z lahkotnimi in zabavnimi vsebinami, ki oglašujejo vrednote potrošniške družbe, se je moral Pil prilagoditi tako vsebinsko kot oblikovno. Še vedno pa obstaja nekaj dejavnikov, ki Pil varujejo pred popolno preobrazbo v komercialno revijo: še vedno se distribuira preko šol in z naročninami, mladi in otroci ga naročajo iz navade oziroma družinske tradicije in njegova vsebina še vedno ustreza interesom države, zato dobiva tudi finančno podporo od države.

Vrednote, ki so jih skušali s Pionirskim listom vcepiti mladim takoj po drugi svetovni vojni so v Pilu dobile svoj moderni odmev. Skrb in delo v dobro skupnosti se je umaknila individualizmu, skrbi zase in za svoje življenje. Posameznik nenadoma ni več del skupnosti, ki bi imela skupen projekt, ampak postane sam sebi projekt, naloga, ki jo mora čim boljše opraviti. Če Pionirski list spodbuja mlade k delu za dobro države, Pil poudarja pomembnost ustvarjanja individualne poti v življenju. Če je bil v socializmu sistem panja edini način funkcioniranja države, kjer so vsi delali za vse, je v kapitalizmu cenjen le tisti, ki najde svojo, posebno pot do uspeha. Vsi drugačni – vsi enakopravni je geslo za konec 20. stoletja, ki ne promovira samo strpnosti, ampak predstavlja tudi življenjsko vodilo za mlade. Enakost je »out«, raznolikost je »in«. Še vedno pa obstaja enakost v smislu enakih pravic. Strpnost do drugačnih, marginaliziranih, je poglobljena vrednota, ki jo promovira Pil, in predstavlja nadgradnjo vrednote bratstva med narodi. V socializmu so bili ljudje bratje in enaki, ker jih je družil enak družbenopolitični sistem, v kapitalizmu pa ljubezni med ljudmi ni več, ostaja le še strpnost – toleriranje drugih in drugačnih. Ni več pomembno, ali ti je kdo všeč ali ne, pomembno je le, da ga ali jo pustiš živeti na njegov ali njen način.

Tudi ljubezen do domovine je doživela preobrazbo. Iz dobrohotne in skrbne matere, ki jo moramo brezpogojno ljubiti, je postala individualna geografska danost, kjer pač slučajno živimo. Država ni več ljubeč skrbnik, ampak postane odtujen aparat, ki nikogar več ne zanima. Država torej ni več eno, ni več domovina, je le še na eni strani skupek zanimivih, edinstvenih, ljubkih geografskih,

zgodovinskih, etnografskih značilnosti in na drugi strani birokratski aparat, ki se ukvarja s stvarmi, ki nikogar ne zanimajo. Edina zanimiva lastnost, ki naj bi mlade še pritegnila k domovini je ta, da jo lahko tržimo, da lahko iz nove domovine Slovenije naredimo tržni proizvod, ki ga skušamo na mednarodnem trgu čim bolje prodati, iz nje naredimo imidž. Narodni ponos je skrčen na ponos na uspešne športnike. Podoba Slovenije je tako skrčena na idilično podalpsko državico z dobrimi športniki.

Na vprašanje, kakšnega posameznika skuša vzgojiti Pionirski list in kakšnega Pil, lahko odgovorimo, da vsak od njiju verno odslikava trud svoje dobe, da bi vzgojil posameznika, ki ustreza visokim (idealnim) merilom družbe. Pionirski list želi idealnega pionirja, ki bo pripravljen za svojo domovino dati vse od sebe, ki bo vedno postavil potrebe skupnosti pred svoje lastne potrebe, ki bo ljubil druge ljudi na svetu brezpogojno, kot svoje brate; Pil pa želi idealnega modernega človeka, ki bo zmozel sam izbrati pravo pot, ki bo pravi potrošnik, ki bo »živel in pustil živeti«, ki ne bo vezan na nacionalno državo, ampak bo državljani sveta. Kljub vsemu pa Pil ostaja zaveznik odraščajočih otrok, ki se v modernem svetu s preveliko paleto možnosti pogosto ne znajdejo najbolje. Pil jim ponuja svetovanje, realističen pogled na svet, jim razkriva tudi tisto stran družbe, ki jo komercialni mediji raje zamolčijo, saj slabe novice ne spodbujajo potrošnje.

To pa je tudi razlog, zakaj Pil ostaja najbolj brana revija med osnovnošolci – ne samo, da nudi pravo mešanico zabave, izobraževanja in razumevanja mladim, tudi staršem se zdi ustrezno čtivo za njihove najstnike. Vprašanje pa je, kaj se bo zgodilo v prihodnosti. Ob prelomu tisočletja je Pil nihaval med tradicionalnim in komercialnim polom in škoda bi bilo, če bi se iz strahu pred izgubo bralcev prevesil na komercialno stran. S tem bi zagotovo izgubil dragoceno podporo države, staršev in vzgojiteljev ter se verjetno izgubil v poplavi najstniškega rumenega tiska.

## **VI. REFERENCE**

### **6.1. Periodika**

Pionirski list (1948), št. 1 - 45

Pil (2001), letnik 53, št. 5 - 10

Pil (2001), letnik 54, št. 1 - 4

Pil PLUS (2001), letnik 53, št. 18 – 39/40

Pil PLUS (2001), letnik 54, št. 1 – 16/17

### **6.2. Literatura**

Alison, Alexander, in Jarice Hanson (ur.) (1993): *Taking Sides: Clashing Views on Controversial Issues in Mass Media and Society*. Guilford, Dushkin.

Altheide, David L. (1985): *Media Power*. Sage, Newbury Park.

Božović, Ratko (1979): *Iskušanja slobodnog vremena*. NIRO »Mladost«, Beograd.

Brglez, Alja (ur.) (1999): *Tiskano listje za smrklje in firbce: slovenska mladinska periodika v času od 1994 do 1998: pregled, analiza, ocena*. ICK, Ljubljana.

Butina, Darja (ur.): *Vesela šola*, [www.veselasola.net](http://www.veselasola.net). 10.2.2003

Davidson, Walter Phillips, James Boylan in Frederick T.C. Yu (1976): *Mass Media: Systems and Effects*. Praeger, New York.

Defleur, Melvin L., in Everette E. Dennis (1981): *Understanding Mass Communication*. Houghton Mifflin Company, Boston, London.

Dragoš, Srečo (1985): Mladina – akcija – družba V Mladina kot dejavnik razvoja. Mladina med preteklostjo in prihodnostjo. Zbornik. Zihelovi dnevi 1985. Knjižnica FSPN, Ljubljana.

Durjava, Vladka (ur.): Pil, revije.mkz-lj.si/pil. 10.2.2003

Durjava, Vladka (ur.): Pil PLUS, revije.mkz-lj.si/pilplus. 10.2.2003

Džuverović, Borislav (1980): Kultura bez granica. Lica i naličja masovne kulture. Beogradski izdavačko-grafički zavod, Beograd.

Eicke, Ulrich in Wolfram Eicke (1995): Potrošniški otroci. V Manca Košir (ur.): Otrok in mediji. Zbornik. Zveza prijateljev mladine, Ljubljana.

(1991) Enciklopedija Slovenije. 5. zvezek. *Komunistična partija Jugoslavije*. Mladinska knjiga, Ljubljana.

(1992) Enciklopedija Slovenije. 6. zvezek. *Ljudska mladina Slovenije*. Mladinska knjiga, Ljubljana.

(1993) Enciklopedija Slovenije. 7. zvezek. *Mladinsko časopisje*. Mladinska knjiga, Ljubljana.

(1994) Enciklopedija Slovenije. 8. zvezek. *Pionirski list*. Mladinska knjiga, Ljubljana.

Epstein, Jonathon S. (1998): Introduction: Generation X, Youth Culture, and Identity. V Jonathon S. Epstein (ur.): Youth Culture. Identity in a postmodern world. Blackwell Publishers, Massachusetts.

Erjavec, Karmen (1998): Oglasi. V Karmen Erjavec, Zala Volčič: Mladi in mediji. Zveza prijateljev mladine, Ljubljana.

Erjavec, Karmen (1998): Osnovne značilnosti tradicionalnih medijev V Karmen Erjavec, Zala Volčič: Mladi in mediji. Zveza prijateljev mladine, Ljubljana.

Erjavec, Karmen in Zala Volčič (1998): Mladi in mediji. Zveza prijateljev mladine, Ljubljana.

Erjavec, Karmen in Zala Volčič (1999): Odraščanje z mediji. Rezultati raziskave »Mladi in mediji«. Zveza prijateljev mladine Slovenije, Ljubljana.

Evropska komisija (2002): A new impetus for European youth. White paper. Nova spodbuda za evropsko mladino. Bela knjiga Evropske komisije. Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport – Urad RS za mladino, Ljubljana.

Flere, Sergej dr. (2000): Sociologija. Pravna fakulteta, Maribor.

Gorjup, Mitja (1978): Samoupravno novinarstvo. Delavska enotnost, Ljubljana.

Gurevitch, Michael, Tony Bennett, James Curran in Janet Woollacott (ur.) (1998): Culture, Society and the Media. Routledge, London, New York.

Hart, Andrew (1991): Understanding the Media: a Practical Guide. Routledge, London, New York.

Hiebert, Ray Eldon in Carl Reuss (ur.) (1985): Impact of Mass Media: Current Issues. Longman, New York, London.

Hobbs, Renee (1995): Učenje medijske pismenosti. Hej! Ti je tole kaj poznano? V Manca Košir (ur.): Otrok in mediji. Zbornik. Zveza prijateljev mladine, Ljubljana.

Hojan, Tatjana (1999): Kaj bereta slovenski učitelj in učenec. Razstavni katalog – 69. Slovenski šolski muzej, Ljubljana.

Ivanič, Martin (ur.) (1999): Kratka ilustrirana zgodovina Slovencev. Založba Mladinska knjiga, Ljubljana.

Košir, Manca (1995): Čas množičnih občil. Omamiti oči, napolniti ušesa in zapreti usta. V Manca Košir (ur.): Otrok in mediji. Zbornik. Zveza prijateljev mladine, Ljubljana.

Košir, Manca (1998): Čas množičnih občil terja vzgojo za medije V Karmen Erjavec, Zala Volčič: Mladi in mediji. Zveza prijateljev mladine, Ljubljana.

- Košir, Manca (ur.) (1995): Otrok in mediji. Zbornik. Zveza prijateljev mladine, Ljubljana.
- Košir, Manca in Rajko Ranfl (1996): Vzgoja za medije. Prvi slovenski učbenik za starše, vzgojitelje in učitelje. Državna založba Slovenije, Ljubljana.
- Lasswell, Harold D.(1999): Struktura in funkcija sporočanja v družbi. V Slavko Splichal (ur.): Komunikološka hrestomatija 2. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.
- Lippmann, Walter (1999): Javno mnenje. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.
- Lunder, Sonja (2001): Politična propaganda in tisk za otroke. Primer Cicibana od sprememb ustave leta 1974 do osamosvojitve Slovenije leta 1991. Diplomsko delo. Ljubljana.
- Luthar, Breda (1992): Čas televizije. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana.
- Luthar, Breda (1995): Ponudba identitet na TV. V Manca Košir (ur.): Otrok in mediji. Zbornik. Zveza prijateljev mladine, Ljubljana.
- Makarovič, Jan (1983): Mladi iz preteklosti v prihodnost. DDU Univerzum, Ljubljana.
- Malovrh, Polona: Slovenija ima že 42 mladinskih centrov. Delo.15. marec 2003. Ljubljana.
- McQuail, Denis (1994): Mass Communication Theory. An Introduction. Sage Publications, London.
- Mencin Čeplak, Metka in Mirko Vaupotič (1996): Od Zveze socialistične mladine do sodobnih mladinskih struktur V Ule, Mirjana Nastran (ur.): Mladina v devetdesetih: analiza stanja v Sloveniji. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana.
- Miheljak, Vlado (ur.) (2002): Mladina 2000. Slovenska mladina na prehodu v tretje tisočletje. Ministrstvo za šolstvo znanost in šport, Urad Republike Slovenije za mladino. Aristej, Maribor.
- Musek, Janek (1993): Psihologija. Človek in družbeno okolje. Educy, Ljubljana.

Nešović, Branimir in dr. Janko Prunk (1994): 20. stoletje. Zgodovina za 8. razred osnovne šole. Državna založba Slovenije, Ljubljana.

Pečjak, Vid (1994): Psihologija množice. Samozaložba, Ljubljana.

Pečjak, Vid (1995): Politična psihologija. Samozaložba, Ljubljana.

Repe, Božo (1995): Naša doba. Oris zgodovine 20. stoletja. Učbenik za 4. razred gimnazije. Državna založba Slovenije, Ljubljana.

Rižnar, Fani (1998): Pionirska proga v Ljubljani v času od 1948 - 1954. Izdano ob 50-letnici prve vožnje vlaka na pionirski progi v Ljubljani, ki je vozil v času od 13. junija 1948 – aprila 1954 (dokumenti). Samozaložba, Ljubljana.

Schramm, Wilbur (1999): Kako deluje sporočanje. V Slavko Splichal: Komunikološka hrestomatija 2. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.

Sladojevič, Aleš (1998): Mladinska politika v Sloveniji. Diplomsko delo. Ljubljana.

(1977) Slovenski mladinski tisk. Ob 50-letnici Mladinske matice. Slovenski šolski muzej, Ljubljana. Pripravila Tatjana Hojan.

Splichal, Slavko (1984): Mlini na eter. Partizanska knjiga, Ljubljana.

Splichal, Slavko (1992): Predgovor. V Breda Luthar: Čas televizije. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana.

Splichal, Slavko (1999): Razvoj empirične komunikologije v ZDA. V Slavko Splichal (ur.): Komunikološka hrestomatija 2. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.

Sruk, Vlado (1983): Na temo družbenost mladih. Komunist, Ljubljana.

(1985) SSKJ. Državna založba Slovenije, Ljubljana.



Stotz, Günther (1995): Produktivna uporaba medijev. V Manca Košir (ur.): Otrok in mediji. Zbornik. Zveza prijateljev mladine, Ljubljana.

Šergan, Tadeja (ur.) (2001): Slovenska tiskovna agencija. Letni pregled 2001. Posebna izdaja dnevnega biltena STA. STA, Ljubljana.

Tito, Josip Broz (1978): O omladini. NIRO »Mladost«, Beograd.

Toš, Niko, in M. Hafner-Fink (1998): Metode družboslovnega raziskovanja. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.

Ule, Mirjana (1983): Mladina in ideologija. Delavska enotnost, Ljubljana.

Ule, Mirjana (1989): Mladina za modernizacijo slovenske družbe. Marksistični center CK ZKS, Ljubljana.

Ule, Mirjana Nastran (ur.) (1996): Mladina v devetdesetih: analiza stanja v Sloveniji. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana.

Ule, Mirjana Nastran (1997): Temelji socialne psihologije. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana.

Ule, Mirjana (ur.): (2000) Socialna ranljivost mladih. Aristej, Šentilj.

Ule, Mirjana (2002): Mladina: fenomen dvajsetega stoletja. V Vlado Miheljak (ur.): Mladina 2000. Slovenska mladina na prehodu v tretje tisočletje. Ministrstvo za šolstvo znanost in šport, Urad Republike Slovenije za mladino. Aristej, Maribor.

Ule, Mirjana in Metka Kuhar (2002): Sodobna mladina: izziv sprememb. V Vlado Miheljak (ur.): Mladina 2000. Slovenska mladina na prehodu v tretje tisočletje. Ministrstvo za šolstvo znanost in šport, Urad Republike Slovenije za mladino. Aristej, Maribor.

Vreg, France (1973): Družbeno komuniciranje. Mnenjski in komunikacijski procesi v družbenem sistemu. Založba Obzorja, Maribor.

Vreg, France (1980): Javno mnenje in samoupravna demokracija. Proces izražanja mnenj in interesov v meščanski demokraciji in v sistemu socialističnega samoupravljanja. Založba Obzorja, Maribor.

Vreg, France (1986): Politično komuniciranje in konstrukcija družbene stvarnosti. Teorija in praksa 23 (7-8), 654-655.

Vreg, France (1990): Demokratično komuniciranje. Prispevek k pluralistični paradigmi v komunikacijski znanosti. Založba Obzorja, Maribor.

Vreg, France (2000): Politično komuniciranje in prepričevanje: Komunikacijska strategija, diskurzi, prepričevalni modeli, propaganda, politični marketing, volilna kampanja. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.

Wright, Charles R. (1999): Narava in funkcije množičnega sporočanja. V Slavko Splichal (ur.): Komunikološka hrestomatija 2. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.

Zupan, Borut (1985): Nova družbena gibanja in angažiranje mladih V Mladina kot dejavnik razvoja. Mladina med preteklostjo in prihodnostjo. Zbornik. Ziherlovi dnevi 1985. Knjižnica FSPN, Ljubljana.

# VII. PRILOGE

## Priloga A: Pionirski list, št. 1, leto 1, 18.2.1948

78893  
CENA 2 DINARJA  
359/1948  
ZA DOMOVINO S TIŠOM — NAPREJ  
POSTNINA PLAČANA V GOTOVINI

18.  
PIONIRSKI list  
GLASILO ZVEZE PIONIRJEV JUGOSLAVIJE  
Štev. 1. 1948 Leto I.

Od prvih dni drugega pol leta moramo vsakega in vsakega delati!  
To je zanesljiva pot k uspehu v št št!

### 29. februar — dan mladinskih delovnih brigad

Slavne, herojske strani je izpisala naša mladina v letih borbe. Nič manj veliko ni bilo njeno delo v obnovi, in prav tako so danes njeni delovni napori v izgradnji domovine, na njeni polji v socializmu. Polna bespremnega požrtvovanja, delovnega poleta in stvariteljskega navdušenja je zgradila naša mladina dve mladinski progji, zgradila tovarno orodnih strojev Iva-Lole Ribarja, regulirala Pesnico in Goriški Lijak ter sodelovala še pri nešteto drugih velikih in važnih delih.

Tudi letos si zstavlja mladina širok program delovnih akcij. Gradila bo Novo Gorico, avtostrado Beograd-Zagreb, Pionirsko progjo v Ljubljani, sodelovala pri gradnji Novega Beograda in gradnji zadržnih domov širom cele domovine.

Da bi se dobro in uspešno pripravili na vsa ta dela, se bodo brigadirji vseh delovnih brigad in čet zbrali na dan 29. februarja in pregledali svoje vrste za nov naskok na delovne naloge.

Zbrali se bodo po vseh okrajnih centrih, kjer bodo tudi konference udarnikov-mladincev, najboljših med najboljšimi, ki bodo prenesli svoje izkušnje in svoj delovni polet in delovno disciplino svojim tovarišem v brigadah.

Ta dan bodo tudi podeljena odklopanja najboljšim brigadom Vojkovi in Tomičević, ki ste odklopani z Redom Dela I. reda. A tudi najboljšim brigadirjem bodo podeljena priznanja.

V Ljubljani bomo tega dne pričeli z gradnjo Pionirske proge, ki bo ponos in veselje vseh naših pionirjev.

Dan mladinskih delovnih brigad bodo obogatili tudi kulturno-prosvetne prireditve, namenjene brigadirjen, dan pa se bo zaključil s tabornimi ognji, ob katerih se bodo zbrale delovne enote po vseh gradiliščih.

### Prvi zlet udarnikov Srbije

Najbolji in najbolj zaslužni delavci v proizvodnji, obratovodje in sindikalni funkcionarji tovarna, rudnikov in drugih podjetij Srbije so se zbrali v Beogradu, da bi med seboj izmenjali bogate izkušnje, ki so jih pridobili v borbi za izvršitev plan-skih nalog. Pri tem so sklenili čvrsto tovariške vezi in jih bodo pri nadaljnjem delu le še utrjevali.

Prvi zlet udarnikov Srbije je sprejel resolucijo, v kateri je pozval vse delovne ljudi, naj še naprej razvijajo tekmovanje, s čimer bodo omogočili, da bodo izpolnjene naloge, ki jih postavlja plan.

Na kosilu, ki je bilo prirejeno na čast udeležencem zleta udarnikov, je spregovoril maršal Tito. Zahvalil se je delavcem in rekel:

»Čladi bi se okoristili s to priložnostjo, da izrazim zahvale vam delavcem in delavkam ter nameščencem, ki ste spoznali duha časa in pokazali visoko zavednost pri delu za industrializacijo naše države. Kajti biti udarnik ne pomeni samo delati zato, da bi čim več zaslužili, ne pomeni delati samo za sebe. To je postranskega pomena in tega se vi sami zavedate. Biti udarnik pomeni biti visoko zaveden in delati za skupnost, za boljše bodočnost, za vse ljudstvo; to pomeni — dati iz sebe vse v korist vsega ljudstva.«

Ko je govoril o uspehih udarniškega dela po tovarnah, je tovariš Tito rekel:

»Tovariši in tovarišice, danes so v Jugoslaviji dani vsi pogoji za izpolnitev vsega, kar potrebujemo naši narod. Razumljivo, da se to ne da izvesti v enem letu ali dveh; mi smo vzeli najkrajši rok — pet let. Kaj pa moramo narediti v teh petih letih? Iz-

delati moramo stroje in zgraditi tovarne, ki bodo lahko izdelovale tisto, kar potrebujejo naši ljudje, naše delovno ljudstvo. Pri tem moramo napeti vse svoje moči in dati vse iz sebe; delavski razred mora v prvi vrsti dati svoje znanje in svojo moč, storiti vse, kar je najkoristnejše za izpolnitev naših velikih nalog. Že naša prva petletka bo ustvarila takšne pogoje življenja, o kakršnih naši delavci in delavke še sanjati niso mogli. Resda čutimo tale prva leta v marsičem pomanjkanje, vendar se moramo zavedati, da po preteku dveh ali treh let pomanjkanja ne bo več. To bomo občutili že prvo leto, 1948., ki bo najtežje pri izvrševanju našega petletnega plana. Uspehi udarniškega dela, uspehi tega, kar smo dosegli lani, se bodo že občutili.«

»... Vnovič naglašam, da je vaše udarniško gibanje sila pomembna. Razvijajte udarnišvo in vse svoje izkušnje, ki ste si jih pridobili pri vsakdanjem delu; prenašajte jih na mlajše kadre, ki jih morate vzgajati. Vi, novotariši, ki ste v mnogem olajšali delovni postopek v industriji, ne zadržajte svojih izkušenj le zase, marveč jih prenašajte na mlajše robove, na vse, ki se morajo še učiti. Pri nas, v današnji Jugoslaviji, je strokovnega delavstva še mnogo premalo. Ne bomo govorili, kako potrebni so nam strokovni kadri, kako nam primanjkuje še deset in desetisoče strokovnih delavcev, saj to sami veste. Zato pa bodite vi učitelji in vzgojitelji novih in novih pokoleni, učite jih in prenašajte svoje izkušnje nanje!«

### Pionirji in pionirice — mladi tovarši!

List, ki ste ga težko pritalovali in si ga toliko želeli, prihaja danes k vam. Prihaja v vsak pionirski odred, v vsako četo, k vsakemu pionirju. Vsi ga boste brali in prav gotovo ne bo pionirja, ki bi ga ne poznal.

V »Pionirskem listu« boste našli svojega tovarša in prijatelja, ki vam bo pomagal pri vsem vašem delu. Svetoval vam bo, kako bi čimbolj utrdili svojo organizacijo, kako bi dosegli čim boljše učne uspehe, kako bi čim več doprinesli k izgradnji naše domovine in ustvaritvi petletnega plana.

Dajal vam bo navodila za uvajanje in delo delovnih krožkov in fiktivnih aktivov.

V njem bomo brali o dobrih, pridnih pionirjih, pa tudi o takih, ki ne drže pionirske besede, ne bomo molčali!

Slovenski pionirji se bodo v »Pionirskem listu« vezanili tudi z delom, težavami in uspehi svojih tovarišev iz ostalih delov naše velike domovine in se obogatili s njihovimi izkušnjami.

Pionirji pa bodo tudi sami pisali v svoj list. Pisali o vseh uspehih in neuspehih, o svojem delu in prizadevanju, da bi dosegli čim več k uresnitvi in izgradnji naše dežele, o tem kako se trudijo, da bi postali čim boljji sinovi svoje domovine.

Vsem pionirjem — to trdno verujemo — bo »Pionirski list« postal »slovo« in najboljši tovarš, ki ga bodo vzljubili kot svoj list, list mladega rodu naše bogate, srečne domovine.



Živel 29. februar  
dan mladinskih delovnih brigad



# Pozdrav pionirjem oe Novem letu!

## Dragi pionirji in pionirke

V novem letu vam želimo vse najboljše, vse srečo in polno uspehov, da bi se čimveč lepega in koristnega naučili! Želim, da bi se čedalje bolj zavedali, da je vsa bodočnost naša in da ste vi tisti, ki boste zgradili veliko stvarbo socializma. Stopamo v tretje, najbolj odločilno leto naše petletke, ki postaja pred nas mnoge in težke naloge, a nam prinaša že prve stvaritve solonce našega dosotrdnjena dela. V novem letu se bo naše življenje z napori naših delavcev in kmetov zopet občutno sploščilo, ker bomo zgradili mnogo novih stanovanj, ker nam bodo dale nove elektrarne veliko energije, naša socialistična industrija in celovita kmetištvo pa mnoga več življenjskih potreb. Naše ljudstvo premaze v lahkostnosti in gradit po-nomo, naredno deželo, nalo vsak dan leno domovino. In vse to bogastvo, naša lepa domovina je in ostane naša, Titova pionirji!

Uživajte veselo in srečno mladost, krepite si s fizič-nimi in dušnimi vajami, učite se z veseljem in pestno, pozna-rite našo, naše sinove našega ljudstva, učite se in ne pozabite in postane-te se boljši, se poizkušajte — graditelji socializma.

Želim vam srečno Novo leto

Vai

Jože Potrč,  
minister za prosveto

## Pisemce za Novo leto

Dragi pionirji! — Uredništvo me je naprosilo, da naj vam napišem nekaj besed za novo leto. Prav rad. Teh besed bi bilo za cel koš, če bi bila vsaka ura vsaj tako dolga kot dan. Pa ni! Ne iščem, ako rečem, da se večkrat spominam na vas. Ne samo takrat, kadar vidim vašo prozo in si m stih: Tu so pa pionirji za strojevoje, postaje-niške in napredku, o njih krajčih in ljudeh. Kar se boste zdaj naučili in kakor se boste naučili, vam bo kot luč, ki vodi človeka v temi. Ko boste odrasli, boste ustvarili tako domovino, da bodo v nji vsi ljudje srečni, in veseli, da nikomur ne bo manjkalo kruha in ne bo nihče drugega živel slab. Vidite, to je velika stvar. In prav tega se morate učiti tudi in knjige. Zato bomo pisatelji postavili peresa in rekli: No, dajmo, zdaj pa pišimo za pionirje! Ob letu boste vedeli povedati, če t'z bilo res tako, če ne bo res, primite me za besedo! — In ko vam voščim srečno novo leto in vsega dobrega vseh dvanajst mesecev, želim, da bi kot dobri pionirji ljubili našo novo domovino in našega velikega učitelja maršala Tita!

Za društvo slovenskih književnikov,  
podpredsednik Prezidijski LRS  
France Bevč

## Pozdrav našim najmlajšim

Ob pričetku Novega leta vam pošljim tople pozdrave naših delavcev in nametencev, ki vam ustvarjajo lepšo in srečnejšo bodočnost. Pozdravljam vas in imena vaših delavcev, učiteljev, regionalistov in imamo-ljev, Titovih borcev za izgradnjo socializma. V svoji usko-dnjevni herojski borbi za izvršitev našega plana dosega vsak dan veličastnejše zmage. S tem uresničujete močno poželjno nalo Partije in tovarisa Tita ter celotno našo dolžnostjo prebitosti poti, po kateri nas CN KPI s tovarišem Titom na čelu zmagovalno vodi v socializem.

Medtem, ko se po kapitalističnih državah delavci v nek-ljatih strajkih krvavo borijo za skrajno kruha, njihovi otroci pa s svojimi starši svoj strah, ko v Grčiji, na Kitajskem, v Indoneziji in drugod divja krvava vojna, v kateri nenasični kapitalisti le vedno morijo in poševijo, pa naša Titova Jugoslavija raste v močvirno napredno socia-listično državo. Ljudska revolucija, ki so jo naši narodi izvojevali v osvobodilni vojni pod vodstvom Partije in tovarisa Tita, nam je dala to novo državo, ki se življenje že danes mnogo lepše in srečnejše kot kdajkoli prej. Ljudski to našo novo domovino, borite se za njeno industrializacijo, za njen razvoj, kot smo se v času vojne borili z orožjem v roki, je naša osnovna naloga, kot nas uči naša Partija in tovaris Tita. Borite se proti vsem so-cializma naše nove Jugoslavije, se proti boriti se proti vsakemu izkoričanju, proti nelicem nove vojne, borite se za mir in pravično ureditev sveta, za boljše in srečnejše življenje vseh delovnih ljudi. Borite se za čimprejše izgradnjo socializma v naši državi, pomni utrujeni fronto demokratskih in mirovljubnih sil s Sovjetsko zvezo na čelu, kar je poročilo za mir in boljše življenje.

Da pa bomo vse to dosegli, moramo, dragi pionirji in pionirke, delati in učiti se tako kot naši naši Partija in tovaris Tita. Učite se ustavno in pridelno, da boste postali čimprej zavestni graditelji socializma pri nas, karli naša Titova Jugoslavija je prečistvo bodočnost Vas mladine!

Utrjujte s krevjo priborjeno bratstvo in enotnost naših narodov, ljubite našo Partijo in tovarisa Tita, ker brez njih ne bi bilo naše Jugoslavije, ne bi bilo bogovca in srečnejšega življenja.

Se enkrat vas pozdravljam s našim borbenim pozdravom:

S Titom v socializem!

Predsednik  
Glavnega odbora Enotnih sindikatov Slovenije  
Janko Rudolf

## Našim najmlajšim odredom

Zveza borcev NOV Slovenije pošlja vsem pionirjem ob Novem letu tople pozdrave! Mnogi so med nami, ki ste si za časa narodnoosvobodilne borbe priborili naše žla-stvo. Vam, kot tudi vsem pionirjem, ki tedaj še niso mogli odločeni v slani borbi naših narodov Zveza borcev želi, da v letu 1949, nadaljujete znano delo, pa stopajete en-dovrste čim boljše uspehe pri učenju, da boste s pridob-ljenim znanjem lahko koristili naši skupnosti. Tehnično pri izvajanju nalog, ki vam jih nalaga pionirska organizacija, da tako postane danes borci za skupni cilj!

Pomni smo, da imamo v pionirskih vrstah precejšnje šte-vilo članov Zveze borcev in prepričani smo, da bodo ti v bodoče ugledni otolimi pionirjem, stoječ v prvih vrstah pri izgradnji socializma v naši domovini.

Podpredsednik Zveze borcev Slovenije  
Narodni heroj

Semi Stane-Daki



## Priloga C: Tabele vrednot iz raziskave Mladina 2000

Vir: Mihelj, Vlado (ur.) (2002): Mladina 2000. Slovenska mladina na prehodu v tretje tisočletje.

V raziskavi je sodelovalo 1.262 mladi, starih med 14 in 30 let, večina jih je bila starih med 17 in 29 let.

### Tabela 7.1. Vrednostne usmeritve

Naštel/a bom nekaj stvari, ki so lahko pomembne za tvoje življenje. Povej za vsako od njih posebej, kako pomembna je za tvoje življenje. Ali sploh ni pomembna, je malo pomembna, srednje pomembna, dokaj pomembna, ali je zelo pomembna (Obkroži en odgovor v vsaki vrsti)<sup>79</sup> (Mihelj, 2002: 242).

|  | Sploh ni pomembna (1) | Malo pomembna (2) | Srednje pomembna (3) | Dokaj pomembna (4) | Zelo pomembna (5) |
|--|-----------------------|-------------------|----------------------|--------------------|-------------------|
| 28. resnično prijateljstvo                       | 0,2                   | 0,5               | 3,1                  | 18,7               | 77,6              |
| 29. svet lepega, narava, umetnost                | 1,4                   | 5,4               | 25,0                 | 38,2               | 30,0              |
| 30. zdravje                                      | 0,2                   | 0,3               | 2,2                  | 11,0               | 86,3              |
| 31. red in stabilnost v družbi                   | 0,4                   | 2,3               | 13,7                 | 44,9               | 38,7              |
| <b>32. vznemirljivo življenje</b>                | <b>2,5</b>            | <b>8,8</b>        | <b>36,2</b>          | <b>32,5</b>        | <b>19,9</b>       |
| 33. materialne dobrine                           | 2,0                   | 8,9               | 33,5                 | 36,0               | 19,6              |
| <b>34. varnost mojega naroda pred sovražniki</b> | <b>1,6</b>            | <b>3,9</b>        | <b>15,2</b>          | <b>31,4</b>        | <b>47,9</b>       |
| <b>35. uspeh v šoli, poklicu</b>                 | <b>0,4</b>            | <b>1,6</b>        | <b>8,9</b>           | <b>35,8</b>        | <b>53,3</b>       |
| <b>36. kreativnost, originalnost, fantazija</b>  | <b>2,6</b>            | <b>8,6</b>        | <b>31,7</b>          | <b>33,9</b>        | <b>23,2</b>       |
| 37. mir v svetu brez vojnih konfliktov           | 1,1                   | 2,0               | 9,5                  | 21,8               | 65,6              |
| 38. vzdrževanje tradicionalnih vrednot           | 2,0                   | 10,3              | 29,5                 | 37,1               | 21,1              |
| 39. družinsko življenje                          | 0,5                   | 1,3               | 7,7                  | 21,2               | 69,3              |
| 40. varovanje narave                             | 0,5                   | 1,2               | 11,9                 | 31,1               | 55,2              |

<sup>79</sup> Poudarjene so vrednostne usmeritve, ki so pomembne za mojo nalogo.

|   |            |            |             |             |             |
|---|------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| 41. biti avtoriteta, voditelj             | 9,6        | 25,4       | 36,6        | 21,5        | 6,9         |
| 42. imeti moč nad drugimi                 | 24,8       | 31,3       | 28,7        | 11,1        | 4,2         |
| <b>43. živeti v miru sam s seboj</b>      | <b>5,1</b> | <b>8,1</b> | <b>14,3</b> | <b>23,3</b> | <b>49,2</b> |
| <b>44. svoboda delovanja in mišljenja</b> | <b>0,4</b> | <b>1,3</b> | <b>8,9</b>  | <b>24,5</b> | <b>64,9</b> |

## Tabela 7.2. Strpnost

Naštel/a bom različne skupine ljudi. Povej prosim, katere od njih **ne bi želel/a imeti** za sosede (Obkroži vse ustrezne odgovore.) (Mihelj, 2002: 262).

|                                   | Ne bi jih želel/a za sosede |
|-----------------------------------|-----------------------------|
| 318. ljudje, ki so bili kaznovani | 42,7                        |
| 319. ljudje drugih ras            | 7,0                         |
| 320. politični skrajneži          | 60,3                        |
| 321. pijanci                      | 72,9                        |
| 322. čustveno nestabilni ljudje   | 41,8                        |
| 323. muslimani                    | 19,0                        |
| 324. priseljenci, tuji delavci    | 16,6                        |
| 325. ljudje z aidsom              | 24,8                        |
| 326. narkomani                    | 75,4                        |
| 327. homoseksualci                | 39,2                        |
| 328. Romi                         | 49,3                        |

## Tabela 7.3. Življenjski interes

Oceni z ocenami od 1 do 5, koliko si zainteresiran/a za vsako od navedenih področij. Ocena 1 pomeni, da te naštetu nič ne zanima, 2, da te malo zanima, 3, da te zanima srednje, 4, da precej in 5, da te zelo zanima (V vsaki vrstici posebej obkroži ustrezno številko.)<sup>80</sup> (Mihelj, 2002: 243).

| Področje                                 | Nič (1)    | Malo (2)   | Srednje (3) | Precej (4)  | Zelo (5)    |
|--|------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| 51. vojska in vojaške stvari             | 39,7       | 27,9       | 19,8        | 7,9         | 4,7         |
| 52. šport in športni dogodki, rekreacija | 2,7        | 10,6       | 32,2        | 29,8        | 24,6        |
| 53. šola in izobraževanje                | 1,7        | 6,8        | 26,4        | 39,3        | 25,8        |
| <b>54. samozobraževanje</b>              | <b>2,2</b> | <b>7,2</b> | <b>27,7</b> | <b>38,0</b> | <b>25,0</b> |
| <b>55. služba, poklic</b>                | <b>1,3</b> | <b>2,6</b> | <b>12,7</b> | <b>36,5</b> | <b>46,9</b> |
| 56. tehnika in tehnični dosežki          | 5,3        | 20,9       | 33,4        | 24,9        | 15,5        |
| 57. politika in politični dogodki        | 24,6       | 34,4       | 25,5        | 11,8        | 3,8         |
| <b>58. zabava in razvedrilo</b>          | <b>0,2</b> | <b>2,6</b> | <b>19,4</b> | <b>41,9</b> | <b>36,0</b> |

<sup>80</sup> Poudarjena so področja, ki so pomembna za mojo nalogo.

|   |            |             |             |             |             |
|---|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 59. vera in versko življenje                              | 23,1       | 28,8        | 30,1        | 13,3        | 4,7         |
| 60. spolnost in ljubezen                                  | 0,1        | 1,5         | 15,2        | 40,7        | 42,5        |
| 61. prijateljstvo   | 0,1        | 0,2         | 4,8         | 26,4        | 68,5        |
| <b>62. skrb za lastni izgled, zunanji videz</b>           | <b>0,9</b> | <b>3,7</b>  | <b>31,3</b> | <b>42,9</b> | <b>21,2</b> |
| 63. družinsko življenje                                   | 2,2        | 5,6         | 13,1        | 28,2        | 50,8        |
| 64. znanost in znanstveni dosežki                         | 5,4        | 19,7        | 37,2        | 26,4        | 11,3        |
| 65. umetnost in kultura                                   | 6,5        | 24,2        | 40,5        | 19,9        | 8,8         |
| <b>66. nacionalna preteklost in usoda lastnega naroda</b> | <b>4,8</b> | <b>20,6</b> | <b>41,9</b> | <b>23,0</b> | <b>9,6</b>  |
| <b>67. nakupovanje</b>                                    | <b>5,8</b> | <b>18,9</b> | <b>39,7</b> | <b>25,6</b> | <b>10,0</b> |
| <b>68. uživanje hrane in pijače</b>                       | <b>1,2</b> | <b>10,2</b> | <b>38,4</b> | <b>31,4</b> | <b>18,8</b> |
| <b>69. potovanja</b>                                      | <b>1,4</b> | <b>9,2</b>  | <b>25,0</b> | <b>31,8</b> | <b>32,6</b> |

## ***Priloga D: Seznam vodilnih tem v Pilu in Pilu PLUS v letu 2001***

### **D1. Seznam tem v Pilu**

- št. 5/53: Šport
- št. 6/53: Puberteta
- št. 7/53: Suhci in debeluhci
- št. 8/53: Knjige
- št. 9/53: Prijateljstvo
- št. 10/53: Moj razred
- št. 1/54: Kje in s kom sediš?
- št. 2/54: Moja soba
- št. 3/54: Nasmelj se
- št. 4/54: Nisem več tak otrok

### **D2. Seznam tem »Klicaj« v Pilu PLUS**

- št. 18/53: Zakaj luna mrkne
- št. 19/53: Kako v srednjo šolo?
- št. 20/53: Sanje
- št. 21/53: Povej mi na uho
- št. 22/53: Doma ni več tako kot nekoč
- št. 23/53: Strategija zapeljevanja
- št. 24-25/53: Hočem, torej zmorem
- št. 26/53: Mladi in samomor
- št. 27/53: Postavi se zase in za druge
- št. 28/53: Nihče ni ilegalen
- št. 29/53: Preberi mi dlan
- št. 30/53: Lagati ali ne lagati
- št. 31/53: Zasvojenost
- št. 32/53: Velika noč – praznik pomladi
- št. 33/53: Vrtiljak čustev
- št. 34/53: Kako ti je ime?
- št. 35/53: Na koncu se vedno opravičujejo



- št. 36/53: Beg od doma
- št. 37/53: Nasmehski
- št. 38/53: Na zabavo vzemi glavo
- št. 39-40/53: Varna spolnost
- št. 1/54: Šport za lenuhe
- št. 2/54: Ljubezen do istega spola
- št. 3/54: Če hočeš uresničiti svoje sanje, se moraš najprej zbuditi
- št. 4/54: Vsi za enega, eden za (v)se
- št. 5/54: Ugrabljena otroštva
- št. 6/54: Poskus premirja
- št. 7/54: Cena samostojnosti
- št. 8/54: Prijateljstvo med fantom in punco?
- št. 9/54: Cena samostojnosti II
- št. 10/54: Ekstazi
- št. 11/54: Goljufate? Res ne?!
- št. 12/54: Znamo prisluhni?
- št. 13/54: Res? Res. Diabetes.
- št. 14/54: Pozitiven pogled je pol uspeha
- št. 15/54: Kdaj težko zaspiš in zakaj?
- št. 16-17/54: Projekt novo leto