

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

SABINA KOCJANČIČ

MENTOR: asist. dr. Marko Milosavljevič

SOMENTOR: pred. Mitja Meršol

**KONCEPT OTROŠKEGA ČASOPISA ZA
SLOVENSKI MEDIJSKI TRG – PEDAGOŠKI IN
UREDNIŠKI VIDIK**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2004

KAZALO

1. UVOD.....	4
2. TEORETIČNI DEL	7
2.1 TISK.....	7
2.1.1 LASTNOSTI TISKA	7
2.2 RAZVOJ TISKA NA SLOVENSKEM.....	8
2.3 DELITEV NA RESNI IN POPULARNI TISK.....	10
2.4 SPECIALIZACIJA TISKA	11
2.4.1 TISK ZA OTROKE	11
2.4.2 ZGODOVINA TISKA ZA OTROKE NA SLOVENSKEM	12
Tabela 2.1: Revije od leta 1991 do leta 2004	17
2.4.3 UČINKI MEDIJEV.....	17
2.4.3.1 ZGODOVINA RAZISKAV UČINKOV MNOŽIČNIH MEDIJEV	17
2.5 ZNAČILNOSTI OTROK	18
2.5.1 SOCIALIZACIJA	18
2.5.2 PSIHOFIZIČNE LASTNOSTI OTROKA DO DESETEGA LETA STAROSTI	19
2.5.3 BRANJE.....	21
2.5.4 VSTOP OTROKA V ŠOLO	22
2.5.4.1 OTROK IN USTVARJALNOST.....	23
2.5.4.2 ŠOLA IN USTVARJALNOST.....	24
2.6 POTREBUJEJO OTROCI SVOJ ČASOPIS?.....	25
2.6.1 KAKOVOST TISKA ZA OTROKE.....	26
2.7 UREDNIKOVANJE	26
2.7.1 DELO UREDNIKA	26
2.7.2 SODELAVCI REVIJE.....	27
2.7.3 MNENJE O REVIJI IN VSEBINI	27
2.7.4 KOMU JE REVIJA NAMENJENA.....	29
2.7.5 ODZIVI IN SODELOVANJE OTROK.....	29
2.7.6 OTROŠKI IZDELKI.....	30
2.7.7 TEŽAVE UREDNIKOV IN SPOPADANJE S KONKURENCO	30
2.7.8 CENA REVIJE IN SOFINANCIRANJE.....	31
2.7.9 DODATNO UVELJAVLJANJE REVIJE	32
2.7.10 OGLASI V REVIJI	32
2.8 USTVARJANJE OTROŠKE REVIJE MIMO OTROK	33
3. PRAKTIČNI DEL	34

3.1 ANALIZA OTROŠKEGA TISKA NA SLOVENSKEM MEDIJSKEM TRGU	34
Tabela 3.2: Razvrstitev revij na širše vsebinske sklope	34
3.2 LITERARNE IN NELITERARNE REVIJE	35
3.2.1 LITERARNE REVIJE	35
3.2.2 NELITERARNE REVIJE	36
3.3 OŽJA ANALIZA TRINAJSTIH REVIJ	36
Tabela 3.3: Splošna analiza revij	37
Tabela 3.4: Vsebinska analiza revij	40
3.4 INTERPRETACIJA	42
3.4.1 POTEK ANALIZE	42
Tabela 3.4.1: Povzetek vsebinske analize	42
3.5 KONCEPT ČASOPISA, KI GA SOUSTVARJAJO OTROCI	47
3.5.1 NAMEN NOVEGA ČASOPISA	47
3.5.2 CILJI	47
3.5.3 ELEMENTI ČASOPISA	48
3.5.4 TROJNA ZGRADBA ČASOPISA	48
3.5.4.1 NELITERARNI DEL	48
3.5.4.2 LITERARNI DEL	49
3.5.4.3 ČASOPISNI DEL	49
3.5.5 POSEBNOST ČASOPISA KU-KU	49
3.5.6 DELAVNICE	50
3.5.7 DODATKI ČASOPISU	50
3.5.7.1 ČASOVNI TRAK	50
3.5.7.2 ZGOŠČENKA	50
3.5.7.3 SPLETNA STRAN	50
3.5.7.4 BLAGOVNA ZNAMKA	51
3.5.7.5 KU-KU DAN	51
3.6 KONCEPT ČASOPISA PO STRANEH	52
Tabela 3.6: Razporeditev vsebine časopisa po straneh	54
4. SKLEP	55
5. LITERATURA	56
6. VIRI	58
6.1 ANALIZIRANE OTROŠKE REVIJE	58
6.2 MEDMREŽNE POVEZAVE	59

1. UVOD

Množični mediji so v današnjem času naši vsakdanji spremljevalci. Tako kot so naše (pra)babice in (pra)dedki rasli ob ličkanju koruze in vaških veselicah, otrok današnjega časa obvladuje računalnik, televizijski daljinski upravljalnik in mobilni telefon. In to celo pred vstopom v šolo. Kljub inflaciji elektronskih medijev, ki so danes v skoraj vsakem domu, pa se tradicionalni medij – **tisk**, ni umaknil v pozabo. Nasprotno, tisk se razvija, išče svoje bralce in se odziva na njihove potrebe. Periodika je “eden od množičnih medijev, katere dnevna poraba je – skupaj s televizijo, radiom in drugimi mediji – v sodobni 'medijski družbi' po količini takoj za spanjem in delom. Dokajšnjemu deležu odraslih je periodika edini tiskani medij, ki ga (redno) berejo.” (Jamnik v Brglez, 1999:7) Tako poleg obstoječih tradicionalnih medijev nastaja mnogo specializiranih časopisov in revij, ki zadovoljujejo potrebe določenega dela javnosti.

Da je prišlo do delitve tiska na resnega in zabavnega ter do specializacije, je poskrbel zgodovinski razvoj – na Slovenskem z več kot stoletno zamudo.

Leta 1848 se na Slovenskem pojavi prvi časopis za otroke in mlade – Vedež. Za njim se v letih do druge svetovne vojne zvrstijo Vertec, Angeljček, Zvonček, Mlada Jugoslavija, Novi rod in Jaslice. Po letu 1945 začnejo izhajati Ciciban, Pastirček, Pionirski list, Pionir, Kurirček in Mavrica. Po osamosvojitvi Slovenije je na slovenskem tržišču nastala tržna niša, ki so jo založniki hitro izkoristili. Poleg otroških časopisov s tradicijo se pojavi mnogo novih, tudi licenčnih, tujih časopisov. Meja med otroškimi in mladinskimi revijami pogosto ni jasna, čeprav ima večina revij opredeljeno svojo ciljno skupino. Kljub temu nekateri šolarji v drugi triadi devetletke že posegajo po najstniških revijah (npr. Pil, Smrklja), nekateri starejši šolarji pa so prav tako še vedno naročeni na otroške revije (npr. Petka). Nekatero revije pa nočejo opredeliti spodnje in zgornje starostne meje svojih bralcev. Zato sem na začetku zbiranja gradiva poiskala vse otroške in najstniške¹ revije pri nas in prišla do številke petinpetdeset.

Otroci do desetega leta starosti so specifično občinstvo, ki pogosto posega po medijih za odrasle. Ti mediji oz. njihove vsebine pa niso primerne za mladega bralca. “Periodika je pomembna že za otroka

¹ Izrazi otroški, mladinski ali otroško-mladinski tisk se niti v literaturi niti pri sami periodiki ne uporabljajo dosledno. V svoji diplomski nalogi bom v nadaljevanju uporabljala izraz otroški tisk, ker sem se pri kasnejši analizi omejila na tisk, namenjen otrokom do desetega leta starosti.

v predšolskem obdobju branja in opismenjevanja, saj nudi estetski užitek, informira, izobražuje, zabava in spodbuja h komunikaciji. Omogoča branje in spoznavanje različnih umetnostnih in neumetnostnih besedil.” (Jamnik v Brglez, 1999:7) Zato je treba poskrbeti, da dobi otrok primerno vsebino in potrebne vzpodbude za branje. Predšolski otrok se nevede navaja na branje, ko skupaj s starši lista slikanice ter povezuje slike in zgodbe z dogodki iz resničnega sveta. Z vstopom v šolo pa se prične za marsikoga stresno obdobje. Napor in strah lahko otroka odvrčata od branja, predvsem pa šolski sistem s poenotenjem učencev v razredu in predpisanim obveznim branjem ne dovoljuje in ne razvija ustvarjalnih nagibov posameznih otrok. “Katero otroško revijo dobijo otroci v roke, je odvisno predvsem od priporočila učiteljev. Vprašanje je, ali učitelji vsebine revij preučijo in izberejo kakovostne. Veliko je namreč odvisno od tradicije,” je povedal urednik Petke, dr. Miha Kos. “Periodika ima v določenih primerih prednost pri mladih preprosto zato, ker ni obvezna in jo berejo po lastni izbiri v prostem času.” (Jamnik v Brglez, 1999:7) Splošno znano je, da je literature na trgu čedalje več, poseganja po njej pa čedalje manj. Zato je še kako pomembno, da je tisk, po katerem otroci radi posegajo, kakovosten in privlačen.

Otroci imajo ob vstopu v šolo različno razvite sposobnosti. Pri pedagogih, pisateljih in psihologih sem preverila, kakšen vpliv ima lahko šola na otroka, katere sposobnosti so v šoli zapostavljene in kako na otroke vpliva okolje. Nato sem si zastavila vprašanje, **ali je lahko otroška revija dopolnilo, ki razvija otrokovo ustvarjalnost, ga vzgaja, izobražuje, informira in zabava po drugačni – neobvezni poti? Je lahko danes, ko v šole uvajamo predmet vzgoja za medije, otroški časopis vir raziskovanja in spoznavanja medijev ter učenja o njihovih zakonitostih?**

Ali obstoječe revije izpolnjujejo svoje poslanstvo, je vprašanje, na katerega morajo imeti odgovor predvsem njihovi uredniki. Izmed urednikov trinajstih otroških revij, ki sem jih bolj podrobno preučila, sem izbrala dva: urednico Slavico Remškar, ki urejuje otroško revijo z najdaljšo tradicijo pri nas, Cicibana, ter urednika najbolj nekonvencionalne revije na našem trgu, revije Petka, dr. Miho Kosa.

V praktičnem delu diplomske naloge sem se lotila splošne analize otroških revij, ki jih je v Sloveniji petinpetdeset. Večino je mogoče najti v knjigarnah, trafikah in kioskih, nekaj pa je tudi takih, ki jih ni v prosti prodaji (Zmajček, Mladi rod, Pastirček). Po zgledu raziskave Ministrstva za kulturo *Tiskano listje za smrklje in firbce*, v kateri je zbran pregled slovenske mladinske periodike v letih 1994 do

1998, sem revije razdelila na pet vsebinskih področij²: *splošne, ožje poučne ali poljudnoznanstvene, zamejske in enigmatične revije ter stripi*.

Za nadaljnjo podrobnejšo analizo pa sem izbrala trinajst revij: pet splošnih, štiri ožje poučne ali poljudnoznanstvene³, dve zamejski ter eno enigmatično revijo in en strip. Pozorna sem bila predvsem na njihovo splošno opredeljenost ter obseg prostora, ki ga namenjajo otroškim izdelkom. Upoštevala sem tudi spodbude za otroško ustvarjalnost.

Priprava novega medija je ustvarjalno delo. Hkrati naj bi mediji za otroke v mladih bralcih budili ustvarjalnost. Zakaj torej obojega ne bi združili? Čeprav sem našla približno štirideset specializiranih revij za otroke, se zdi, da manjka časopis, ki bi dajal otrokom možnost sodelovanja, pisanja in soustvarjanja časopisa. Ustvarjalnost je namreč temeljna otroška lastnost.

Zato postavljam **hipotezo, da slovenski medijski prostor potrebuje časopis, ki bi poleg literarnih del, ugankarskih nalog, realij, ugank in pobarvank otrokom prinašal tudi izzive za ustvarjalno delo, novice o temah, ki mlade bralce zanimajo, in jih tako navajal k bralnim navadam. Svojih bralcev ne bi pritegnil k sodelovanju le preko pisem in risbic, temveč bi jim ponujal možnost soustvarjanja dela vsebine. Tak časopis bi lahko služil kot tesni sodelavec predmeta vzgoja za medije, saj bi se otroci preko njega neposredno srečali z ustvarjanjem tiskanega medija, izkusili zakonitosti tiska in sodelovali pri njegovi končni podobi. Otrokom bi ponujal različne natečaje, kjer bi nadarjeni lahko izražali svojo ustvarjalnost in znanje, česar v svojih šolskih razredih mogoče ne morejo vedno.**

² Raziskava *Tiskano listje za smrkije in firbce(1999)* razvršča otroško periodiko glede na kriterij vsebine v šest tematsko širših področij: splošne, ožje poučne ali poljudnoznanstvene, enigmatične in zamejske revije, stripi ter revije za starše. Slednje sem pri svoji raziskavi opustila, ker sem se osredotočila na samostojno branje otrok.

³ Izbrala sem samo tiste, ki niso namenjene zgolj članom neke organizacije ali društva, kot sta npr. Skavt in Tabor.

2. TEORETIČNI DEL

2.1 TISK

Tisk je po definiciji Leksikona Cankarjeve založbe postopek tiskanja, tudi njegov proizvod. (CZ, 1984:981) Tisk je najstarejša oblika množičnega komuniciranja in množičnega medija. Začel se je z Gutenbergovim izumom tiskarskega stroja in do nastopa elektronskih medijev ni imel konkurence. K tisku spadajo knjige, časopisi in revije, za množično komuniciranje pa so pomembni predvsem časopisi. (Erjavec, 1999) Je ena od osnovnih medijskih oblik⁴, ki ima štiri temeljne funkcije: informirati, prepričevati, zabavati in prenašati kulturo. Erjavčeva v knjigi Odraščanje z mediji zapiše, da so mnoge študije potrdile pomembnost tiska za vsa življenjska področja. (Erjavec, 1999:11)

2.1.1 LASTNOSTI TISKA

Za uporabnike ima tisk dobre in slabe lastnosti. Novic ne prinaša tako hitro kot televizija, radio ali medmrežje, lahko pa jim zato nameni več prostora, se spusti v podrobnejšo analizo, bralcu predstavi ozadje dogodkov in možne povezave z ostalimi dogodki. Članki v tisku so trajni, bralec se lahko kadarkoli ustavi in premisli napisano, znova prebere nerazumljive ali zapletene dele in časopis shrani. Prispevki v ostalih medijih so pogosto bolj privlačni in za njihovo sprejemanje uporabniku ni potrebno vlagati veliko truda, so pa zato hipni: ko so enkrat objavljeni, se jih ne da priklicati nazaj. Res pa je, da je posameznik tem sporočilom mnogo bolj izpostavljen (radio in televizija sta pogosto zvočna kulisa v prostoru in ju posameznik spremlja skoraj podzavestno), za branje časopisa pa si mora vzeti čas. To je hkrati tudi prednost, saj se lahko tudi ob 'nemogočih' urah odloči za branje. Velika prednost tiska je, da lahko bralec v njem poišče le tisto, kar ga zanima, izbere lahko določene novinarske zvrsti, avtorje ali vsebine. Pri tem so lahko ovira njegovo znanje jezika, skromen besedni zaklad ali nepriljubljenost naslovov in fotografij – vse to bralca odvrta od branja, ki lahko v skrajnem primeru časopis preprosto odloži.

Noelle-Neumanova opredeljuje časopis s štirimi značilnostmi: z javno objavo informacij, z objavo družbeno relevantnih informacij, z raznolikostjo informacij za široko paleto bralcev ter s periodičnostjo oz. kontinuiteto v izhajanju. (Noelle-Neuman v Erjavec, 1999:12)

⁴ Ostale so radio, televizija in medmrežje.

Po knjižničarskih kriterijih pa je periodika po funkciji informativna, izobraževalna, razvedrilna in zabavna, 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. Periodika je del medijske, informacijsko-komunikacijske realnosti, obenem pa vrata v kulturno in družbeno okolje, ki ga odraža. (Jamnik v Brglez, 1999:6,7)

2.2 RAZVOJ TISKA NA SLOVENSKEM

Vsak današnji časopis vsebuje sledi predhodnega razvoja časopisov. (Erjavec, 1995:9) Zato si, pred podrobno analizo otroškega tiska na hitro oglejmo razvoj tiska na Slovenskem, ki ga je v svojih knjigah *Tisk in politika v Jugoslaviji (1918-1941)* in *Slovenski Periodični tisk v NOB - letno in petletno poročilo* opisala Smilja Amon ter v knjigi *Odraščanje z mediji* povzela Karmen Erjavec (poglavje Značilnosti množičnih medijev – Pregled tiska na Slovenskem).

Sto enajst let po Gutenbergovem odkritju tiskarskega stroja se tudi na Slovenskem pojavi tiskana beseda. Leta 1551 izide Trubarjeva knjiga *Katekizem in abecednik*, šest let kasneje pa prvi periodični tisk *Ta slovenski kolendar*. Začetki slovenske koledarske oziroma pratikarske smeri torej segajo v obdobje reformacije.

Protireformacija je za 240 let zavrla rast slovenske periodike.

Po izhajanju nekaj časnikov v nemškem jeziku (*Wochentliche Ordinari-Laybacher Zeitung*, *Wochentliches Kundschaftsblatt des Herzogtum*, *Leibacher Zeitung*, *Illyrisches Blatt*) se je šele v razsvetljenstvu pojavil prvi slovenski časopis *Lublanske novice* (1707-1800). Njihov urednik je bil prvi slovenski časnikar Valentin Vodnik. Leta 1800 neha izhajati in do 1843 nimamo slovenskega časopisa.

Med letoma 1819 in 1843 je začelo izhajati literarno glasilo *Kranjska čbelica*. Bilo je eno pomembnejših za razvoj slovenskega tiska in literature. Izhajalo je enkrat letno, soustvarjala pa sta ga tudi Matija Čop in France Prešeren.

Drugi slovenski časopis so *Kmetijske in rokodelske novice* (1843-1902), ki jih je urejal Janez Bleiweis. Nepretrgoma so izhajale 59 let in postale najpomembnejši časopis na Slovenskem. Sprva so bile strokovno usmerjene, a so si s poljudnimi članki pridobile zveste naročnike in širok krog bralcev.

Bachov absolutizem je po letu 1815 zatrl mnoge nove časopise. Po ukinitvi cenzure leta 1848 je kazalo, da bo slovenski tisk spet zaživel in se razširil. Vseeno sta se naslednja pomembna časopisa pojavila šele v drugi polovici 19. stol. To sta bila *Slovenski narod* (1868-1943), časopis liberalnega tabora, in *Slovenec* (1873-1945), časopis katoliške politične stranke. V obdobju do druge svetovne vojne so v liberalnem in klerikalnem taboru ustanavljali različne tematske časopise (*Slovenski tednik*, *Domačin*, *Rodoljub* ter *Domoljub*, *Bogoljub*, *Dom in svet* idr.).

Socialna demokracija je po težavah s cenzuro in pomanjkanjem kapitala leta 1893 začela izdajati časopis *Rdeči prapor*. Izhajal je do leta 1911. Pri časopisu je sodeloval tudi Ivan Cankar.

Med letoma 1918 in 1941 je bil slovenski tisk večino časa razdeljen na dve struji: klerikalno in liberalno. Nekaj let je v ilegali deloval tudi komunistični tisk. Po letu 1929 so spet uvedli cenzuro, ki je prepovedala ali nadzirala večino slovenskega tiska. Založniki so v tem času ugotovili, da se dobro prodajajo senzacionalistične zgodbe, ki niso 'nevarne' in zato niso cenzurirane. Časopise so začeli tiskati v večjih nakladah, dobički so se večali in odpirati so se začele nove tiskarne in založniške hiše. Vse to je pospeševalo tehnološki napredek, novinarsko delo je lahko postalo profesija, razkol med starimi (*Slovenski narod*) in mladimi (*Jutro*; 1920-1945) liberalci pa se je še povečal. Klerikalci so skušali utrditi svoj tradicionalni tisk s časopisi *Domoljub*, *Bogoljub* ter *Dom in svet*. Obstajali pa so tudi dokaj močni socialistično usmerjeni listi *Naprej* (1917-1929), *Ljudski glas* (1918-1919) in *Enakost* (1920-23).

Druga svetovna vojna je razvoj tiska na Slovenskem prekinila. V Ljubljani so pod italijanskim okupatorjem glasila v slovenskem jeziku še smela izhajati (*Slovenec*, *Slovenski dom*, *Jutro* in *Slovenski narod*), sčasoma pa so tudi te začeli nadzirati. Slovensko domobranstvo je začelo izdajati glasilo *Slovensko domobranstvo* (1944-1945).

Osrednji partizanski časopis je bil *Slovenski poročevalec* (1938, 1941-59). Urednik je bil Tone Tomšič, sodelavci pa Edvard Kardelj, Boris Kidrič in drugi.

V obdobju med obema svetovnjima vojnama je jugoslovanski državni institucionalizem korenito posegel v delovanje komunikacijskega sistema: *Obznana*, *Zakon o zaščiti države*, *Zakon o tisku*, obe ustavi itd., in si podredil ne le politični tisk, marveč tudi večino tako imenovanih neodvisnih informativnih dnevnikov. (Amon, 1985:3)

Po drugi svetovni vojni je osrednji slovenski dnevnik postal *Slovenski poročevalec*, glasilo OF. Izhajal je do združitve z *Ljudsko pravico* v *Delo*. Julija 1951 je bil v Ljubljani ustanovljen *Ljubljanski dnevnik*, kasneje preimenovan v *Dnevnik*. V Mariboru je od maja 1945 izhajal dnevnik

Novi čas, kasneje kot tednik in poltednik Vestnik (1945-52), ta pa se je preimenoval v Večer in leta 1952 postal dnevnik (Erjavec, 1999:18).

Zgodovinski razvoj tiska je omogočil mnogo pojavnih oblik: kakovostni dnevni tisk, škandalozni popularni dnevniki, kritični tedniki z družbeno relevantno vsebino in specializirane revije. (Erjavec, 1997:18)

2.3 DELITEV NA RESNI IN POPULARNI TISK

Tisk v Sloveniji je prav tako kot v svetu razdeljen na resni, kakovostni tisk in na rumeni, popularni oz. škandalozni tisk. Meja med njima sicer še ni jasno začrtana, bolj kot to pa je zaskrbljujoče dejstvo, da obema ljudje pripisujejo enako mero verodostojnosti.

Kakovostni tisk prinaša novice z neke zunanje točke, poročevalec se ne vpleta v zgodbo, novice so preverjene, sogovorniki verodostojni, novinarji navajajo vire, dejstva in podatke. Članki prinašajo novice o notranji in zunanji politiki, kulturi, umetnosti, perečih temah v gospodarstvu, borznih analizah in najodmevnejših popularnih dogodkih. Strani so sistematično urejene, na njih objavljajo stalni novinarji, dopisniki in zunanji sodelavci. Članki so poglobljeni, analitični, pogosto obsežni z malo slikovnega materiala. Besedila so ponazorjena z grafi ali tabelami. Imajo jasno zasnovano uredniško politiko, za katero trdno stojijo.

Popularni tisk temelji na preprosti formuli: ustvariti čim več dobička. To udejanja tako, da objavlja plehke, napihnjene zgodbe, ki temeljijo na predvidevanjih, ugibanjih, namigovanjih in govoricah. Pišejo o tistem, kar *naj bi* zanimalo širok krog bralcev. V takšnih časopisih ni poglobljenih tem, analiz in komentarjev, prisotne pa so tračarske rubrike, ki dvigujejo naklado. Bralce skuša pritegniti s šokantnimi in velikimi naslovi na naslovnica, s fotografijami umorov in krvi. Članke tudi sicer sestavljajo predvsem fotografije paparacov, ki so mnogokrat slabe kakovosti, in malo besedila. Glavna formula zaslužka je “za množico naj bo kriminal, seks, šport, osebnosti, zabava, fotografije.” (Williams v Erjavec, 1997:42) Uredniška politika je spremenljiva, pogosto je tak časopis obtožen posegov v zasebnost, razžalitev in obrekovanja.

2.4 SPECIALIZACIJA TISKA

Številni založniki ali časopisne hiše se odločajo za izdajanje specializiranih časopisov in revij. Tako dosežejo točno določen del javnosti, zadovoljujejo njihove potrebe, si ustvarjajo ugled in privabljajo točno določene oglaševalce. "Z leti časopis izoblikuje specifičen stil, svojo nezamenljivo noto poročanja in nagovarja svoj krog občinstva. Bralci so se navadili na 'svoj' časopis, mu zaupajo in si obenem želijo, da bi se njihov časopis izogibal informacijam in komentarjem, ki jim 'ne ležijo'." (Erjavec, 1999:20) Tisk za otroke vsekakor je specializirana oblika tiska.

2.4.1 TISK ZA OTROKE

Simona Kostrevec v svoji diplomski nalogi *Otroški tisk – analiza Vedeža, Vrtca, Cicibana in Mavrice* ugotavlja, da "v Sloveniji malo strokovnjakov za medije posebej preučuje otroški in mladinski tisk, večina pozornosti je obrnjena k elektronskim medijem." (Kostrevec, 1998:4) Zato za otroški tisk uporabi definicije književnosti oz. literature za otroke. O tem Kmecl v Mali literarni teoriji zapiše:

"Otroška ali mladinska književnost je /.../ predvsem književnost, ki je prilagojena sprejemnim zmogljivostim mladega ne-odraslega bralca. Ta niti iz izkušnje niti po znanju o svetu ne ve toliko, kolikor odrasli bralec, zato mu je vrsta odraslih besedil, v katerih pisatelj upošteva razmeroma visoko stopnjo bralčev življenjske izkušnosti in znanja, nedostopnih in zato nezanimivih. /.../ Pisatelj mora, kadar piše za otroškega bralca, ta igrivi svet nujno upoštevati: če želi, kajpada, da bodo njegovo pisanje mladi, otroški bralci tudi brali ali poslušali; za ta del pa je znano, da ni noben drug bralec manj prizanesljiv od otroškega – če ga reč ne zanima bo zehnil in se mirno požvižgal nanjo /.../." (Kmecl, 1976:312)

Karmen Erjavec v povzetku otroškega parlamenta leta 1998 zapiše:

"Ena od vsebinskih kategorij slovenskega tiska je tudi otroški (Ciciban) in mladinski (Pil-Pisani list) tisk. Otroški periodični tisk vsebuje informativno, razvedrilno in izobraževalno vsebino, namenjeno otrokom. Ker je njegovo ciljno občinstvo osnovnošolska mladina, mora biti prilagojen kognitivnim sposobnostim otroka na tej razvojni stopnji. Zato so besedila enostavna, zabavna, a tudi izobraževalna. V procesu socializacije ta tisk deluje socializacijsko. Otroški in mladinski tisk pogosto uporabljajo v osnovnih šolah kot dodatek k učnemu programu." (Erjavec, Volčič, 1999:21)

Različni avtorji⁵ pripisujejo otroškemu tisku različne vloge: informativno – otrok hitro izve čim več in se novim informacijam tudi prilagaja; vzgojno – otroci sprejmejo časopis za svojega, zato ima veliko prednost pred šolskimi učbeniki; in rekreativno – otrokom omogoča kulturno preživljanje prostega časa.

Tilka Jamnik, ki jo Alja Brglez v *Listju za smrklje in firbce* označi kot poznavalko mladinske periodike, meni, da je periodika pomembna že za otroke v predšolskem obdobju, ko se srečajo z branjem in pisanjem. Otroke informira, izobražuje, jim daje estetski užitek in jih spodbuja h komunikaciji. Periodika prinaša umetnostna in neumetnostna besedila, praktične napotke, uganke, premetanke in igre, vabi k sodelovanju in jih uči različnih dejavnosti – skratka, spodbuja otrokovo aktivnost na različnih področjih. (Jamnik v Brglez, 1999:7) Otroka postopoma iz sveta domišljije uvaja v svet resnosti, mu bogati besedni zaklad in je pomembna za otrokov osebni razvoj – otrok se identificira z različnimi junaki in jih poskuša posnemati.

2.4.2 ZGODOVINA TISKA ZA OTROKE NA SLOVENSKEM

Ta načela in preudarnost pisanja periodike, namenjene otrokom, pa niso prisotna že vseh sto šestinpetdeset let, odkar se je na Slovenskem pojavil prvi časopis za otroke in mladino. Običajno je bil v časopisih izpostavljen vsiljiv vzgojni vidik ali narodnozavedna poanta – vse skupaj pa je bilo zavito v zgodbe, pesmi ali druge izrazne oblike. Danes, ko številne raziskave na medijskem področju in razvoj pedagogike odkrivajo resnične potrebe otrok in vplive medijev, pa komercializacija (tudi slovenskega) trga otroške časopise spet postavlja pred preizkušnjo.

Zgodovinski pregled otroškega tiska povzemam po Tanji Pogačar: *Zgodovinski pogled*, Simoni Kostrevc: *Otroški tisk – analiza Vedeža, Vrta, Cicibana in Mavrice* ter iz pogovora s prof. Mileno Blažič s Pedagoške fakultete.

Prvi slovenski časopis za otroke in mlade je začel izhajati leta 1848 z zanimivim naslovom *Vedež – časopis za mladost nasploh pa tudi za odrašene proste ljudi*. Izhajal je enkrat tedensko in je bil zelo pomemben pripomoček v šolah, ki takrat še niso imele učbenikov. Na svojih straneh je prinašal raznoliko vsebino, zgodbe, povesti, zgodovinske članke, pesmi, uganke, basni, zanimivosti iz

⁵ Nedelko Trnavac, Marjanovič-Umeko, Tilka Jamnik, Karmen Erjavec idr.

živalskega sveta in narave, predstavljal je znamenitosti in zanimive kraje. Razlagal je tudi slovensko slovnico, učil bralce pisati pisma, vseboval življenjepise znanih Slovencev in Slovanov ter opisoval domače šege in navade. Danes mu lahko očitamo, da v svoji vsebini ni upošteval otrok in njihovega pogleda na svet, temveč je odseval absolutno samozavest pedagogov, ki so učili vsak po svoje. “Vedež se je predstavljal kot prvi slovenski mladinski časopis, ki naj bi z moralnimi nauki urednika Ivana Navratila odvrnil mladino od revolucije.” (Amon, 1985:77,78) Časopis se je obdržal dve leti, do 1850, ko so šole dobile učbenike in je časopis ostal brez naročnikov.

Drugi slovenski mladinski časopis *Vertec*⁶ – *časopis s podobami za slovensko mladost* (1871-1944/45) je začel izhajati kar enaindvajset let po Vedežu. Izhajal je mesečno in je želel pod vplivom Cerkve vzgajati in zabavati. Njegov urednik je bil učitelj in mladinski pisatelj Ivan Tomšič. Pri njem so sodelovali pomembni pisatelji in pesniki: Dragotin Kette, Janez Trdina, Josip Murn, Fran Levstik je v njem objavil svoje najlepše otroške pesmi, Oton Župančič pa pesmi in uganke. Vertec je dolgo nadomeščal učbenike za naravoslovne predmete oz. realije (kemija, fizika, zemljepis, zgodovina), ki še niso imeli šolskih učbenikov. Časopis je bil zelo pomemben za ohranjanje slovenskega jezika v času, ko so na Primorskem, Štajerskem in Koroškem uporabljali italijanščino in nemščino. Katehet Anton Kržič, ki je urejal Vertec od 1895 do 1918, je priključil Vertecu še prilogo *Angeljček*. *Angeljček – otrokom učitelj in prijatelj* se je že prvo leto preimenoval v *Angelječek – otrokom prijatelj, učitelj in voditelj*.

Leta 1900 je začel izhajati četrti mladinski časopis *Zvonček – list s podobami za slovensko mladino*, ki je imel nalogo zabavati in poučevati mladino, jo navduševati za lepe stvari in ji širiti obzorja. K sodelovanju je pritegnil znane mladinske pisateljke. Obračal se je na bralce v zamejstvu in vzbujal ljubezen do domovine. Njegov urednik Engelbert Gangl je bil prvi, ki je k sodelovanju povabil tudi otroke. Otroci so se hitro odzvali in pošiljali svoje spise, pesmi, risbe, pisali so o sebi in o svojih doživetjih. Na vso pošto je urednik oz. “Kotiček gospoda Dobropoljskega” tudi odgovarjal. Od takrat se podobne rubrike pojavljajo v skoraj vseh slovenskih mladinskih časopisih.

Od leta 1918 do leta 1920 je izhajal mladinski časopis *Mlada Jugoslavija – list za slovensko koroško mladino*, ki je želel vzgajati mlade v ljubezni do domovine. Izhajal je v Velikovcu.

⁶ Prvotno se časopis imenuje Vertec, kasneje ga preimenujejo v Vrtec.

V Trstu je po prvi svetovni vojni začel izhajati *Novi rod – list za mladino* (1921-1926), pri katerem so se zbrali takratni najboljši mladinski pesniki in pisatelji. Prizadevali so si ohranjati slovenski jezik. Toda ta časopis je bil z ukinitvijo vsega slovenskega tiska leta 1926 ukinjen.

Leta 1927 so začeli slovenski duhovniki v Gorici izdajati nabožni časopis *Jaslice – verski listič za otroke* (1927-1929).

Od leta 1929 do leta 1944 je bil osrednji mladinski list *Naš rod*, njegov urednik je bil Josip Ribičič. Že v prvem letu je imel 40.000 bralcev. V njem so med drugim sodelovali tudi Ivan Albreht, Tone Gaspari, Miran Jarc, Marija Kmet in Fran Milčinski.

V času med obema vojnama je izhajalo še nekaj mladinskih listov, ki so vsi skrbeli za ohranjanje slovenskega jezika in izobraževanje s spodbujanjem mladih k literarni in likovni ustvarjalnosti. K delu so vabili že uveljavljene avtorje in mladim predstavljali najboljša dela iz domače in svetovne književnosti in poezije. Njihove strani so prinašale tudi zabavo in razvedrilo. To so bili časopisi, ustanovljeni na pobudo učiteljstva, raznih organizacij in Cerkve: *Mladi korotan* v Celovcu (1938-1941), *Sokolič – list za jugoslovanski sokolski naraščaj* (1919-1940/41), *Orlič* (1921-1929), časopis *Slovenska krajina – list za vzgojo in izobraževanje* (1926-1927), *Zamorski otrok*, kasneje *Zamorček* (1913-1944), *Lučko z neba - verski list za mladino* (1931-1935), *Luč*, kasneje *Lučka – verski list za mladino* (1935-41) in *Mladi rod* (1943-1944) na Primorskem, ki mu je urednikoval France Bevk.

Leta 1937 je začela izhajati revija *Sonček – revija za gluhonemo mladino*. Izhajala je tri leta.

Slovenski pionir (1943-1945) je v šolah med vojno služil kot učni pripomoček. Izdajala ga je Zveza slovenske mladine. Leta 1945 je bila ustanovljena založba Mladinska knjiga, ki je list preimenovala v *Pionir*. Sprva je bil organizacijsko-političen mladinski list, po letu 1948, ko so v njem objavljali že uveljavljeni avtorji in mladi ustvarjalci, na začetku svoje poti: Ela Peroci, Tone Pavček, Mira Mihelič in drugi, pa je postal bolj literaren. Z letom 1960 se je Pionir preoblikoval v poljudnoznanstveno revijo za mlade. Prinašal je številne razpise in spodbujal raziskovalno delo mladih. Leta 1990 se je preimenoval v revijo *Gea* in danes izhaja kot poljudnoznanstvena revija za vse generacije. Vključuje

pomembne strokovnjake z različnih področij. Revija je namenjena bralcem od dvanajstega leta starosti.

Leta 1945 je začela izhajati revija *Mladina*, glasilo Zveze slovenske mladine oz. ljudske mladine Slovenije, ki je predhodnica današnje *Mladine* – ta pa ni več namenjena izključno mladim.

Po drugi svetovni vojni je Mladinska knjiga v Ljubljani začela izdajati tudi novo revijo *Ciciban - list za najmlajše* (1945-). Gre za prvo otroško berilo, ki je bilo hkrati slikanica in je popeljalo otroke v svet pravljic, domišljije, igre, zabave in raziskovanja. Prvi urednik je postal Josip Ribičič, ki je za sodelavce zbral skoraj vse pomembne slovenske mladinske pisatelje in ilustratorje: Otona Župančiča, Franceta Bevka, Toneta Kralja, Marlenko Stupica. Že od vsega začetka so zgodbe krasile živo pisane ilustracije, prisotne so bile tudi križanke, uganke, poučni prispevki, navodila za izdelavo najrazličnejših stvari in slikopisi. Močan pečat je Cicibanu vtisnil urednik Božo Kos (1976/77-1993/94), ki je dal prostor stranem z izobraževalnimi prispevki, ki so spodbujali otrokovo domišljijo in ustvarjalnost. Še danes je zelo brana njegova akcija Cici Vesela šola. Predzadnja urednica Nataša Bucik je uvedla prilogo za starše in ustvarila Cicibanovega mlajšega bratca, revijo *Cicido* (1998/99-), ki je namenjena predšolskim otrokom. Danes je njuna urednica Slavica Remškar.

Od leta 1945 v Gorici izhaja naslednik revije Jaslice, nabožni časopis za otroke *Pastirček* (1945-). Urejajo ga slovenski kateheti in je v preteklosti izvajal pomembno kulturno, versko in vzgojno poslanstvo med otroki na Goriškem in Tržaškem. Bralcem še danes prinaša literarne, vzgojne in nabožne vsebine.

Leta 1948 je začel izhajati prvi tedenski časopis za mlade *Pionirski list – Glasilo Zveze pionirjev Jugoslavije*. Leta 1951 ga je začela izdajati Mladinska knjiga. Leta 1985/86 se je preimenoval v *PIL – Pionirski list*, leta 1989/90 samo v *PIL*, še istega leta pa v *PIL - Pisani list*. Namenjen je mladim od desetega leta in je informacijski list, ki piše o aktualnih in zanimivih dogodkih za mlade. Aktivno vključuje mlade same in s projektom Vesela šola spodbuja mlade k raziskovanju in preverjanju znanja.

Leta 1961 je začel izhajati *Kurirček – revija za otroke*, ki je poudarjal vrednote revolucionarne preteklosti. Njegovi uredniki so bili Leopold Suhadolčan, Marjan Manček, Janez Kajzer, Boris A. Novak in drugi. Od leta 1991 namesto njega izhaja revija *Kekec – literarna revija za bralce srednje stopnje osnovne šole*, ki objavlja dela domače in tuje književnosti. Velik pomen daje mladim dopisnikom in likovnikom.

Leta 1952 je v Celovcu na avstrijskem Koroškem začel izhajati list za slovensko mladino *Mladi rod* (1952-). Namenjen je utrjevanju slovenskega jezika in ga uredništvo priporoča kot učni pripomoček v dvojezičnih šolah. K sodelovanju so vabljeni tudi otroci.

Podobno se je zgodilo tudi na Tržaškem in Goriškem, kjer je na pobudo slovenske učiteljice in pisateljice Mare Samsa leta 1954 začela izhajati revija *Galeb* (1954-). Z natečajmi privablja k sodelovanju mlade in služi kot dopolnilo pri učenju, za pouk in tudi za zabavo slovenskih šolarjev v zamejstvu. Obe reviji še vedno izhajata in imata vzpostavljeno izmenjavo s Cicibanom.

Od leta 1965 izhaja revija *Ognjišče* (1965-). Leta 1972 je založba Družina izdala prvo številko revije *Mavrica – (in)formativna versko-vzgojna revija za predšolske ter osnovnošolske otroke oziroma mlade in tudi za njihove starše* (1972-). Njen prvi urednik je bil Jože Bertonec. Mavrica izhaja še danes, njena urednica pa je Mira Dobravec.

Po osamosvojitvi Slovenije leta 1991 je na slovenskem tržišču nastala tržna niša, ki so jo založniki hitro izrabili. “Na slovenskem trgu se je po letu 1991 pojavilo izredno veliko število naslovov domače mladinske periodike različne kakovostne ravni in vrednosti. Nekatero novonastalo otroško-mladinske revije so /.../ že nehale izhajati, mnogim pa se je uspelo obdržati in si zagotoviti svoje bralce.” (Brglez, 1999:6) Poleg časopisov s tradicijo se pojavijo tudi prevedene tuje licenčne revije, katerih namen je zaslužek in iskanje novih kupcev. Tako smo imeli od leta 1991 do danes kar preko šestdeset revij, ki so (bile) namenjene mladim bralcem do 14. leta. Danes jih obstaja več kot petdeset.

Tabela 2.1: Revije od leta 1991 do leta 2004

1	Alan Ford	23	Kapetan Miki	45	Pil plus
2	Antena	24	Kekec	46	Pingu
3	Barbie	25	Komandant Mark	47	Pinko
4	Bim bam	26	Kratkočasnik	48	Pinkove križanke
5	Ciciban	27	Križanke za mlade	49	Pokemon
6	Cicido	28	Kviz	50	Polžek
7	Cool	29	Levji kralj	51	Presek
8	Čebljanča	30	Matematične križanke	52	Princeska
9	Čuk	31	Mavrica	53	Proteus
10	Čukčev zabavnik	32	Medvedek Pu	54	Razvedrilo za mlade
11	Čuhec	33	Miki Miška in prijatelji	55	Skavt
12	Digimon	34	Mikijev zabavnik	56	Smrklja
13	Dinozavri	35	Ministrant	57	Sončna pesem
14	Disneyev poster magazin	36	Mladi rod	58	Tabor
15	Disneyev strip magazin	37	Mrgolazen	59	Tim
16	Duhec	38	N. Geographic Junior	60	Tom & Jerry
17	Dumbo	39	Ognjišče	61	Trobentica
18	Firbec	40	Pastirček	62	Veliki Blek
19	Frka	41	Petka	63	Zajček Dolgouhec in prijatelji
20	Galeb	42	Pikapolonica	64	Zmajček
21	Gea	43	Pikapolonica igre	65	Življenje in tehnika
22	Hapko Happy	44	Pil		

2.4.3 UČINKI MEDIJEV

Takšna množica medijev, ki so jim otroci izpostavljeni (čeprav zraven sploh niso šteti televizija, radio in medmrežje), je zaskrbljujoča. Ker danes že nekaj vemo o tem, kakšni so vplivi medijev, je medijsko opismenjevanje pomembno že pri otrocih v nižjih razredih osnovne šole. Z njim bi se lahko naučili, kako mediji ustvarjajo nekritične potrošnike in kako je tudi medije treba premišljeno izbirati. Iz zgodovine raziskav učinkov medijev pa vemo, da vplivi niso trenutni in jih ne moremo posploševati.

2.4.3.1 ZGODOVINA RAZISKAV UČINKOV MNOŽIČNIH MEDIJEV

Mediji soustvarjajo stališča, vrednote in prepričanja. Vplivajo lahko tudi na naše navade. Te McQuail označi kot trenutni oz. vsakodnevni učinek medijev. Gre za toplo oblačenje, kadar mediji napovejo ohladitve, obisk kina, kadar je film označen z vsemi zvezdicami ali nakup izdelka iz oglasa. Vseeno

pa je težko dokazati, da gre pri storjenem dejanju za učinek medijev. Znanstveniki so v preteklosti različno pojmovali njihove učinke.

V letih med 1900 in 1930 je med znanstveniki obstajalo prepričanje, da so mediji vsemogočni. Njihova sporočila naj bi ljudje nepremišljeno sprejemali, kakor da bi jih jim z injekcijo vbrizgavali pod kožo. Občinstvo, ki je povsem pasivno in enako dojemljivo, naj bi se takoj odzvalo na medijska sporočila.

V naslednjih tridesetih letih prepričanje o moči medijev počasi izginja. Pojavlja se vprašanje, zakaj ljudje uporabljajo medije, kako posamezen človek izbira medijska sporočila. Na občinstvo gledajo kot skupek aktivnih posameznikov, ki medije spremljajo zato, da zadovoljijo različne potrebe: nekdo išče informacije, drugi zabavo, tretji znanje. Vsebina medijskih prispevkov se raziskovalcem ne zdi pomembna. Edini, ki šteje, je avtonomen posameznik.

Tretji pristop pa je nekakšna mešanica obeh prejšnjih. Niti posameznik niti medij nimata odločilnega vpliva. V raziskovanje namreč vnesejo nove spremenljivke: družino, vrstnike, šolo, posameznikove izkušnje, čustva – z eno besedo, učinki medijev so močno odvisni od posameznikove socializacije in okolja. (McQuail, 1987)

2.5 ZNAČILNOSTI OTROK

Če se torej vplivov medijev ne da posplošiti, si pogledjmo splošne značilnosti otrok do desetega leta starosti. Gre za dokaj homogeno skupino, čeprav znotraj nje obstaja več podskupin.

Na otrokovo obnašanje, odzivanje in doživljanje sveta vpliva način socializacije v ožjem družinskem krogu, med prijatelji, vrstniki in znanci. Oziroma kot pravi Erjavčeva: "Pri procesu sprejemanja se medijska sporočila srečajo z mišljenjsko in čustveno sestavo otrok in njihovim socialnim izkustvom. To, kar otrok nosi v sebi, in medijski apel skupaj oblikujeta dejanski vpliv medijev. To pomeni, da ni neposreden in ne vpliva uniformno na vse množično občinstvo, temveč je omejen z osebnostnimi, socialnimi in kontekstualnimi dejavniki." (Erjavec in Volčič, 1999:29)

2.5.1 SOCIALIZACIJA

Socializacija je proces, v katerem se posamezniki naučijo kulture svoje družbe. Najpomembnejša je primarna socializacija, ki poteka v zgodnjem otroštvu, navadno v okviru družine. Otrok posnema svoje starše in se uči, ko njegovo dejanje sproži (ne)odobravanje. Nauči se jezika in temeljnih

vedenjskih vzorcev svoje družbe. Kasneje spoznava norme in prevladujoče vrednote. (Haralambos, Holborn, 1999:12,13)

2.5.2 PSIHOFIZIČNE LASTNOSTI OTROKA DO DESETEGA LETA STAROSTI

Kako ranljiv in dovzeten je otrok v otroštvu, nam pokaže analiza njegovih psihičnih in fizičnih lastnosti v tem obdobju. Ker se otrok hitro uči, je vsako leto razumnejši, kar je odločujoče pri njegovem razvoju in razumevanju sveta.

Pri devetih mesecih so otroku vseč stvari, ki se ponavljajo in jih že pozna. Tako lahko dalj časa pospravlja stvari v škatlo in jih jemlje iz nje. Starši v tem obdobju lahko z otrokom že pregledujejo slikanice z velikimi, živobarvnimi slikami. Otrok prepozna podobe in jih v slikanici tudi pokaže. Njegova pozornost ni dolgotrajna, se pa že trudi izgovarjati besede. Zna spregovoriti dve ali tri smiselne besede, še preden jih izreče, pa zna pokazati prave predmete namesto besed. Stoppardova v knjigi Kaj zmore vaš otrok priporoča vsakodnevno redno branje v mirnejših trenutkih – npr. pred spanjem. Otrok v tem obdobju poskuša kobacati, se plaziti in vstaja, če mu starši pomagajo.

Okrog prvega leta starosti otroka knjiga močno zanima. Rad vidi, da mu starši kažejo slike predmetov. Najraje ima zgodbe o živalskih mladičih in njihovih mamah. Ob tem se tudi nauči, kako se živali oglašajo. Tudi gibalno se zelo hitro razvija. Če ga kdo drži za roko, že dela korake, sicer pa kobaca po vseh štirih. Njegov govor postaja čedalje bolj zapleten, obvlada približno trideset besed. Govor uporablja v različnih situacijah – da kaj dobi, o čem pripoveduje, vzpostavi odnos z drugimi. Besede so lahko še nerazločne.

Pri dveh letih že pozna imena predmetov in jih poimenuje. Besedni zaklad se mu tudi s pomočjo pripovedovanja zgodb in opisovanja predmetov v slikanicah hitro širi. Ob tem neprestano govori in sprašuje. Obvlada že bolj natančne gibe, tako da zna sam listati knjigo, včasih še po dva ali tri liste hkrati. Zna si obuti čevlje in odpeti zadrgo. Dve leti star otrok že stoji, samostojno hodi, lahko kleči in se skloni, ne da bi pri tem padel. Zna tudi teči, a se ne zna hitro ustaviti in obrniti. Razvije različne obrede, ki so povezani z govorom, na primer, da kar naprej posluša isto zgodbo. Rad ima zapletene zgodbe in rad posluša pogovore odraslih. Začenja razumeti čas – v govoru uporablja preteklik, sedanjik in prihodnjik.

Pri treh letih ima otrok dober spomin. Zgodbe, ki mu jih starši berejo, pozna na pamet. Takoj nasprotuje, če pri branju izpustijo kakšno stran in starše pri branju popravlja. Nariše že prepoznavno

sliko in pravilno drži svinčnik. Zna že od dvesto do tristo besed. Lahko ima dolge samogovore. Govori tekoče in zanesljivo. Zanima se za nove besede, uporablja nove oblike (pogojnik, ukazi, možnost, verjetnost), sleng ter tvori nove, nesmiselne in izmišljene besede. Pravljičnice omogočajo, da se otrok sooča s svojim notranjim svetom, ne da bi ga to prizadelo. Omogočajo pa tudi, da izpopolni pojme resničnega in neresničnega, preteklosti, sedanjosti, pravičnosti, krivičnosti, dobrega in zla, prijaznosti in grobosti.

Okrog četrtega in petega leta starosti otrok neprestano sprašuje 'kaj, kje kako, zakaj'. V tem času hlepi po čim več različnih knjigah in zgodbah. Postane zelo aktiven, divja naokrog, poskakuje in pleza. Najraje se igra na prostem. Razume pogovor odraslih, daljše in zapletene stavke. Razvija logično mišljenje in se igra igre z meti kock, igre spomina in zlaganja drobnih delčkov v celoto. (Stoppard, 1992)

Obdobje med šestim in enajstim letom starosti imenujemo pozno otroštvo. Otrok se v celoti spremeni, prav tako tudi njegovo mišljenje. Nastopijo telesne spremembe, začne se intelektualni razvoj. Pravljično začne ločevati od realnega in se ne more več tako intenzivno vživljati v pravljичne vloge. Še dolgo pa se ne poslovijo od otroške igre in pravljičnic. S sposobnostjo dojetja realnosti ga začne zanimati zunanji svet – otrok neha biti središče sveta. Otrok v tem obdobju lažje sledi navodilom, postane bolj vodljiv in ga pri koncentraciji ne motijo vsakdanji šumi. Podaljša se usmerjena pozornost, ker otrok začne obvladovati svoje impulzivno vedenje. Otrok je sposoben z besedami izražati svoja čustva in vtise. Govor postaja odvisen od razmišljanja in zato podoben odraslim. Besedni zaklad je že kar obsežen, predvsem pa si otrok zapomni besede. Ta sposobnost je potrebna za osvajanje branja v najširšem smislu. Otrokovske reakcije na stvari in dogodke so hitrejše, čas prepoznavanja se skrajšuje.

Obdobje poznega otroštva je v znamenju razumskega osvajanja sveta – čustva so v ozadju. Vseeno otrok pokaže, kadar je srečen ali hudo prizadet. Neredko se pojavljajo strahovi, ki jih delno lahko pripišemo prehodu iz pravljичnega ali magičnega obdobja. Delno pa lahko stiske in strahovi izvirajo iz neuspešnosti v šoli in lahko povzročajo hude depresije predvsem v prvem in drugem razredu, ko je otrok praktično skoraj brez vsake obrambe proti šolskemu stresu. (Strojin, 1991:15-17)

Splošna značilnost otrok v tem obdobju je, da so še silno zaupljivi, da verjamejo stvarim, ki jim jih razloži njihov vzornik ali oseba z avtoriteto, ne sprašujejo se o verodostojnosti in hitro menjajo svoja

mnenja. In prav v tem obdobju je treba odkrivati otrokove sposobnosti, talente in nagnjenja, njegovo energijo pa preusmeriti v ustvarjalne procese in raziskovanje sveta.

2.5.3 BRANJE

Primarna socializacija otroka je do petega leta že zaključena. Začne se sekundarna socializacija, v kateri je glavni socializacijski dejavnik šola, eden pomembnih pa so tudi mediji. "Mediji vplivajo dolgoročno v smislu medijske nakopičene usmerjenosti do družbene realnosti. Dolgoročno nas učijo, kdo je v družbi vreden več in kdo manj, kakšen je splošno sprejet vzorec obnašanja do drugačnih ljudi, kako naj se obnašamo kot moški in ženske itd." (Erjavec, 1997:28) Prav iz medijev in otroške literature se otrok uči branja in pridobiva informacije.

"Učenje branja, žal, ni lahka naloga. Ni podobno učenju hoje, saj poseben nagib do branja ni zapisan v naših genih. Če naš otrok nima smisla za določen šport ali glasbo, vemo, da mu življenje ponuja številne drugačne načine za sprostitev energije in ustvarjalnost. Če pa se ne nauči brati, stopa v moderno življenje kakor pohabljenec." (Kropp, 2000:2,3) Priznani ameriški romanopisec John Steinbeck je učenje branja opredelil kot "največji samostojni napor, ki ga prestane človeški razum, in to v otroštvu".

Branje hkrati z učenjem in spoznavanjem novega razvija tudi otroško domišljijo in ustvarjalnost.

"Učenje branja je obsežno in zahtevno, zato ni nikakršno presenečenje, da otrok, če naj postane bralec za vse življenje, potrebuje našo (*o.p.: staršev*) pomoč. Med četrtem in devetim letom mora osvojiti bralno tehniko: spoznati črke, naučiti se povezovati črke oziroma glasove v besede, povezovati v svojih možganih besede v podobe, ki mu nekaj pomenijo – v povedi. A to je šele začetek. Med devetim in petnajstim letom mora podvojiti hitrost branja, razširiti prepoznavanje besedišča, se naučiti preleteti dele tipkanega besedila in počasneje brati tiste, ki se jih mora naučiti, medtem pa se miselno odzivati na besedilo in ceniti umetniški čut pisca." (Kropp, 2000:1)

Stoppardova v knjigi *Kaj zmore vaš otrok – odkrivanje in razvijanje otrokovih naravnih potencialov* zapiše, da bi se pri odločitvi za eno stvar, ki bi najbolj bogatila otrokovo okolje in mu pomagala pri razvoju, staršem svetovala branje. Besede in jezik namreč odločilno vplivajo na delovanje človeških možganov, zato je tako pomembno brati in dajati otroku zgled ter se o prebranem pogovarjati. (Stoppard, 1992:135)

Otroku knjige in revije burijo domišljijo. Sam si izmišlja zgodbe, nadaljuje nedokončane pripovedi, se igra pravljичne junake in si v dnevni sobi postavlja kulise za igro. Skozi knjige se nauči izražati svoje občutke, knjige mu opisujejo odnose in povezave ter ga zabavajo. Tak otrok kasneje tudi sam rad posega po knjigah in tiskanih medijih, ki mu širijo znanje in spodbujajo njegovo domišljijo. Kaj pa se zgodi z otrokovim navdušenjem nad branjem in njegovo ustvarjalnostjo ob vstopu v šolo?

2.5.4 VSTOP OTROKA V ŠOLO

Z vstopom otroka v šolo – v precej zastarel šolski sistem, ki je centrično usmerjen – se konča brezskrbno otroštvo in mnogo otrok živi pod stalno napetostjo, nekateri celo v strahu. Šolski sistem od otroka pričakuje le točno določene spretnosti in znanje. Seveda je nujno spoznati črke, številke, se naučiti računati in samostojno brati. Vendar se marsikateri otrok ustraši glasnega branja pred celim razredom ali pogreša pogovor o prebranem. V šoli je branje samo sebi namen.

“Naša šola pričakuje od otroka visoko sposobnost prilagajanja. Dolžina sedenja na miru, dolžina ostajanja v šoli, zgodnje ure vstajanja zahtevajo nadpovprečno telesno krepkost in socialno prilagodljivost. O naši šoli lahko mirno rečemo, da je 'programsko centrična'⁷, kar pomeni tudi, da se mora otrok nečesa naučiti, nekaj osvojiti, četudi za to ni zrel, in to natanko v predpisanem obdobju.”
(Strojin, 1991:18)

Ne smemo pa pozabiti, da se otrok prav v šoli, v šolski knjižnici sreča z mnogimi otroškimi revijami. S pravo izbiro lahko sprostí nekaj svoje ustvarjalnosti. “Bralčeva izbira otroško-mladinske periodike je nujno omejena s ponudbo – najprej na domačem trgu, potem pa v šoli, knjižnici, trgovini, knjigarni in navsezadnje – doma. Knjižnica pač ponuja in hrani tiste publikacije, za katere meni, da najbolj ustrezajo željam in interesom bralcev, hkrati pa je pri tem, tako kot sami bralci, odvisna od finančnih (ne)zmožnosti.” (Brglez, 1999:7)

Obstaja torej velika verjetnost, da se, poleg Cicibana, ki ga imajo skoraj vse otroške knjižnice, na policah knjižnic znajdejo cenejše in manj kakovostne revije, ki otroku ne ponujajo izziva, ampak le trenutno zadovoljstvo.

⁷ Nasprotje centrične šole, ki zahteva predpisano znanje v določenem času, je pedocentrična šola, ki podreja programe otrokovemu razvoju - tisti, ki je prej zrel, jih bo osvojil prej, tisti, ki bo zrel kasneje, jih bo osvojil kasneje. Takšni so sodobni šolski sistemi.

2.5.4.1 OTROK IN USTVARJALNOST

Samo branje pa, čeprav je koristno, potrebno in poučno, ni ustvarjalno. Ustvarjalnost le spodbuja. Otrok, ki že v šoli del dneva presedi za knjigami in zvezki, verjetno ne kaže pretirane naklonjenosti branju tudi popoldne doma. Veliko lažje se je preprosto usesti pred televizor in si ogledati neko oddajo. Otroci že v prvi triadi devetletke ponotranjijo občasno gledanje televizije in to spremenijo v navado. Namesto ustvarjalnega dela svojo odvečno energijo porabijo pri igranju računalniških iger, ki jim predstavljajo sprostitev. Izberejo si svoje najljubše junake, risanke, oddaje in nadaljevanke, ki jim jih niti ni treba posnemati, ker so praktično ves čas na voljo. Branje in s tem ustvarjalno razmišljanje in delovanje pa je zato, ker je težje, potisnjeno v ozadje.

Sama beseda *ustvarjalnost* oz. s tujko *kreativnost* pomeni narediti nekaj novega, izraziti oz. realizirati svojo izvirno zamisel. Ustvariti je sestavljena beseda iz *u-svar-iti*, torej narediti neko stvar.

“Ustvarjalnost je splošna človekova lastnost, ki je med ljudmi normalno porazdeljena. To pomeni, da je največ ljudi povprečno ustvarjalnih, manj pa je takih, ki so sposobni vrhunske ustvarjalnosti ali sploh niso ustvarjalni. Ustvarjalne ljudi lahko spoznamo vsaj na tri načine: preko ustvarjalnih produktov, ustvarjalnega procesa in osebnostnih lastnosti.” (Žagar, 1992:8)

Ta definicija ustvarjalnosti je napisana za svet umetniškega, kreativnega ustvarjanja in izumljanja novega. Ustvarjalnost omejuje le na odrasle osebe, ne upošteva pa ustvarjalnosti otrok. “Otroci namreč niso sposobni napraviti nekaj takšnega, kar bi imelo širšo uporabno vrednost.” (Žagar, 1992:8) Otroci s svojimi zmožnostmi ustvarjajo – zase – vedno nekaj novega. Spoznavajo materiale in preverjajo meje svojih sposobnosti.

Trstenjak v svoji knjigi *Psihologija ustvarjalnosti* ugotavlja, da je ustvarjalnost odvisna od štirih dejavnikov: osebnosti, procesa ustvarjanja, produkta ustvarjenega in okolja. Številnim raziskovalcem očita, da so prav okolje ustvarjanja obravnavali preveč blede, osamljeno, skoraj laboratorijsko. Za posameznika je namreč zelo pomembno tudi, v kakšnem okolju živi in deluje. (Trstenjak, 1981:11,12) Še tako nadarjen posameznik v neugodnem okolju ne bo kazal, kaj šele razvijal svoje ustvarjalnosti.

2.5.4.2 ŠOLA IN USTVARJALNOST

Žagar navaja raziskavo Torrancea, ki je več let spremljal razvoj ustvarjalnosti pri otrocih. Ugotovil je, da so kritična obdobja v razvoju otrokove ustvarjalnosti in originalnosti povezana s pomembnimi spremembami v otrokovem življenju. Najhujši padci ustvarjalnosti so pri petih letih, ko začne otrok obiskovati malo šolo, pri devetih letih, ko pride do prehoda z razredne na predmetno stopnjo⁸, ter pri trinajstih letih, ko otrok prestopi iz osnovne v srednjo šolo. Vse te spremembe pomenijo določen pritisk na otroka in zahtevajo ponovno prilagajanje, kar povzroči zastoje v razvoju ustvarjalnih sposobnosti. (Žagar, 1992:16,17)

Če so že sam vstop v šolo in prehodi med razredi tako stresni, da zavirajo ustvarjalnost, potem pa še sam šolski sistem ustvarjalnosti ne spodbuja⁹, prav velikih kreativnih dosežkov otrok ne moremo pričakovati. Zato še bolj poudarjam pomen tiska, ki bi – s pravo kakovostjo in motivacijo – to praznino omilil in ustvarjalnost spodbudil.

Za ustvarjalnost je značilna močno prisotna čustvena komponenta. Če šola, vzdušje v njej ali prevelika pričakovanja na otroka delujejo kot čustvena obremenitev, se to pokaže v zmanjšani ustvarjalnosti otroka. Ali, kot je zapisal Anton Trstenjak: “Če v človeku nastopa negativna motivacija za ustvarjalnost, tudi ustvarjalnosti ni.” (Trstenjak, 1981:137)

Pogosto se tudi zgodi, da so ustvarjalne osebe kaznovane, ker izstopajo s svojim obnašanjem in mnenji. “Oseba, ki je ustvarjalna, ima posebne lastnosti. To so inteligentnost, divergentno mišljenje, radovednost in nekonformizem. Nekonformistična oseba se mehanično ne podreja večinskemu mnenju, ne da bi ga prej kritično preverila. Takšna oseba odstopa od ustaljenih navad, stereotipov in šablon v mišljenju.” (Žagar, 1992:15)

Dodaten element, ki zavira otroško ustvarjalnost, opisuje Marja Stroj in v knjigi *Vsak otrok hodi v šolo*. Opozarja, da so otroci preobremenjeni in pogosto kronično utrujeni. Poleg mišične, umske, živčne, duševne in bolezenske utrujenosti navaja tudi čustveno. Neugodne razmere doma, v šoli ali

⁸ Torrance je raziskoval razvoj ustvarjalnosti v Ameriki, kjer je starost otrok pri prestopih v osnovi šoli nekoliko drugačna kot pri nas. Vseeno lahko rezultate prenesemo na naše otroke.

⁹ Ustvarjalne predmete (likovna vzgoja, glasba, tehnika, telesna vzgoja) so do sedaj ocenjevali z ocenami zelo uspešno, uspešno in manj uspešno. Med učenci in učitelji so zato ti predmeti veljali za manj pomembne, ne tako zahtevne in tudi manj resne. Tisti otroci, ki bi si želeli razvijati te spretnosti, so bili zaradi tega prikrajšani.

med vrstniki, strah, tesnoba, žalost povzročajo občutek utrujenosti. Rezultat tega pa je manjša storilnost otrok. Mnogi šolarji so v kroničnem stresu. To niso le otroci s slabim učnim uspehom, temveč tudi številni dobri učenci, katerih ambicije (ali ambicije in zahteve staršev) so tolikšne, da terjajo delo na zgornji meji zmogljivosti skozi vse šolsko leto ob spremljajočem strahu pred slabšim uspehom. Vsak otrok se na utrujenost odziva drugače. Pogost odziv pa je pasivnost. (Strojin, 1991:77-87)

Vse naštetu: pritisk, nesproščeno vzdušje, novo okolje, negativna čustva, omejena svoboda, izstopajoč otrok in preutrujenost so zaviralci kreativnosti. Ob tem poudarjam, da šola ne vpliva nujno negativno na otroke. Številni pedagogi¹⁰ s celostnim pristopom do otroka skušajo razvijati tudi otrokovo domišljijo in ustvarjalnost.

2.6 POTREBUJEJO OTROCI SVOJ ČASOPIS?

Otroci so po naravi ustvarjalni in že z minimalnimi pripomočki to tudi izražajo in se razvijajo. Za normalno delovanje v družbi pa morajo osvojiti tudi veščino branja. Prednost otroškega tiska ni samo v tem, da spodbuja ustvarjalnost, opravlja tudi pomembno socializacijsko in družbeno vlogo opismenjevanja.

Paul Kropp v knjigi *Vzgajanje bralca – naj vaš otrok postane bralec za vse življenje*, zapiše da je otrok brez osvojene veščine branja v današnji družbi kot invalid. (Kropp, 2000:6).

V anketi¹¹, ki so jo med letoma 1983 in 1985 izvedli v Kanadi, so ugotovili, da ena petina vprašanih (to je 9.000 srednješolcev) bere le eno uro na teden in ima zato nizko samospoštovanje, slabše odnose s starši, odklonilen odnos do šole in učne težave. (Kropp, 2000:11)

Seveda pa ni vseeno, kaj otrok bere. Ob tako velikem poslanstvu se porodi vprašanje kakovosti tiska za otroke.

¹⁰ Drago Žagar, Magda Glogolovec, Jana Artač, Tanja Bezič, Mirt Nagy, Sonja Purgaj, Marja Strojin, Anica Mikuš Kos, Milena Blažič in številni drugi.

¹¹ Anketo je na vzorcu 46.000 srednješolcev izvedel dr. Alan King s Queen's University v Kanadi. (Kropp, 2000:11)

2.6.1 KAKOVOST TISKA ZA OTROKE

Simona Kostrevec navaja besede Valterja Samside, ki je na okrogli mizi *Vez med poukom in prostim časom* dejal: "Če vzamemo kot izhodišče nedvoumne ugotovitve, da so sredstva javnega obveščanja eden bistvenih dejavnikov pri idejni usmeritvi bralcev, je jasno, da velja to toliko bolj za otroški ali mladinski tisk. Ni se jima namreč treba ravnati po okusu bralcev, ampak ta okus ustvarjata." (Kostrevec, 1998:12,13)

Odgovor je torej jasen. Slovenski medijski trg potrebuje kakovosten otroški časopis, ki bi obveščal, dajal možnost sodelovanja, objavljaj otroška dela, spodbujal ustvarjalnost, razpisoval natečaje, približeval delo novinarja, povezoval različne medije, učil, usmerjal, razlagal, zabaval, ohranjal tradicijo ter prinašal novosti. Skratka časopis, ki bi bil učni pripomoček in medij razvedrila.

2.7 UREDNIKOVANJE

Po vsem povedanem se sprašujem, kdo je zaposlen pri otroških revijah in kdo so njihovi uredniki. Vloga urednika pri vseh medijih, ne samo pri tisku, je namreč odločujoča. Za odgovor sem se napotila k dvema urednikoma, ki svojo službo opravljata že več kot pet let. To sta Slavica Remškar, urednica *Cicibana* in *Cicidoja*, ter Miha Kos, urednik revije *Petka*. Spregovorila sta o uredniškem delu, sodelavcih, vsebini svoje revije in njeni pomembnosti, o naslovnikih, odzivih otrok in njihovem vključevanju v revijo, o težavah urednikov in konkurenci ter o oglaševanju v otroških revijah.

2.7.1 DELO UREDNIKA

SLAVICA REMŠKAR: je glavna urednica *Cicibana*, ki skupaj z urednicama Ireno Matko Lukan in Alenko Veler oblikuje tudi *Cicido* in *Prilogo* za starše. Gre za literarni reviji, zato je ena najpomembnejših nalog urednic branje in spremljanje domače ter prevedene avtorske produkcije. Urednice morajo biti dobro seznanjene z literarno tradicijo. Sodelujejo s Pionirsko knjižnico, predvsem pa se opirajo na *Cicibanovo*, že skoraj šestdesetletno tradicijo.

Koncept revije *Ciciban* sestavljajo za tri leta naprej, vključno s sodelavci in temami priloge. Vsako posamezno številko urednice pripravljajo tri mesece vnaprej. To pomeni, da večina vsebine za vsak mesec že čaka v predalih, potrebno je narediti le še zadnji izbor in popravke.

MIHA KOS: leta 1993 skupaj s svojim očetom Božom Kosom ustanovil otroško enigmatično revijo Petka. Na začetku sta se spopadala z ustanovitvenimi težavami, prepoznavnostjo in iskanjem avtorjev. Ker je Božo Kos v javnosti že uveljavljeno ime, jima je šlo lažje. Miha Kos je pisal, Božo Kos pa ilustriral. Še danes se ukvarjata z vsebino, izgledom, prelomom revije, sestavljanjem križank, rebusov in nalog. Iščeta oglaševalce, septembra pošiljata ponudbe na šole, bereta pošto otrok in si sama postavljata roke izidov revije. Sta hkrati založnika, urednika, ilustratorja in avtorja.

2.7.2 SODELAVCI REVIJE

SLAVICA REMŠKAR: pri Cicibanu sodeluje okrog sto ljudi. To so avtorji besedil, ilustratorji, pesniki, pedagogi, likovniki, strokovnjaki z različnih področij in svetovalci. Dvanajst avtorjev z različnih področij (likovniki, glasbeniki, pedagogi ...) sestavlja časopisni svet, ki urednicam svetuje teme, avtorje, novince ... Avtorji vsebine so del uredništva. S Cicibanom še vedno sodelujejo starejši avtorji, veliko pa je tudi zanimanje mladih, še neuveljavljenih umetnikov, ki jih uvajajo v ta poklic. Novince najprej preizkusijo, se pogovorijo s strokovnjaki in se šele nato odločijo.

Sodelavci Cicibana naj ne bi sodelovali z drugimi revijami, ker želi revija ostati drugačna. Avtorji na to pristajajo.

MIHA KOS: revijo urejata in pišeta dva človeka. Sestanki in usklajevanje potekajo skoraj vsak dan in to kar pri družinskem kosilu. Razdelita si teme in po izidu številke, začneta pripravljati naslednjo. Miha in Božo nista samo urednika, sta tudi naravoslovca – oboje se v reviji prepleta, kar revijo po mnenju Kosa bogati. "Več različnih znanj združenih skupaj obrodi boljši rezultat," je prepričan Miha Kos.

Zunanjih sodelavcev Petke ni veliko – od pet do sedem. Večina avtorjev jima pošlje svoje prispevke za celo leto vnaprej, nekateri (Adi Smolar) pa se oglasijo vsak mesec. Delo urednika se ne konča z zbiranjem prispevkov: strani Miha Kos sam ureja, postavlja, prelamlja in opremlja. Revija nima točno določenega datuma izhajanja. Ko je narejena, jo razpošljejo naročnikom.

2.7.3 MNENJE O REVIJI IN VSEBINI

SLAVICA REMŠKAR: revija Ciciban je zasnovana kot leposlovna in poučna revija. Razdeljena je na dva dela. Prva polovica je leposlovna, v njej objavljajo domača avtorska besedila, prevode tujih

literarnih del in zaklade ljudskega izročila. Drugi del pa zapolnijo s prispevki različnih strok (naravoslovje, tehnika ...), ugankarstvom, različnimi razpisi in akcijami.

“Revija je skupek dosežkov z različnih področij, je galerija slogov in skupek različnih generacij. Gre za velike stvaritve, ki pa v slovenskem kulturnem prostoru ostajajo neopažene,” je prepričana Remškarjeva. Urednice sodelujejo z različnimi uradi, zavodi in službami (Urad za mladino, Inštitut za varovanje zdravja ...) in skušajo pomembne informacije čim bolj natančno prenesti otrokom in staršem.

Revije so študijsko podprte, prvi Remškarjeva, in razlaga, da je vsaka številka dobro premišljena. Ni jim vseeno, kakšna je revija, kakšen izgled ima in kakšne vplive ima na bralce. Vsebinsko želijo biti v skladu s šolo, z vrednotami kurikuluma. Po objavi so ves čas v stiku z naslovniki, da ugotovijo, ali so brani, ali jih bralci prav razumejo. “Če mi ne bomo izpolnjevali poslanstva Mladinske knjige, da ohranimo Cicibana kot literarno revijo, kjer lahko objavljamo tekočo mladinsko književnost, kjer se otrok seznanja s tradicijo – tudi z ilustracijo, se bo vse to izgubilo. Za zdaj naše poslanstvo dokaj trdno in uspešno opravljamo.”

Poseben poudarek dajejo urednice povezovanju s starši in informiranju preko Priloge za starše. Mnogo staršev se namreč zaveda, kako pomembno je npr. branje, ne vedo pa, kako bi se branja lotili. V nekaterih stvareh so malce nespretni, pojasnjuje Remškarjeva. V opombah na straneh Cicibana staršem zato dajejo nasvete, didaktične rešitve in jih vodijo do priloge, kjer so teme širše obdelane. Ciciban je namreč revija, ki jo njen bralec še ne more sam uporabljati. Ni še beroč niti pišoč. Zato se obračajo na starše in učitelje, da berejo skupaj z otrokom, da mu pripovedujejo in se o prebranem z njim pogovarjajo. Učinkovitost Cicibana, predvsem pa Cicidoja, je odvisna od posredovanja staršev.

MIHA KOS: vsebino revije sestavljajo literarne, eksperimentalne, naravoslovne in zlasti poučne vsebine – bralec zapisanega ne more zgolj prebrati, ampak mora tudi nekaj narediti, rešiti ali poiskati. Miha Kos pri oblikovanju revije izhaja iz prepričanja, da tisto, kar človek sam naredi, doživi ali poskusi, tudi zna. “Kdor na hitro pregleda Petko, bo rekel – spet križanke. Ampak tudi s križankami, če jih pravilno sestaviš, lahko bralca veliko naučiš.” Križanke v reviji res zavzemajo večino prostora, a po besedah Mihe Kosa to niso navadne križanke. Prav vse v Petki je vsaj malo obrnjeno na glavo. To pomeni, da morajo otroci pri reševanju razmišljati, si predstavljati drug zorni kot, odkrivati nove besede in se učiti pisanja. In prav pisanje je temeljni namen križank. “Mislim, da ni boljšega načina učenja črk in pisanja besed kot s križanko, s pomočjo kombiniranja črk,” pravi Miha Kos. Križanke s

kombinacijo abstraktnih črk, ki otroku ne pomenijo ničesar, ustvarjajo besede, ki dobijo pomen. Za lažje razumevanje pa Petka pojmov ne opisuje s še dodatnimi abstraktnimi razlagami, ampak otroku ponudi ilustracijo. Gre za slikovne križanke, pri katerih mora otrok poiskati pot od slike do ustreznega polja, včasih mora pisati od desne proti levi, od spodaj navzgor, izpuščati mora črke in podobno. Izhodišče avtorja je, da otrok križanko reši sam. Otroci namreč želijo dobiti potrditev, da nekaj znajo in to čim hitreje. Bistvo nalog torej ni v tem, da so težke in da otrok išče pomoč pri odraslih ali starejših. Kos pravi, da doseže svoj namen že, če se otrok s križanko nauči eno samo novo besedo, ki mu jo narekuje rešitev ostalih črk. Tako besedo si bo zapomnil, ker se bo sam dokopal do nje. Otroci radi iščejo zaklade in reševanje križank v Petki je prava pustolovščina. "Upam si trditi, da Petka vsekakor ni konvencionalna revija."

2.7.4 KOMU JE REVIIJA NAMENJENA

SLAVICA REMŠKAR: Ciciban je namenjen otrokom od šestega leta naprej, predvsem malim šolarjem in učencem prvih treh razredov devetletke (prvima dvema osemletke). Večina teh otrok še ne zna brati in pisati.

MIHA KOS: Otrokom od 7. do 11. leta. Otroci že sami pišejo in berejo.

2.7.5 ODZIVI IN SODELOVANJE OTROK

SLAVICA REMŠKAR: pri odzivih se zanašajo predvsem na podatek o naročnikih, na odzive učiteljev in staršev. Otroci so premladi, da bi pisali mnenja o kakovosti revije. "Edini način, da to izveš, je, da otroka držiš neposredno v naročju. To je mogoče opazovati le pri lastnih otrocih in otrocih znancev, ne more pa biti to splošni vzorec," pojasnjuje Slavica Remškar. Majhne otroke je tudi zelo težko anketirati. Glavno merilo, po katerem pri reviji sklepajo na odziv med otroki, je, da starši Ciciban še vedno množično naročajo in da se v vrtcih in šolah še vedno uporablja.

MIHA KOS: odzive dobijo s pismi, ki jih otroci pošiljajo skupaj z odgovori na nagradne igre. Te so namreč zastavljene tako, da mora bralec revijo večkrat v celoti prelistati (npr. iskanje snežink, ki so raztresene po vsej reviji). Ob odgovoru napišejo še, kaj jim je bilo v posamezni številki najbolj všeč in zraven narišejo risbico.

2.7.6 OTROŠKI IZDELKI

SLAVICA REMŠKAR: otroci rišejo in pišejo v rubriko Cici nabiralnik, kjer objavljajo otroške pesmi, risbe, zgodbe in uganke. Uredništvu to predstavlja eno od možnosti za pridobivanje povratnih informacij. "Nasploh se zdijo te strani odraslim zelo pomembne, otroci pa teh strani ne cenijo najbolj. Težko namreč objektivno ovrednotijo svojo risbo in predvsem starejši otroci, ki že bolj stereotipno rišejo, s svojimi izdelki niso zadovoljni. Gotovo pa vsakemu otroku, ki mu objavimo risbico, to veliko pomeni. Dve do tri strani Cicibana se nam zato zdi dovolj, glede na to, da otrok, katerih prispevki niso objavljeni, te strani ne zanimajo."

MIHA KOS: revija Petka ne objavlja otroških pisem in risbic. "Otroci ne gledajo radi otroških slik. Radi imajo izoblikovane podobe. Ena od možnosti vključevanja bralcev so res pisma otrok. Vendar to najraje berejo njihovi starši. Otrok pa to ne pritegne. Vsekakor je privlačno, če vidiš v reviji samega sebe. Vendar je težava urednika, da ne more objaviti vseh pisem in vseh naročnikov. Zato je najina uredniška odločitev, da jim ilustracije in besedila podajajo strokovnjaki, sami pa lahko vadijo doma."

2.7.7 TEŽAVE UREDNIKOV IN SPOPADANJE S KONKURENCO

SLAVICA REMŠKAR: v uredništvu Cicibana prejemajo vse glavne otroške revije: nanje so naročeni ali jih kupujejo. Zanima jih, kaj počnejo drugi, kaj jim uspeva, katere teme pokrivajo in koliko so kakovostni. Z dvema revijama v zamejstvu tudi sodelujejo: Galeb iz Trsta samo spremlja vsebino Cicibana, Mladi rod iz Celovca pa približno polovico Cicibanovega besedila tudi prevzame in s tem zagotavlja slovensko leposlovje na avstrijskem Koroškem.

Uredništva drugih otroških revij največkrat sestavlja malo ljudi, ki pa imajo različna znanja, se hujuje Remškarjeva. Tako uredništvo samo piše zgodbe, pravljice in pesmi, riše ilustracije ali besedila opremlja z računalniškimi ilustracijami. "Ne trdim, da je računalniška ilustracija nujno slaba," razlaga Slavica. "Ni pa pošteno do kupcev in nas, da prodajajo slabo literaturo z veliko šunda, kar lepo zapakirajo in prodajajo kot enakovredno kakovostnim literarnim revijam!"

Tradicija, ki jo ima Ciciban, je vsekakor pozitivna, so pa vanjo ujete tudi urednice same. Skušajo se otresti idealnih podob iz otroštva in uvajati nove, modernejše oblike besedil in ilustracije.

Težava Cicibana in drugih kakovostnih revij je v tem, da je konkurenca zelo močna, da so generacije otrok čedalje manjše, starši pa nepremišljeno kupujejo revije, ki so otrokom všeč na prvi pogled. Te

pritegnejo barve in nedidaktična darilca. Žal se morajo v tekmo za kupce spustiti tudi kakovostne revije, ki s tem izgubljajo svoj ugled.

MIHA KOS: “Težko je prodreti na trg, težko je postaviti revijo v življenje, še posebej, če je kakovostna. To se sliši zelo absurdno, ampak kakovostna avtorska dela veliko stanejo. Pri izdajanju revije ne gre za velik posel. To bi se lahko zgodilo pri nakladi 100.000. Pri naši nakladi 5.000 izvodov pa pokrijemo redne stroške in izplačamo plače.”

Miha Kos razloži, da je bilo najtežje prvo leto, ko se je revija šele uveljavljala in iskala naročnike. Vložiti je bilo treba veliko truda in denarja. Z dopisi in klici je urednik predstavljal revijo po šolah. “Revije ne moreš poslati v vse razrede sedemstotih šol, saj za ustanovitev nove revije ni namenjenih nikakršnih sredstev. Za sofinanciranje ministrstva lahko zaprosiš šele po enem letu izhajanja.” Veliko lažje je revijam s tradicijo, meni Kos, saj jih starši poznajo in jih avtomatično naročajo.

Miha ni zadovoljen s konkurenco. “Prav je, da revije med seboj tekmujejo. Toda na ministrstvih bi morali ustanoviti neko neodvisno skupino, ki bi presojala o kakovosti revij in dobre tudi priporočala. Danes se namreč dogaja, da po šolah razpošlješ revijo, za katero veš, da je kakovostna, da vsebuje avtorsko delo in je zato tudi nekoliko dražja. In naletiš na negativen odziv učiteljev, češ da je takšna poplava revij, da se ne bodo odločili za nobeno. Pa bi prav učitelji morali znati ločevati pleve od cveta.”

2.7.8 CENA REVIJE IN SOFINANCIRANJE

SLAVICA REMŠKAR: cena revije je precej visoka, ampak to ni v pristojnosti uredništva, temveč založniške hiše. Remškarjeva razume, da so ostale revije cenejše, saj za njimi ne stoji cela armada sodelavcev, ki pripravlja posamezno številko. Revijo sofinancirata Ministrstvo za kulturo ter Ministrstvo za znanost, šolstvo in šport Republike Slovenije, občasno pa tudi Fundacija za šport in Ministrstvo za zdravje.

MIHA KOS: cena Petke je precej visoka, ker je vse v njej avtorsko delo. Revijo sofinancirata Ministrstvo za kulturo ter Ministrstvo za znanost, šolstvo in šport Republike Slovenije.

2.7.9 DODATNO UVELJAVLJANJE REVIIJE

SLAVICA REMŠKAR: urednice vodijo vsak mesec brezplačne delavnice za učitelje, kjer predavajo o pomenu branja in pripovedovanja. Učitelje učijo uporabljati Ciciban pri delu v razredih. Tako tudi pridobivajo povratne informacije o kakovosti in sprejetosti revije.

Sodelujejo s tretjim programom Radia Slovenija, kjer v mesečni radijski oddaji Cicido, Ciciban, dober dan! predstavljajo svoji reviji. Vzpostavili so tudi izmenjavo z že omenjenima zamejskima revijama Mladi rod in Galeb.

Imajo svojo spletno stran, kjer objavljajo otroške umetnine, ter Cici Veselo šolo, kjer otroci najdejo interaktivne didaktične igre, naloge in nasvete za branje. Dvakrat letno izdajo tudi zgoščenko – prva je računalniška, druga glasbena in otrokom prinaša resno kakovostno glasbo. Imajo že posnemovalce (Bim bam).

MIHA KOS: vsebina revije Petka je tesno povezana z dogajanjem v Hiši eksperimentov. Na svojih straneh opisuje fizikalne poskuse in naravne zakonitosti, ki jih lahko otroci sami izvedejo doma ali v šoli z učitelji.

Urednika sodelujeta tudi z učitelji. V Hiši eksperimentov prirejata seminarje na temo kako čim bolj eksperimentalno poučevati, kako s predmeti v naši okolici čisto preprosto pokazati naravne zakonitosti. Udeležujejo se jih osnovnošolski in srednješolski učitelji.

Petka nima svoje spletne strani.

2.7.10 OGLASI V REVIIJI

SLAVICA REMŠKAR: oglasom je namenjenega 10% vsebinskega prostora, kar v Cicibanu obsega 6 strani. Lastni oglasi ne sodijo v to kvoto. Tudi sponzorji določenih rubrik ne sodijo med oglase. V zadnjem času se pojavlja trend, da oglasi niso več tradicionalni. Sestavljeni so kot otroška igra, uganka, povezovanka ali kaj podobnega. Otroci, ki oglasov ne ločijo od vsebine, tudi te strani rešujejo in jih dojemajo kot sestavni del revije. Ti oglasi so narejeni v oglaševalskih hišah in so posnetek oglasov v tujini, kjer so že pred časom ugotovili, kako zlesti otrokom 'pod kožo'. Uredništvo se z njimi ne strinja, so pa z ekonomskega vidika zelo pomembni.

MIHA KOS: "Kot urednik revije se nenadoma znajdeš tudi v vlogi pridobivanja oglasov. Brez njih ne gre. Zato je treba vedeti, koliko oglasov lahko sprejmeš, kje in kako jih dobiš, kdaj jih moraš iskati,

da jih dobiš pravočasno. V Petki nimamo običajnih oglasov, imamo le sponzorirane strani. Oblikujemo jih tako, da so otrokom prijazne. Določene teme obdelamo s križankami, rebusi, ugankami. Oglasne strani skušamo narediti ugankarske, zvedave. Čeprav gre za oglase, so ti še vedno v stilu Petke – z njimi moraš nekaj početi,” pojasnjuje Miha Kos.

2.8 USTVARJANJE OTROŠKE REVIJE MIMO OTROK

Delo urednika otroške revije je obsežno in poleg strogega urejanja revije sega tudi na druga področja. Oba urednika sta se spopadla tudi s tem in uspešno sodelujeta z učitelji in prirejata seminarje. Namen teh dejavnosti je med drugim tudi, da bi reviji čim bolj približala otrokom. Zato me je zelo presenetilo njuno kategorično nasprotovanje objavljjanja otroških izdelkov in sodelovanja otrok v reviji. Obema se zdi, da lahko otroci ustvarjajo doma, v revijo pa sodijo vrhunski dosežki z različnih področij. Nihče od njiju ni pomislil na bolj neposreden stik z otroki, na motivacijo in ugodne posledice vključevanja otrok v revijo. To me še bolj preseneča, ker Ciciban sicer sodeluje z osnovnimi šolami pri natečaju za najbolj kakovostne in domiselne šolske časopise oz. glasila. Te akcije pa v svoji vsebini sploh ne omenjajo¹². Prav tako revija Petka, ki sicer sodeluje z učitelji in ima vedno polno otrok v Hiši eksperimentov, ne vabi otrok k sodelovanju.

V nadaljevanju predstavljam koncept otroškega časopisa, ki temelji na sodelovanju z otroki, osnovnimi šolami in vrtci, na pripravi regijskih delavnic in vzpostavlja sistem motivacije za ustvarjanje otrok. Z ustrezno finančno in marketinško podporo bi lahko zaživel kot samostojen časopis, mogoče pa bi ga bilo obuditi v življenje tudi kot prilogo k že obstoječim časopisom ali revijam. Imenovala ga bom KU-KU.

¹² Omembo akcije sem našla na internetnih straneh Slovenskega šolskega muzeja. (http://www.ssolski-muzej.si/kronika/k2000_1/porocilo_ssm_1998_slo.html)

3. PRAKTIČNI DEL

3.1 ANALIZA OTROŠKEGA TISKA NA SLOVENSKEM MEDIJSKEM TRGU

Na slovenskem medijskem trgu lahko danes najdemo 55 revij za otroke in najstnike. S pomočjo razvrstitve otroških in najstniških revij glede na vsebino v raziskavi *Tiskano listje za smrklice in firbce. Slovenska mladinska periodika 1994-1998* sem vse revije razvrstila v pet tematsko širših skupin: **splošne, ožje poučne ali poljudnoznanstvene ter enigmatične revije, revije v zamejstvu in stripi.**

Tabela 3.2: Razvrstitev revij na širše vsebinske sklope

REVIJA	USMERITEV	NASLOVNIK
ČUK	enigmatična	otroška revija
ČUKČEV ZABAVNIK	enigmatična	otroška revija
ČUKEC	enigmatična	otroška revija
DUHEC	enigmatična	otroška revija
KRIŽANKE ZA MLADE	enigmatična	otroška revija
MATEMATIČNE KRIŽANKE	enigmatična	otroška revija
PETKA	enigmatična	otroška revija
PINKO	enigmatična	otroška revija
PINKOVE KRIŽANKE	enigmatična	otroška revija
RAZVEDRILO ZA MLADE	enigmatična	otroška revija
NATIONAL GEOGRAPHIC JUNIOR	ožja poučna	otroška revija
BIM BAM	ožje poučna	otroška revija
GEA	ožje poučna	najstniška revija
KEKEC	ožje poučna	otroška revija
MAVRICA	ožje poučna	otroška revija
PROTEUS	ožje poučna	najstniška revija
SKAVT	ožje poučna	otroška revija
TABOR	ožje poučna	otroška revija
TIM	ožje poučna	najstniška revija
ŽIVLJENJE IN TEHNIKA	ožje poučna	najstniška revija
ANTENA	splošna	najstniška revija
CICIBAN	splošna	otroška revija
CICIDO	splošna	otroška revija
COOL	splošna	najstniška revija
FRKA	splošna	najstniška revija
OGNJIŠČE	splošna	najstniška revija
PIKAPOLONICA	splošna	otroška revija
PIKAPOLONICA IGRE	splošna	otroška revija
PIL	splošna	najstniška revija
PIL PLUS	splošna	najstniška revija

KONCEPT OTROŠKEGA ČASOPISA ZA SLOVENSKI MEDIJSKI TRG
Diplomsko delo

SMRKLJA	splošna	najstniška revija
SONČNA PESEM	splošna	najstniška revija
TROBENTICA	splošna	otroška revija
ZMAJČEK	splošna	otroška revija
ALAN FORD	strip	najstniška revija
BARBIE	strip	otroška revija
DIGIMON	strip	otroška revija
DISNEYEV POSTER MAGAZIN	strip	otroška revija
DISNEYEV STRIP MAGAZIN	strip	otroška revija
DUMBO	strip	otroška revija
HAPKO HAPPY	strip	otroška revija
KAPETAN MIKI	strip	najstniška revija
KOMANDANT MARK	strip	najstniška revija
LEVJI KRALJ	strip	otroška revija
MEDVEDEK PU	strip	otroška revija
MIKI MIŠKA IN PRIJATELJI	strip	otroška revija
MIKIJEV ZABAVNIK	strip	otroška revija
POKEMON	strip	otroška revija
PRINCESKA	strip	otroška revija
TOM & JERRY	strip	otroška revija
VELIKI BLEK	strip	najstniška revija
ZAJČEK DOLGOUHEC IN PRIJATELJI	strip	otroška revija
GALEB	zamejska	otroška revija
MLADI ROD	zamejska	otroška revija
PASTIRČEK	zamejska	otroška revija

3.2 LITERARNE IN NELITERARNE REVIIJE

Ob prebiranju revij je zelo opazna delitev na literarne in neliterarne revije.

3.2.1 LITERARNE REVIIJE

Literarne revije so visoko kakovostne, jih je manj in imajo jasno vodilo: ohranяти pestrost literarnih vrst, spodbujati branje in ustvarjalcem ponujati možnost objavljanja domačih del in prevedenih tujih besedil. So bolj šolsko naravnane, poleg literature obujajo ljudsko izročilo, predstavljajo življenje in delo znanih literatov, ugankarske in ustvarjalne teme pa so v manjšini. Opazen delež vsebine namenjajo tudi prispevkom in izdelkom otrok ter jih vabijo k sodelovanju. Kljub temu prispevki ne presegajo dveh strani risbic in otroških pisem. Zasnova revij je jasna, pregledna in ustaljena. Dobiček

jim ni glavna usmeritev, zato v njih ni (veliko) oglasov. Take revije pri nas so: Ciciban, Cicido in Kekec ter Galeb in Mladi rod v zamejstvu.

3.2.2 NELITERARNE REVIJE

Neliterarnih revij je pri nas veliko več, so bolj pisane in že na prvi pogled bolj otroške, manj resne. Na zelo polnih in raznobarnih straneh prinašajo tudi zgodbe in pesmi, ki jih pišejo pedagogi, ne objavljajo pa literature. Bolj kot branju so namenjene reševanju, izdelovanju, povezovanju, barvanju in risanju. Včasih gre za avtorske izdelke, nekatere revije pa so zgolj prevodi tujih otroških licenčnih revij. V njih je zelo malo ali sploh nič otroških prispevkov. Nekatere so kakovostne, druge ne – njihov glavni namen je ustvarjanje dobička.

3.3 OŽJA ANALIZA TRINAJSTIH REVIJ

V ožjo analizo sem uvrstila trinajst revij. Prvi kriterij izbire je bila starost naslovnika: analizirane revije so namenjene otrokom do desetega leta starosti. Sem spadajo vse splošne revije: Ciciban, Cicido, Pikapolonica, Zmajček in Trobentica, vse ožje poučne ali poljudnoznanstvene revije: Bim bam, Kekec, National Geographic Junior in Mavrica¹³, izbrala pa sem tudi eno enigmatično revijo – Petko, ki je v celoti avtorska, strip¹⁴ Dumbo ter dve glavni zamejski reviji¹⁵, Galeb in Mladi rod.

Pri vseh so me zanimali splošni podatki (format, cena, uredništvo ...) in vsebina: ali gre za literarno revijo, kolikšen del vsebine namenjajo pravljicam, zgodbam, opisom in pesmim, kolikšen ilustraciji, ugankarstvu in kolikšen risbam, spisom in izdelkom otrok.

¹³ Revij Skavt in Tabor nisem upoštevala, ker sta namenjeni le članom društva skavtov in tabornikov.

¹⁴ Vsi stripi, ki jih je mogoče najti, so prevedeni, zato sem izbrala samo enega, najbolj otroškega, z naslovom Dumbo.

¹⁵ Pastirček je prav tako zamejska revija, a je po svoji vsebini bolj podoben učbeniku za verouk kot otroški reviji. Zato ga nisem uvrstila v ožjo analizo.

Tabela 3.3: Splošna analiza revij

	CICIDO Revija za otroke	CICIBAN Revija za otroke	TROBENTICA	PIKAPOLONICA Revija za radovedne, ustvarjalne in igrive otroke
NASLOV	Cicido, revija za otroke, Slovenska 29, 1536 Ljubljana 01/241 32 14 CICIDO@MKZ- LJ.SI www.cicido-on.net	Ciciban, revija za otroke, Slovenska 29, 1536 Ljubljana 01/241 32 14 CICIBAN@MKZ- LJ.SI www.ciciban-on.net	Revija Trobentica, Otrok in družina 01/420 27 37 trobentica@prdr.com www.trobentica.com	Pikapolonica, Gosposka 4, 1000 Ljubljana 01/421 15 40 http://med.over.net/m ojmalcek/revija-01- 04/index.php
UREDNIŠTVO: - glavni urednik - odgovorni urednik	'Mladinska knjiga' Slavica Remškar	'Mladinska knjiga' Slavica Remškar	'Otrok in družina' Tjaša Urankar	'Moj malček' Maja Črepinšek
ZALOŽNIK	Mladinska knjiga Založba, d.d.	Mladinska knjiga Založba, d.d.	Prešernova družba d.d.	Info press d.o.o.
OPREDELITEV REVIJE	Od 2. leta naprej	Od 6. leta naprej	Za vedoželjne in igrive otroke od 2. do 9. leta starosti	Revija za radovedne, ustvarjalne in igrive otroke
ŠT. IZVODOV NA LETO	11	11	12	11
NAKLADA	23.500	29.500	8.000	10.000
CENA:	580 SIT	660 SIT	490 SIT	580 SIT
- naročniki	6.600 SIT/ 89 EUR	7.560 SIT/ 98 EUR	5.880 SIT/ 60 EUR	5.880 SIT
- posebne številke	960 SIT	990 SIT	/	višja
FORMAT	-A4	+A5	-A4	A4
ŠTEVILO STRANI	44	60	44	36
ANALIZIRAN IZVOD	November 2003 št. 3	November 2003 št. 3	Leto III, november 2003 št. 3	Letnik V november 2003 št. 3/2003/04

KONCEPT OTROŠKEGA ČASOPISA ZA SLOVENSKI MEDIJSKI TRG
Diplomsko delo

	ZMAJČEK Z igro do znanja	MAVRICA	NATIONAL GEOGRAPHIC JUNIOR, revija za mlade raziskovalce in pustolovce	BIM BAM, revija za otroke z glasbeno-računalniško zgoščenko
NASLOV	Studio Hieroglif, Slamnikarska 18, p. p. 54, 1230 Domžale 01/722 60 40 zmajcek@studio-hieroglif.si www.zmajcek.net	Uredništvo Mavrice, Krekov trg 1, p. p. 95, 1001 Ljubljana 01/433 80 66 mavrica@druzina.si duzina@siol.net	Založba Rokus, d.o.o. National Geographic Junior Pot na Fužine 2 1120 Ljubljana 01/520 17 75 www.ng-junior.net narocila@rokus.com	Revija Bim Bam, Titovska cesta 44 2000 Maribor 02/320 80 00 bimbam@novium.si www.revijabimbam.com
UREDNIŠTVO: - glavni urednik	Tatjana Ban	Mira Dobravec	Licenčna revija ameriške National Geographic Kids	Mario Tement
- odgovorni urednik	Urša Krempl		Smilja Štraus	Nina Kramberger
ZALOŽNIK	Studio Hieroglif	Družina d.o.o.	Založba Rokus, d.o.o.	Novium, d. o. o.
OPREDELITEV REVIJE	Z igro do znanja	Mesečna revija za otroke, njihove starše, vzgojitelje in prijatelje	Za mlade raziskovalce in pustolovce	3-8 let Revija za otroke z glasbeno-računalniško zgoščenko
ŠT. IZVODOV NA LETO	10	10	10	10
NAKLADA	38.000	Zbirajo podatke	17.000	14.800
CENA:	/	480	595 SIT	980 SIT
- naročniki	5.200 SIT	4.800 SIT/ 36 EUR	52 EUR/60 USD	7.900 SIT
- posebne številke	/	/	/	/
FORMAT	+A5	A5	- A4	A4
ŠTEVILO STRANI	64	52	40	56
ANALIZIRAN IZVOD	Letnik 10 september 2003 št. 1	Leto 33 november 2003 št. 3	Letnik 1 November 2003 št. 3	Letnik 1 December 2003 št. 3

KONCEPT OTROŠKEGA ČASOPISA ZA SLOVENSKI MEDIJSKI TRG
Diplomsko delo

	KEKEC Literarna revija za učence osnovnih šol	GALEB Mladinska revija	MLADI ROD	DUMBO Revija za cicibane	PETKA
NASLOV	Kekec, Založba Mladika, Reber 11, 1000 Ljubljana 01/425 80 00 kekec.zm-lj@siol.net	Galeb, Ul. Dei Montecchi 6, 34137 – Trst DISTRIEST, Partizanska 75a, 6210 Sežana 05/734 21 47 http://homepage.mac.com/mojcacerjak/PhotoAlbum33.html	Mladi rod Tarviser Straže 16 9020 Klagenfurt/ Celovec (+43) (0)463 51 43 00 jurij@tonstudio4.at	Založba Egmont, Dumbo, Gubčeve brigade 74, 1000 Ljubljana 01/127 15 89 revije@cro.egmont.com	KOSKOS Petka, p.p. 3420 1001 Ljubljana, 01/429 20 70 miha.kos@fiz.uni-lj.si
UREDNIŠTVO: - glavni urednik	Primož Mušič	Majda Železnik	Jurij Opetnik	Licenčna Disneyjeva revija	Dr. Miha Kos
- odgovorni urednik	Primož Mušič	Dušan Udovič		Edo Fičor	
ZALOŽNIK	Založba Mladika	Zadruga Novi Matajur – Čedad	Društvo Mladi rod	Egmont d.o.o.	Koskos d.o.o.
OPREDELITEV REVIJE	9-14 let Literarna revija za učence osnovnih šol	Mladinska revija	Uporaba na dvojezičnih šolah in pri slovenskem jezikovnem pouku	Za cicibane od 3 do 7 let	Za otroke od 7 do 11 let
ŠT. IZVODOV NA LETO	10	10	6	12	10
NAKLADA	4.500	1.700	1.200	7.000	5.000
CENA:	540 SIT	500 SIT	2.20 EUR	450 SIT	1.000 SIT
- naročniki	5.400 SIT	5.000 SIT/ 21EUR	/	/	880 SIT/ 1.760 SIT za tujino
- posebne številke	/	/	/	/	/
FORMAT	- A4	- A4	A5	-A4	A5
ŠT. STRANI	36	40	42	36	48
ANALIZIRAN IZVOD	Letnik 13 December 2003 št. 4	Letnik 50 november 2003 št. 3	Letnik 53 januar/februar 2004 št. 5-6	Letnik 10 Januar 2003 št. 1	Letnik 11 December 2003 št. 4

KONCEPT OTROŠKEGA ČASOPISA ZA SLOVENSKI MEDIJSKI TRG
Diplomsko delo

Tabela 3.4: Vsebinska analiza revij

	CICIDO Revija za otroke	CICIBAN Revija za otroke	TROBENTICA	PIKAPOLON ICA Revija za radovedne, ustvarjalne in igrive otroke	ZMAJČEK Z igro do znanja	MAVRICA
ZGODBE, PRAVLJICE BASNI	11,4%	15%	18,9%	15,3%	10,9%	25%
ZGODBE V SLIKAH, STRIPI	18,2%	21,7%	13,6%	11,1%	3,1%	5,8%
PESMI	12%	15%	4,5%	5,6%	4,7%	1,9%
UGANKE	4,5%	3,3%	0,7%	/	3,1%	/
REALNO	6,8%	6,7%	/	5,6%	3,1%	9,6%
ENIGMATIK A	/	5%	2,3%	2,8%	1,6%	3,8%
NALOGE	28%	12,9%	50,6%	43,1%	40,6%	14,8%
IGRE ZA VEČ IGRALCEV	4,5%	/	4,5%	5,6%	4,7%	/
SPISI, PISMA, PESMI	1,1%	0,8%	/	/	/	9,6%
RISBE	3,4%	2,5%	/	2,8%	2,3%	3,8%
PLAKAT	4,5%	/	/	/	/	3,8%
CELOSTRAN, ILUSTRACIJ A	9,1%	2,2%	2,3%	5,6%	7,8%	9,6%
ŠALE	/	/	/	/	/	/
OGLASI	0,7%	0,4%	3,0%	5,6%	1,6%	9,6%
OGLASI – otroški	9,1%	10%	/	/	/	/
DODATKI	Nalepke, zgoščenka 2x letno	Nalepke, zgoščenka 2x letno	Nalepke	/	Nalepke, igra	/
PRILOGE	Cici Vesela šola, Za starše	Cici Vesela šola, Za starše	/	/	/	Nasveti za starše in katehete

KONCEPT OTROŠKEGA ČASOPISA ZA SLOVENSKI MEDIJSKI TRG
Diplomsko delo

	NATIONAL GEOGRAPHIC JUNIOR	BIM BAM Revija za otroke z glasbeno- računalniško zgoščenko	KEKEC Literarna revija za učence osnovnih šol	GALEB Mladinska revija	MLADI ROD	PETKA	DUMBO Revija za cicibane
ZGODBE, PRAVLJICE, BASNI	/	17,9%	43,1%	30%	23,0%	6,3%	5,6%
ZGODBE V SLIKAH, STRIPI	2,5%	5,4%	/	5%	2,0%	16,7%	11,1%
PESMI	/	10,7%	9,7%	10%	2,4%	6,3%	/
UGANKE	/	1,8%	/	/	/	/	/
REALNO	53,8%	14,3%	11,1%	7,5%	4,8%	6,0%	/
ENIGMAT IKA	2,5%	1,8%	8,3%	5%	7,1%	43,7%	/
NALOGE	5%	19,6%	8,3%	15%	38,1%	8,3%	58,3%
IGRE ZA VEČ IGRALCE V	/	/	/	/	/	/	11,1%
SPISI, PISMA, PESMI	7,5%	/	5,6%	11,3%	9,5%	/	/
RISBE	4,4%	1,8%	/	4,4%	2,4%	/	/
PLAKAT	/	7,1%	/	/	/	/	5,6%
CELOSTR AN, ILUSTRAC IJA	/	/	2,8%	Otroška naslovnica	Otroška naslovnica!	/	/
ŠALE	/	/	/	/	1,8%	2,1%	/
OGLASI	10%	1,8%	5,6%	/	/	/	2,8%
OGLASI – otroški	2,5%	/	/	/	/	8,3%	/
DODATKI	Novice: 7,5% Reportaža: 7,5%	CD, nalepke, voščilnice	/	/	Intervju, portret	Nagradna igra	/
PRILOGE	/	/	/	/	/	/	/

3.4 INTERPRETACIJA

V analizo sem vključila po en izvod vsake revije, zato odstotki niso najbolj reprezentativni. Za točne podatke bi morala spremljati izdaje vseh revij v obdobju enega leta. Vseeno pa so rezultati verodostojen prikaz vsebinske in uredniške politike, saj izstopajoči odstotki kažejo, čemu namenja uredništvo največ pozornosti.

3.4.1 POTEK ANALIZE

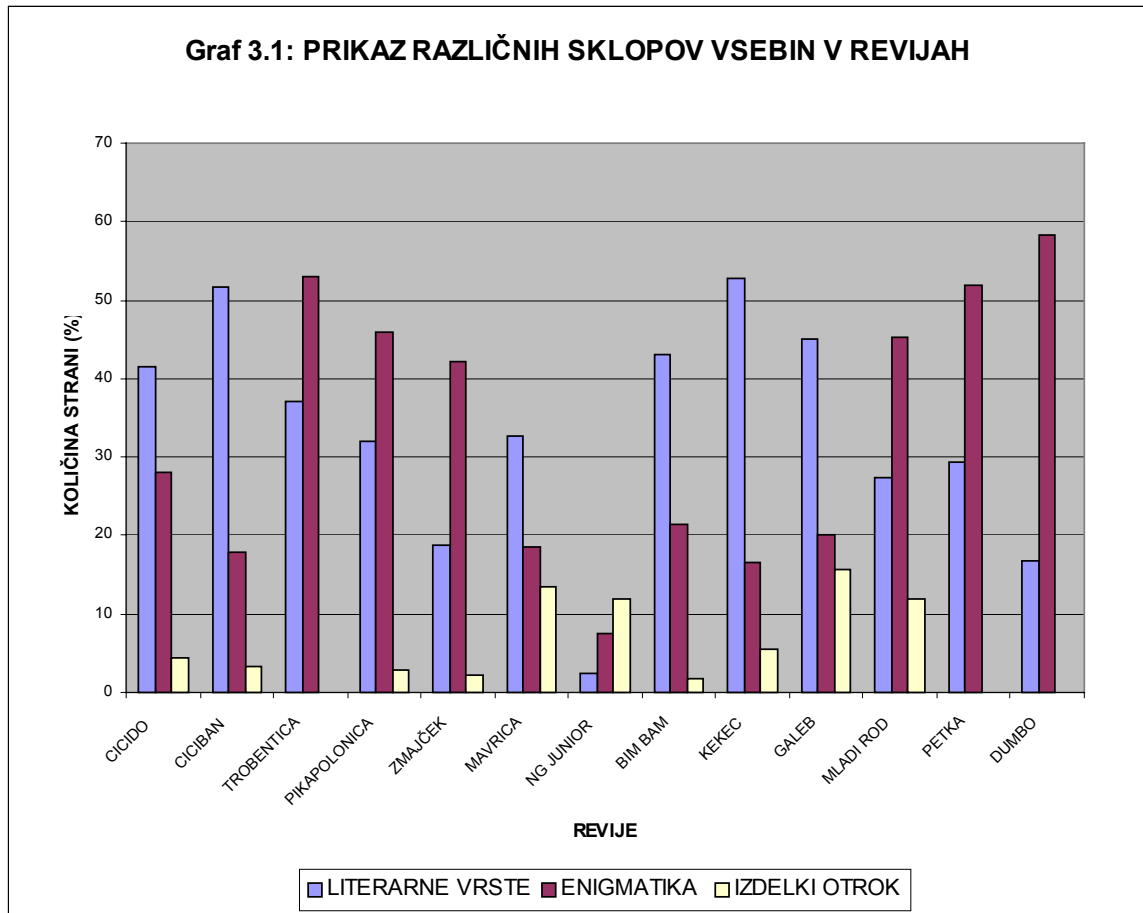
Vsako revijo sem prelistala in označila posamezne literarne vrste, enigmatiko, naloge in druge oblike, ki se pojavljajo v revijah. Nato sem vsaki obliki izračunala delež, ki ga glede na vse strani zaseda v reviji. Če sem npr. v Galebu našla dvanajst strani zgodb, pravljic ali basni, je to pomenilo, da Galeb namenja približno trideset odstotkov svojega prostora zgodbam, ker je vseh njegovih strani štirideset. Nekatero zgodbo in pesmi imajo med vsebino celostranske ilustracije – te sem štela posebej. Na tak način sem izračunala tudi odstotek otroških risbic, pisem, spisov in pesmi, ki jih revije objavljajo.

Tabela 3.4.1: Povzetek vsebinske analize

	CICIDO	CICIBAN	TROBENTICA	PIKAPOLONICA	ZMAJČEK
LITERARNE VRSTE	41,6 %	51,7 %	37,0 %	32 %	18,7 %
ENIGMATIKA	28,0 %	17,9 %	52,9 %	45,9 %	42,2 %
IZDELKI OTROK	4,5 %	3,3 %	0,0 %	2,8 %	2,3 %

MAVRICA	NG JUNIOR	BIMBAM	KEKEC	GALEB	MLADI ROD	PETKA	DUMBO
32,7 %	2,5 %	43,0 %	52,8 %	45,0 %	27,4 %	29,3 %	16,7 %
18,6 %	7,5 %	21,4 %	16,6 %	20,0 %	45,2 %	52,0 %	58,3 %
13,4 %	11,9 %	1,8 %	5,6 %	15,7 %	11,9 %	0,0 %	0,0 %

Naslednji graf prikazuje količine strani, namenjene trem vsebinskim sklopom: literarnim vrstam, nalogam za reševanje in enigmatiki ter objavljenim otroškim izdelkom.



Literarne revije Cicido, Ciciban, Kekec, Galeb in Mladi rod imajo visok odstotek lirike, epike in dramatike (Ciciban npr. 52%, medtem ko Trobentica namenja 50% vsebine različnim nalogam) ter manjši odstotek enigmatike in nalog. Vse namenjajo vsaj dve strani objavi otroških izdelkov in njihovih pisem. Galeb in Mladi rod otroške ilustracije objavljata celo na naslovnici. Med vsemi revijami največ prostora otroškim izdelkom namenja Galeb (15,7%), sledi mu Mavrica (13,4%), ki ni literarna revija, nato pa Mladi rod (11,9%). Enak odstotek jim namenja tudi revija National Geographic Junior, ki pa skoraj štirih strani (11,9%) ne napolnjuje zgolj z risbicami in pismi, ampak objavlja dvostranske reportaže z izletov z izžrebanimi naročniki. Stran je sicer sponzorirana, vendar predstavlja tudi nagrajenega otroka, opisuje njegova občutja in dogajanje, čemur so priložene

fotografije. Najmanjši delež pošti otrok namenjata Ciciban in Cicido, čeprav sta naši najbolj obsežni literarni reviji.

Najbolj literarna revija je Kekec, ki 52,8% vsebine namenja predstavljanju pesnikov, pisateljev in dramatikov, objavlja tujo in domačo literaturo, predstavlja nove knjige in nudi mladim umetnikom prostor za objavo njihovih spisov.

Posebno mesto med revijami imata Galeb in Mladi rod, ki izhajata v zamejstvu in med slovensko manjšino ohranjata slovenski jezik. Galeb je bolj literarna revija, ki objavlja literarna besedila (45%) in bralcem ponuja naloge za ustvarjalnost. Poleg objave risbic in pisem v vsaki številki predstavlja določeno šolo, včasih tudi posamezne razrede.

Mladi rod pa je, kljub temu, da je literarna revija, svoj poudarek prenesel drugam. 45,2% svoje vsebine namenja različnim nalogam za vadbo, pisanje in spoznavanje slovenskega jezika. Revija je priporočena tudi kot učbenik na dvojezičnih ljudskih šolah in na glavnih šolah dvojezičnega ozemlja na Koroškem ter za slovenski jezikovni pouk na nižji stopnji srednjih in višjih učnih zavodov. Takšne naloge so zelo zanimive in marsikdaj tudi zelo zahtevne. Pišejo tudi o reklih in rečenicah ter razlagajo stare običaje. Približno polovico literarne vsebine, ki jo objavljajo, prevzemajo iz revije Ciciban. Mladi rod ima barvno samo naslovnico, revija pa se tudi sicer obnaša bolj kot časopis. V zadnjem delu namreč objavlja intervjuje in portrete znanih osebnosti, križanko, nekaj nalog in šale. Slednjih nisem našla v nobeni drugi reviji, čeprav je rubrika pri otrocih zelo priljubljena¹⁶.

Strip Dumbo in ugankarska revija Petka sploh ne objavljata otroške pošte, imata pa temu primerno višji odstotek nalog in enigmatike: Dumbo 58% nalog, Petka pa 52% križank in rebusov.

Razumljivo je, da v naravoslovni reviji National Geographic Junior ni pravljic, zgodb in pesmi, ampak velik delež dokumentarnih opisov (53,8 %).

Trobentica in Pikapolonica sta neliterarni reviji in izhajata kot priloge revij za starše Otrok in družina ter Moj malček. Obe je mogoče kupiti tudi v prosti prodaji. Imata precejšen delež zgodb in pravljic

(37% in 32%), ki jih pišejo pedagogi, še neveljavljeni pisatelji, novinarji ali kar člani uredništva. Čeprav zgodbe niso vzete iz literature, nikakor niso manj kakovostne – nasprotno, včasih se bolj približajo otrokom kot stvaritve velikih pisateljev ali ljudske povesti. Poleg pravljic, pesmi in slikovnih zgodb imata obe reviji tudi visok odstotek nalog. Pikapolonica je revija za najmlajše, zato so v njej lažje naloge, od vlečenja črt, barvanja, povezovanja in iskanja podobnosti (45,9%). Trobentica (52,9%) pa je bolj zahtevna revija, ki s težjimi nalogami, iskanjem in nasveti za izdelovanje različnih stvari privablja starejše otroke. Obe reviji imata veliko ilustracij, ki pa so, za razliko od literarnih revij, vse delo istega avtorja.

Zelo zanimivi sta še reviji Zmajček in Bim bam. Zmajčka ni mogoče kupiti v prosti prodaji, ima pa izredno dobro razvito mrežo naročnikov.¹⁷ Zgodb je v njem malo (18,7%), je pa zato veliko nalog (42,2%), ki so sprva lažje, nato pa čedalje težje. Na zadnjih straneh prinaša tudi novice iz vsakdanjega življenja (v analizirani številki predstavljajo poklic policista in čebelo). Zmajček je v šolah zelo priljubljena revija tudi zaradi posebne priloge na sredini revije, iz katere si otroci lahko izdelajo kulise za igro – tokrat je bila priloga tržnica. Na tršem kartonu so bile narisane stojnice, prodajni izdelki in denar. Otroci morajo kulise najprej pobarvati, jih izrezati, nato pa se prične igra spoznavanja denarja, komunikacije in iznajdljivosti. Številne revije, tudi neanalizirane, imajo med vsebino igre za več igralcev, zgodbe, ki jih je treba sestaviti v knjigo, nalepke in druge dodatke. Vendar Zmajček po kakovosti in domiselnosti vsekakor izstopa.¹⁸ Vseeno pa revija otroškimi izdelki ne namenja veliko prostora: le 2,3%.

Bim bam je precej nova revija, ki je zapolnila vrzel v ponudbi otroških revij. Z vsako številko namreč otroci dobijo tudi zgoščenko, ki dopolnjuje, razširja ali uvaja povsem nove vsebine. Literarnim vrstam namenjajo 43% svojega prostora, otroškimi izdelki pa le 1,8%. Bim bam oblikujejo strokovnjaki s področja glasbe in računalništva ter univerzitetni diplomirani profesorji in vzgojitelji.

Mavrica je ožje poučna revija, ki na 32,7% strani predstavlja predvsem odlomke iz svetega pisma, opisuje krščanske praznike in opozarja na romarske poti. Tako kot National Geographic Junior, tudi ta revija piše reportaže z obiskov pri veroučnih skupinah. Kar štiri strani nameni pismom otrok,

¹⁶ V raziskavi *Tiskano listje za smrklje in firbce* so objavljene tudi ankete, s katerimi otroci razvrščajo najljubše vsebine. Šale pogosto zasedajo prva tri mesta na lestvici ocenjevanja.

¹⁷ Na internetnih straneh osnovnošolskih knjižnic je skoraj povsod na seznamu ponudbe izbranih otroških revij.

¹⁸ Učiteljica iz PŠ Utik je povedala, da v podaljšanem bivanju na dan, ko pride Zmajček, vsi učenci sedijo v klopeh, berejo, strižejo, lepijo in ustvarjajo.

nekoliko več pa risbicam – nekatere uporabi tudi za ilustriranje zgodb v reviji. Zato je delež strani, namenjen otrokom in njihovim izdelkom kar 13,4. Med vsebino se skrivajo tudi nasveti za katehete, starše in učitelje. Mavrica ob koncu vsake zgodbe povzame nauk in nagovori bralca. Včasih je dodana tudi naloga in povabilo, naj bralec svoj izdelek pošlje na uredništvo.

3.5 KONCEPT ČASOPISA, KI GA SOUSTVARJAJO OTROCI

3.5.1 NAMEN NOVEGA ČASOPISA

Na slovenskem medijskem trgu je ogromno revij za otroke in mlade. Vsaka se trudi biti drugačna, čeprav se v grobem delijo glede na splošno opredelitev ter na literarne in neliterarne. Pokrivajo dokaj različne teme ali jim vsaj namenjajo različne stopnje pomembnosti. Prav vse vsebine, ki se pojavljajo v revijah (razen pošte otrok) pa pišejo strokovnjaki. O njihovi strokovnosti sama ne morem soditi, jasno pa je, da so to pesniki, ilustratorji, pisatelji, pedagogi, sestavljalci križank s takšnimi ali drugačnimi nazivi. Tudi če v določenih primerih gre za kvazi-strokovnjake, gre za odrasle ljudi z določeno izobrazbo in izkušnjami. Po mojem mnenju pa bi lahko otroci sami veliko prispevali k časopisu, ga s svojimi idejami usmerjali in tako vanj vnašali tisto, kar privlači tudi njihove vrstnike. Časopis bi tako postal in ostajal aktualen in zanimiv za mlade bralce. Poleg tega pa bi otroci preko njega spoznavali tisk kot enega od množičnih medijev, ki ni nujno zgolj lansiran na tržišče, ampak je mogoče v njem objaviti tudi svoje mnenje. Končni izdelek kljub njihovem sodelovanju ne bi bil šolski časopis, ki največkrat žalostno konča na policah knjižnic.

Pogosto sem pri svojem delu slišala očitke, da šolski časopisi niso brani, da otroci ne pišejo in ne gledajo radi izdelkov svojih sošolcev. Pri mojem dosedanjem delu z otroki¹⁹ pa se je izkazalo ravno nasprotno. Otroci radi ustvarjajo, rišejo in pišejo, radi tekmujejo in se primerjajo z vrstniki. To je pomemben element socializacije in odkrivanja samega sebe. Res pa je, da otroci malokdaj sodelujejo brez vzpodbude. Za to je potrebna motivacija.

3.5.2 CILJI

Časopis bi bil namenjen otrokom do desetega leta. Ker gre za zelo raznoliko skupino otrok, ki ima mnogo različnih želja in potreb, bi bil zelo raznolik tudi časopis – KU-KU.

Časopis bi obveščal, dajal možnost sodelovanja, objavljajl otroška dela, spodbujal ustvarjalnost, razpisoval natečaje, razkrival novinarsko delo, povezoval različne medije, učil, usmerjal, razlagal, zabaval, ohranjal tradicijo ter prinašal novosti; bil bi učni pripomoček in medij razvedrila.

¹⁹ Vodenje počitniških tednov za otroke, vodenje najmlajše skavtske skupine, vodenje otroške oddaje na regionalni televizijski postaji in sodelovanje pri reviji, ki ima kotiček za mlade ustvarjalce.

3.5.3 ELEMENTI ČASOPISA

Časopis bi bil razdeljen na tri vsebinske sklope: neliterarni del, literarni del in časopisni del.

Vsebina bi prehajala od pravljične in manj zahtevne, namenjene morebitnim predšolskim bralcem, k bolj zahtevnim nalogam, raznolikim vsebinam, literarnim vrstam in spoznavanju z mediji. Literarni del bi spodbujal branje, ohranjal slovenski jezik, prinašal slovensko ljudsko izročilo in seznanjal z največjimi literarnimi deli. Hkrati bi dajal možnost ustvarjalcem, da svoja dela objavljajo, pedagogom pa, ki se jim literarna dela včasih zdijo prezahtevna, da pišejo svoje – didaktične zgodbe.

Posebnost časopisa bi bila spodnja četrtina strani, ki bi bila namenjena objavi otroških izdelkov in bi povezovala cel časopis.

Časopis bi imel tudi dodatke: časovni trak in zgoščenko, spletno stran, delavnice na šolah in svojo prireditev. Uveljavil bi lahko tudi svojo KU-KU blagovno znamko.

3.5.4 TROJNA ZGRADBA ČASOPISA

Časopis bi imel nekoliko drugačno vsebinsko razporeditev tém, kot smo jih običajno vajeni. Prvi del bi bil neliteraren, drugi literaren, tretji pa časopisen.

3.5.4.1 NELITERARNI DEL

Prvi del časopisa bi prinašal vsebino strokovnjakov z različnih področij (pedagogi, enigmatiki, mladi otroški pisatelji, pesniki ...), ki bi vsebinsko različne teme povezovali s skupnimi temami posamezne številke. Vsebina bi si se pojavljala v zelo različnih oblikah, od zgodb in stripov do ilustracij, nasvetov in navodil za izdelavo stvari. Ena od rubrik bi bila tudi stran za predšolske otroke. Na vseh straneh bi bile o vseh temah glavne informacije natisnjene z velikimi tiskanimi črkami, bolj podrobne pa z malimi tiskanimi in manjšimi črkami. To bi omogočalo prvošolcu, da bi prebral ves časopis, hkrati pa bi četrtošolec lahko poglobljal svoje znanje in se učil. To bi bila hkrati tudi motivacija za učenje branja, saj bi si marsikdo o zanimivih temah želel izvedeti čim več.

V neliterarnem delu, ki bi obsegal šestnajst strani formata A3, bi bile naslednje vsebine: zgodbe in basni, pesmi in pesmi z notami, stripi in zgodbe v slikah, ugankarske naloge, ročne spretnosti,

modelarstvo, likovno ustvarjanje, računalništvo, spoznavanje živalskih vrst in slovenskih ter tujih krajev, gledališka igra, učenje tujih jezikov, spoznavanje športov in kuharski recept.

3.5.4.2 LITERARNI DEL

Literarni del bi bil manj obsežen – le pet strani, in bi vseboval dela domačih in tujih literatov ter obujal ljudsko izročilo. Na teh straneh bi lahko objavljali svoja dela že uveljavljeni avtorji. Pomembna rubrika v tem delu bi bila Knjiga meseca, kjer bi uredništvo po svoji presoji predstavilo eno ali več zanimivih knjig. Rubrika Imel sem prav pa bi bila namenjena doživljajskim spisom. Svoja negativna čustva bi se otroci učili izlivati na papir. Obstaja možnost sodelovanja s psihologom.

3.5.4.3 ČASOPISNI DEL

Zadnji del revije bi bil namenjen sodelovanju z bralci. Na strani o množičnih medijih bi se skrivala vzgoja za medije, ki bi na šaljiv način opozarjala na neakovostne televizijske in radijske oddaje ter časopisne članke, spraševala, kaj oglašujejo oglasi in predstavljala delo v medijih. Dve strani časopisa bi ustvarjali otroci sami. Pri eni bi sodelovali v smislu učenja novinarskih vrst, kot je intervju, portret (rubrika Jaz pa zbiram ...) ali reportaža (Glasbene novice) in obdelava podatkov (glasovanje za glasbeno KU-KU lestvico), na strani z novicami pa bi pisali o dogodkih, dogajanju med mladimi, izletih in podobnem. Najbolj privlačen del teh strani bi bila možnost sodelovanja za otroke same – ti bi pisali o svojih vrstnikih. Hkrati pa bi se lahko tudi starejši osnovnošolci in dijaki, ki se že odločajo za svoj poklic, preizkusili kot novinarji.

3.5.5 POSEBNOST ČASOPISA KU-KU

Spodnja četrtnina večine strani v časopisu bi bila namenjena otroškim izdelkom. V KU-KU-ju bi jih namreč skoraj vsaka rubrika vabila k sodelovanju in vsak bi lahko našel tisto, kar najraje počne. In ker brez motivacije ne gre, bi časopis uvedel deset natečajev s skupnim imenom 10 x KU-KU-naj. V desetih kategorijah bi iskali najbolj nadarjene otroke na področju risanja, pisanja, pisanja pesmi, risanja stripov, ročnih spretnosti, sestavljanja križank in zank, pisanja dramskih iger, novinarskega udejstvovanja in fotografiranja. Ena kategorija bi pripadla predšolskim ustvarjalcem. Ta del torej upraviči majhno število literarnih strani v časopisu, ker bi otroci s svojim ustvarjanjem zapolnili manko. Natečaji bi potekali celotno šolsko leto, na koncu pa bi v vseh kategorijah razglasili zmagovalce.

Šole bi lahko med seboj tekmovali, katera ima več KU-KU-najboljših učencev. Časopis bi tako postal učni pripomoček – seveda v skladu s predpisanim šolskim programom, a več kot samo to. Bil bi tudi zabava in predmet komuniciranja, kar bi ga naredilo še bolj prijaznega otrokom.

3.5.6 DELAVNICE

Za takó usklajeno sodelovanje med šolami in časopisom pa bi bilo potrebno še nekaj več. Ena od možnosti so delavnice, ki bi se jih lahko udeleževali otroci novinarskih krožkov istih regij enkrat mesečno. Na delavnicah bi skupaj s svojimi mentorji spoznavali delo novinarja, nastajanje časopisa, pisanje različnih žanrov, ogled tiskarn ali bližnjih medijev. Pridobljeno znanje bi potem prenesli na svoje šole, predvsem mentorji bi lahko navdušili učitelje za razgibano in ustvarjalno delo pri pouku. Če bi časopisu uspelo pridobiti enega samega učitelja na šoli, bi dobili sedemsto sodelavcev (v Sloveniji imamo 700 osnovnih šol!).

3.5.7 DODATKI ČASOPISU

3.5.7.1 ČASOVNI TRAK

V sredini časopisa bi bil pritrjen iz tršega papirja izdelan trak, na katerem bi bila označena npr. zgodovinska obdobja. Vsaka izdaja časopisa bi bralcem prinesla določeno obdobje in otroci bi na koncu dobili pravi zgodovinski trak, ki bi jim lahko služil kot učni pripomoček tudi še v srednji šoli. Na zadnji strani traku bi vzporedno z obdobji potekale zgodbe, pripovedke ali legende iz tistega časa. To bi otrokom približalo sicer abstraktne pojme, kot so npr. milijarda let. Takšnih trakov je mogoče izdelati veliko: razvoj živih bitij, trak literarnih obdobj, geološke dobe ...

3.5.7.2 ZGOŠČENKA

Zgoščenska lahko preraste okvire, ki jih časopisu postavlja papir. Vsebine so na zgoščenci razširjene, vizualizirane in zvočno opremljene. To daje temam poseben čar in občutek neposredne komunikacije. Zgoščenska privabi tudi tiste bralce, ki sicer večino prostega časa preživijo pred računalniki in televizorji.

3.5.7.3 SPLETNA STRAN

Podobno kot zgoščenska bi omogočala razširitev vsebin, lažjo dostopnost, večjo prepoznavnost in komunikacijo. Bralci bi lahko izražali svoja mnenja, pripombe, oglasili bi se lahko tudi starši, učitelji,

umetniki ... Splet ponuja neskončno možnosti povezav in zanimivih strani. Poskrbeti pa bi bilo treba za vedno sveže podatke in vsebine. Spletne strani so vedno bolj mikavne tudi za oglaševalce.

3.5.7.4 BLAGOVNA ZNAMKA

KU-KU bi si lahko ustvaril lastno blagovno znamko. Upodobljen bi bil lahko na majicah, lončkih, svinčnikih, kapah, torbah, brisačah, dežnikih, zvezkih, puščicah ... Na svojih spletnih straneh bi lahko imel tudi KU-KU trgovino.

3.5.7.5 KU-KU DAN

Enkrat letno bi lahko časopis priredil 'čudežni dan' za vse otroke (kot je npr. Pikin festival v Velenju), kjer bi potekale različne delavnice, obiskale bi jih glasbene skupine z vrha KU-KU lestvice, medse bi povabili pisatelje, ilustratorje in pesnike, popoldne pa bi na osrednjem odru podeli tudi nagrade natečaja 10x KU-KU-naj.

3.6 KONCEPT ČASOPISA PO STRANEH

Časopis bi imel 32 strani formata A3 in bi izhajal enkrat mesečno.

Tabela 3.5: Vsebina časopisa po straneh

STRAN	VSEBINA	RAZLAGA TEME
1	NASLOVNICA	Risbe otrok - natečaj
2	OGLASI	Oglaševalci, sponzorji, lastni oglasi
3	KAZALO, KOLOFON, NAVODILA ZA UPORABO ZGOŠČENKE	Zgoščenska bi služila kot dopolnilo, razširitev tem, ki bi bile v časopisu. Vsaka razširitev teme bi bila označena v KU-KU-ju.
4	PREDŠOLSKI – PRAVLJICA	Malo besedila, velike tiskane črke, velika ilustracija
5	PREDŠOLSKI – NALOGE	Lahke naloge povezovanja, vlečenja črt, iskanja enakih predmetov, barvanja, labirinti, pisanje črk in prvih besed, slikovne križanke, nalepke,
6	ZGODBE, BASNI	KU-KU se znajde v vsakdanjih situacijah in se uči (v vrtcu, šoli, trgovini, knjižnici, pri zdravniku, zobozdravniku, na cesti, travniku, v gozdu, v morju, jezeru ...)
7	PESMI	Pesmi v kiticah in z notami
8	ZGODBE V SLIKAH, STRIPI	
9	ENIGMATIKA – LAHKA	Križanke, rebusi, iskanje predmetov, premetanke, barvanje, iskanje razlik, podobnosti,
10	ENIGMATIKA – TEŽJA	Brez besed, poišči, izreži, izdelaj, nariši, popravi
11	RAČUNALNIŠTVO	Iskanje po medmrežju, uporaba programov, didaktične igre, zanke, slike, e-pošta, zanimive povezave ...
12	ROČNE SPRETNOSTI	Zapestnice, pustne maske, voščilnice, fimomasa, glina, okvirjanje slik, risanje na steklo, na keramiko, na blago, mozaiki, kazala za knjige, risanje kamnov, tetoviranje, bleščice, ličenje, moda ...
13	TEHNIKA	Modelarstvo, spoznavanje različnih materialov, orodja, izdelki
14	DOKUMENTARNO – ŽIVALI	Fotografije in opisi živali, njihovo okolje, prehrana, razmnoževanje, razvoj, zaščitenost ...
15	POSTER/ PREDLOGA	Živali, znane osebe, risani junaki, predloge, materiali ...
16	IGRA	Didaktična igra: spomin, izreži in postavi ...
*	ČASOVNI TRAK	Zgodovinska, geološka obdobja, razvojno drevo ...
17	IGRA	
18	POSTER/PREDLOGA	
19	DOKUMENTARNO – KRAJI	Fotografije in predstavitve slovenskih / tujih krajev, znamenitosti, znane osebnosti, s poudarkom na dogajanje za mlade.
20	LIKOVNO	Slikanje, risanje, oglje, mešanje barv, motivi, učenje risanja, izdelava lutk, kulis ...
21	ŠPORT, ZDRAVO ŽIVLJENJE	Sodelovanje z Ministrstvom za znanost, šolstvo in šport ter Ministrstvom za zdravje
22	ANGLEŠČINA, NEMŠČINA	Učenje besed, kratke zgodbe, križanke, premetanke, slike ...

KONCEPT OTROŠKEGA ČASOPISA ZA SLOVENSKI MEDIJSKI TRG
Diplomsko delo

	RECEPT	V vsakem receptu spoznajo eno novo, nekoliko nenavadno sestavino (vanilija, čičerika, čokolada, beluši...)
23	DRAMSKA IGRA	Predlog za gledališko upodobitev, na CD-ju lutke, pesmi, kulise
24	LITERATURA	Domača in tuja
25	LITERATURA	Domača in tuja
26	LITERATURA	Domača in tuja
27	KNJIGA MESECA/ IMEL SEM PRAV	Izbor uredništva Spisi otrok, odgovarja psiholog
28	VZGOJA ZA MEDIJE, OGLASI MM	Spoznavanje množičnih medijev, lahke – logične naloge, ki pa se jih ne zavedajo, poljudna teorija, oglasi, prepoznavanje, sklepanje, prepričevanje; ocenjevanje TV oddaj, filmov, programa za otroke, oglasov
29	JAZ PA ZBIRAM ... GLASBA	Predstavitev enega običajnega ali zanimivega zbiralca v vsaki številki. Videospoti, lestvica naj pesmi, novosti, koncerti ...
30	NOVICE	S sodelovanjem otrok in izobraževanjem bi pisali novice o dogodkih, izletih, predstavah, dogajanju – pisma bralcev.
31	KVIZ, KRIŽANKA	Kviz z vprašanji iz vsebine KU-KU-ja, nagradna križanka
32	NAPOVEDNIK, FOTOGRAFIJE	Napovednik naslednje številke, napovednik dogodkov, izbor naj fotografij, glasovnica za lestvico

KONCEPT OTROŠKEGA ČASOPISA ZA SLOVENSKI MEDIJSKI TRG
Diplomsko delo

Tabela 3.6: Razporeditev vsebine časopisa po straneh

NASLOVNICA		OGLASI		KAZALO		KU-KU, STRAN ZA SEM ŽE TU! NAJMLAJŠE	
1		2		3		4	
				NAVODILA ZA UPORABO ZGOŠČENKE		IZDELKI OTROK	
				KOLOFON		IZDELKI OTROK	
ZGODBE, BASNI IN PRIPOVEDKE		PESMI		STRIPI IN ZGODBE V SLIKI		ENIGMATIKA	
6		7		8		9	
IZDELKI OTROK		IZDELKI OTROK		IZDELKI OTROK		IZDELKI OTROK	
						RAČUNALNIŠTVO	
						10	
						11	
ROČNE SPRETNOSTI		TEHNIKA		O ŽIVALIH		POSTER	
12		13		14		15	
IZDELKI OTROK		IZDELKI OTROK		IZDELKI OTROK		DIDAKTIČNA IGRA ZA VEČ IGRALCEV	
						16	
						17	
POSTER		O KRAJIH		LIKOVNA UMETNOST		ŠPORT IN ZDRAVO ŽIVLJENJE	
18		19		20		21	
		IZDELKI OTROK		IZDELKI OTROK		IZDELKI OTROK	
						TUJI JEZIKI	
						RECEPT	
						DRAMSKA IGRA	
						22	
						23	
LITERATURA		LITERATURA		LITERATURA		KNJIGA MESECA	
24		25		26		27	
IZDELKI OTROK		IZDELKI OTROK		IZDELKI OTROK		IMEL SEM PRAV!	
						VZGOJA ZA MEDIJE	
						JAZ PA ZBIRAM ...	
						GLASBENA LESTVICA	
						28	
						29	
NOVICE		KVIZ		FOTOGRAFIJE		NAPOVEDNIK	
30		31		32			
		KRIŽANKA					

Tabela 3.6: Razporeditev vsebine časopisa po straneh

4. SKLEP

Slovenski medijski trg je nasičen z revijami za otroke, ki jih je trenutno petinpetdeset. Vsi s precej visokimi nakladami razširjajo svojo uredniško politiko med slovensko mladino: nekateri ohranjajo literaturo, ljudsko izročilo in spodbujajo branje, drugi z nalogami, zankami in enigmatiko preizkušajo uveljavljene standarde, tretji privabljajo kupce z živopisnimi barvami, darilci in podobami znanih risanih junakov, četrti pa z ožje poučnimi temami segajo v širše družbeno okolje. Vse na nekaj straneh ponujajo ideje za ustvarjalnost, večina jih objavlja tudi pisma in risbice otrok. Slednje je že leta 1900 v reviji Zvonček uvedel Engelbert Gangl, ki je v rubriki Kotiček gospoda Dobropoljskega objavljal otroška pisma in nanje odgovarjal. In v sto letih v tej smeri ni opaziti nobenega napredka.

Zato po temeljiti analizi revij, pogovorih z uredniki in pedagogi ter pregledu zgodovinskega razvoja tiska na Slovenskem potrjujem svojo hipotezo, da slovenski medijski prostor potrebuje predvsem časopis, ki bo otrokom omogočal vstop v svet medijev, ki bo razvijal njihovo ustvarjalno delo, nagrajeval njihovo sodelovanje, ki bo otroke z neobičajno razporeditvijo vsebin privlačil in s tem navajal k bralnim navadam in jim bo ponujal tudi možnost soustvarjanja vsebine.

Koncept takšnega časopisa presega meje tiskanega medija, zato bi z dodatki k časopisu, kot so zgoščenke, spletne strani, delavnice po šolah in vseslovenski čudežni dan za otroke, zajel širši spekter otroškega življenja. Tako bi časopis postal bolj realen, neposredno bi bil povezan z otroki in tako bi se pred njim odpirale nove možnosti; denimo sodelovanje s televizijo in ustvarjanje nove otroške oddaje ter sodelovanje z radijskimi postajami. V vseh segmentih časopisa bi sodelovali tudi njegovi bralci.

Verjetno ni treba poudarjati, da bi tak projekt privabil številne oglaševalce, ki bi omogočili njegov obstoj in širjenje. Otroški in mladinski medijski svet sta namreč v Sloveniji zelo slabo razvita in za zdaj še ni opaziti premikov na bolje.

5. LITERATURA

- (1974): Moj otrok moja vsakdanja skrb. Beograd: Izdavački zavod Jugoslavija.
- (2003): Beremo skupaj – priročnik za spodbujanje branja. Ljubljana: Mladinska knjiga Založba.
- (2003): beremo skupaj. Priročnik za spodbujanje branja. Ljubljana: Založba MK.
- Amon, Smilja (1985): Slovenski Periodični tisk v NOB; Letno in petletno poročilo. Ljubljana: Univerza Edvarda Kardelja v Ljubljani, FSPN.
- Amon, Smilja (1996): Tisk in politika v Jugoslaviji (1918-1941). Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Armstrong, Thomas (2000): Prebudite genija v svojem otroku. Spodbujanje radovednosti, ustvarjalnosti in učnih sposobnosti. Tržič: Učila.
- Barnes, Annette (1996): Have Fun With Vocabulary: Guizzes for English Classes. Harmondsworth: Penguin, cop.
- Baukart, Jan (1954): Otrok in knjiga. Maribor: Založba Obzorja Maribor.
- Bratina, Nada (1989): Vpliv družbenega okolja in izražanje kreativnosti pri osnovnošolcih. Diplomsko delo. Ljubljana: FSPN.
- Brglez, Alja (1999): Tiskano listje za smrklje in firbce. Slovenska mladinska periodika 1994-1998 – pregled, analiza, ocena. Ljubljana: Inštitut za civilizacijo in kulturo.
- Erjavec, Karmen (1995): Tisk na pragu 21. stoletja. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Erjavec, Karmen, Zala Volčič (1998). *Mladi in mediji*. Ljubljana: Zveza Prijateljev Mladine Slovenije.
- Erjavec, Karmen, Zala Volčič (1999). *Moč in nemoč televizije*. Ljubljana: Rokus.
- Erjavec, Karmen, Zala Volčič (1999). *Odraščanje z mediji*, priročnik. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.
- Glogovec, Zmaga, Drago Žagar (1990): Nadarjeni otroci v vrtcu. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo in šport.
- Glogovec, Zmaga, Drago Žagar (1992): Ustvarjalnost. Projektno vzgojno delo. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo in šport.
- Haralambos, Mihael, Martin Holborn (1999): Sociologija – teme in pogledi. Ljubljana: DZS.
- Kmecl, Matjaž (1976): Mala literarna teorija. Priročnik za učitelje slovenščine na osnovnih in srednjih šolah. Ljubljana: Založba Borec.

- Kostrevc, Simona (1998): Otroški tisk – analiza Vedeža, Vrta, Cicibana in Mavrice. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Košir, Manca (1995): Otrok in mediji. Zbornik. Ljubljana: ZPMS.
- Košir, Manca, Rajko Ranfl (1996): Vzgoja za medije – prvi slovenski učbenik za starše, vzgojiteje in učitelje. Ljubljana: DZS.
- Kropp, Paul (2000): Vzgajanje bralca – naj vaš otrok postane bralec za vse življenje. Tržič: Učila.
- Leach, Penelope (1991): Otrok od rojstva do šole. Ljubljana: Založba Domus.
- McQuail, Denis (1987): Mass Communication Theory. London: Sage.
- Smith, Brigid (1994): Through Writing To Reading: Classroom Strategies For Supporting Literacy. London, New York: Routhledge.
- Stanovnik, Ana (2003): Otroške in najstniške revije o množičnih medijih. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Stoppard, dr. Miriam (1992): Kaj zmore vaš otrok. Odkrivajmo in razvijajmo otrokove naravne potencialne. Ljubljana: DZS.
- Strojín, Marja, Anica Mikuš Kos (1991): Vsak otrok hodi v šolo. Murska sobota: Pomurska založba.
- Trstenjak, Anton (1953): Psihologija umetniškega ustvarjanja. Ljubljana: Slovenska akademija znanosti in umetnosti.
- Trstenjak, Anton (1981): Psihologija ustvarjalnosti. Ljubljana: Slovenska matica.

6. VIRI

- Bašić Hrvatini, Sandra, doc. dr. (2002): Komunikacijski sistemi – zapiski s predavanj. Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani, Ljubljana.
- Erjavec, Karmen, doc. dr. (2003): Vzgoja za medije – zapiski s predavanj. Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani, Ljubljana.
- Intervju z urednico Cicibana Slavico Remškar, 27.1.2004.
- Intervju z urednikom Petke dr. Miho Kosom, 21.1.2004.
- Pogovor s prof. Mileno Blažič.
- Poler Kovačič, Melita, doc. dr. (2002/03): Novinarska etika – zapiski s predavanj. Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani, Ljubljana.

6.1 ANALIZIRANE OTROŠKE REVIJE

- **Bim bam**, revija za otroke z glasbeno-računalniško zgoščenko, letnik 1, december 2003, št. 3
- **Galeb**, mladinska revija, letnik 50, november 2003, št. 3
- **Zmajček**, z igro do znanja, revija za radovedne, ustvarjalne in igrive otroke, letnik 10, september 2003, št. 1
- **Kekec**, literarna revija za učence osnovnih šol, letnik 13, december 2003, št. 4
- **Mavrica**, leto 33, november 2003, št. 3
- **National Geographic Junior**, revija za mlade raziskovalce in pustolovce, letnik 1, november 2003, št. 3
- **Dumbo**, revija za cicibane, letnik 10, januar 2003, št. 1
- **Pikapolonica**, letnik V, november 2003, št. 3/2003/04
- **Ciciban**, revija za otroke, november 2003, št. 3
- **Cicido**, revija za otroke, november 2003, št. 3
- **Trobentica**, leto III, november 2003, št. 3
- **Petka**, letnik 11, december 2003, št. 4
- **Mladi rod**, letnik 53, januar/februar 2004, št. 5-6

6.2 MEDMREŽNE POVEZAVE

- http://www.ssolski-muzej.si/kronika/k2000_1/porocilo_ssm_1998_slo.html
- www.wan-press.org, december 2003
- www.ciciban-on.net, februar 2004
- www.cicido-on.net, februar 2004
- www.ng-junior.net, februar 2004
- www.revijabimbam.com, februar 2004
- www.trobentica.com, februar 2004
- www.zmajcek.net, februar 2004
- <http://med.over.net/mojmalcek/revija-01-04/index.php>, februar 2004
- <http://homepage.mac.com/mojcacerjak/PhotoAlbum33.html>, februar 2004