

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

PETRA ČARMAN

VZGOJA ZA MEDIJE ZA ODRASLE V SLOVENIJI

DIPLOMSKO DELO

LJUBLJANA 2007

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

PETRA ČARMAN

Mentorica:izr. prof. dr. Karmen Erjavec

VZGOJA ZA MEDIJE ZA ODRASLE V SLOVENIJI

DIPLOMSKO DELO

LJUBLJANA 2007

Rada bi se zahvalila mentorici izr. prof. dr. Karmen Erjavec, ker me je sprejela pod svoje okrilje, mi svetovala in pomagala s svojim neprecenljivim znanjem. Zahvalila bi se ji tudi za vso potrpežljivost in razumevanje, ki ga je imela med dolgotrajnim pisanjem moje diplomske naloge. S predlogi in nasveti mi je pri izdelavi empiričnega dela prijazno priskočila na pomoč gospa Melanija Končina Boltin, za kar sem ji iz srca hvaležna. In nenazadnje – hvala mami, hvala Beno, ker sta mi vlivala pogum in voljo, ker sta verjela vame in ker sta na takšen način veliko pripomogla k temu, da je moja diplomska naloga ugledala luč sveta...

Vzgoja za medije za odrasle v Sloveniji

Mediji zavzemajo središčno vlogo v današnji družbi. Čas množičnih medijev kliče po medijskem opismenjevanju, enem od najpomembnejših oblik opismenjevanja sodobnega sveta. Diplomaska naloga preverja tezo, da je vzgoja za medije za odrasle v Sloveniji nezadostno razvita, kljub temu da je nujnost današnjega časa, saj je bistveni del državljske vzgoje. Raziskava je pokazala, da kljub dobrim nastavkom v naši družbi še vedno ni prepoznana kot nujna in osnovna. Brez medijsko pismenih odraslih ni mogoča izvedba vzgoje za medije otrok, zato je vzgoja za medije potrebna na vseh stopnjah izobraževanja. Vzgoja za medije usposablja za kritično spremljanje in sprejemanje medijskih vsebin, hkrati pa uči selektivnega pristopa do lastnikov oziroma kanalov, ki te vsebine ponujajo. Naloga opozarja, da se je v Sloveniji potrebno zavzeti za uvajanje celovitih medijsko izobraževalnih programov, s katerimi bodo državljani razvijali znanje, spretnosti in odnos do medijev, ter tako spodbujali rast kritične zavesti. Potrebno je razviti programe za učitelje in posrednike, s katerimi bi poglobili njihovo znanje in razumevanje medijev.

Ključne besede: vzgoja za medije, medijska pismenost, izobraževanje odraslih, vseživljenjsko učenje.

Adult Media Education in Slovenia

The media play a central role in today's society. An era of mass media calls for media literacy education, one of the most important forms of literacy in the modern world. This diploma thesis shows adult media education in Slovenia to be utterly unsatisfactory despite it being a necessity in today's times and an essential part of national education. Regardless of good prerequisites in our society, it is still not recognised as being urgent and basic. Without media literate adults, media education of children is impossible, which is why media education is required on all educational levels. Media education trains people to critically monitor and receive media contents while simultaneously teaching a selective approach towards owners or channels offering such contents. The thesis cautions that complete media education programmes must be introduced whereby citizens can develop knowledge, skills and relationships towards the media and so encourage the growth of a critical perception. A programme for teachers and mediators must also be developed to deepen their knowledge and understanding of the media.

Keywords: media education, media literacy, adult education, lifelong learning.

KAZALO

1. UVOD	7
2. RAZUMEVANJE VZGOJE ZA MEDIJE	9
2. 1 Vzgoja za medije	9
2. 2 Medijska pismenost	13
3. IZOBRAŽEVALNI SISTEM V SLOVENIJI	15
3. 1 Slovenski model vzgoje za medije	16
3. 2 Izobraževanje odraslih	19
3. 3 Izobraževanje odraslih v Sloveniji	20
4. VZGOJA ZA MEDIJE V TUJINI IN PRIMERJAVA S SLOVENIJO	23
5. RAZLOGI ZA NUJNOST UVEDBE VZGOJE ZA MEDIJE ZA ODRASLE	27
6. RAZISKAVA IZOBRAŽEVANJA ODRASLIH NA PODROČJU VZGOJE ZA MEDIJE V SLOVENIJI	28
6.1 Namen vprašalnika za izvajalce izobraževanja odraslih	28
6.2 Določitev subjektov anketiranja	29
6.3 Populacija	29
6.4 Čas anketiranja	30
6.5 Obdelava in interpretacija izidov vprašalnika	30
6.5.1 Ali ste bili seznanjeni z uvedbo predmeta vzgoja za medije v 7., 8. in 9. razred devetletke?	32
6.5.2 Izobraževalni programi, ki jih izvajajo v letošnjem šolskem letu in vsebujejo sestavine vzgoje za medije	32
6.5.3 Ciljne skupine odraslih, na katere je vzgojo za medije najpomembneje nasloviti	33

6.5.4 Vsebine vzgoje za medije po pomembnosti	34
6.5.5 Internet	35
6.5.6 Kako vzgojo za medije približati odraslim	38
6.6 Diskusija	39
7. SKLEP	43
8. LITERATURA	46
PRILOGA	51
A: VPRAŠALNIK ZA IZVAJALCE IZOBRAŽEVANJA ODRASLIH	51

1. UVOD

"Ko zmoremo razumeti besede in podobe množičnih občil, ko analiziramo procese njihovega nastanka in učinkovanja, ko do medijske produkcije vzpostavimo kritično razdaljo in jo selektivno izbiramo, ko se znamo in hočemo še sami vključiti v procese množičnega komuniciranja, lahko govorimo o uporabniku medijskih vsebin kot aktivnem državljanu, ki je pogoj in temelj sleherne demokracije."
(Erjavec 2000: 6)

Mediji zavzemajo središčno vlogo v današnji družbi. Osnovna pismenost je bila vedno nujno orodje uspešnega delovanja demokracije, medijska pismenost pa je bistvena za demokracijo sodobnih medijsko zasičenih družb (Erjavec in Volčič 1998: 1089).

Tema diplomske naloge mi predstavlja poseben izziv, saj želim predstaviti problem vzgoje za medije za odrasle v Sloveniji. Raziskala bom stanje medijske vzgoje odraslih v Sloveniji, predvsem na področju neformalnega izobraževanja, kot so ljudske univerze, zasebne izobraževalne organizacije in oddelki srednjih šol s programom za odrasle.

Cilj diplomske naloge je predstaviti vzgojo za medije za odrasle, predvsem pa težave, ki preprečujejo njeno uveljavitev. Moja teza je, da je vzgoja za medije za odrasle v Sloveniji povsem nezadostna in da je nujnost današnjega časa, saj je bistveni del državljanske vzgoje, žal pa kljub dobrim nastavkom v naši družbi še vedno ni prepoznana kot nujna in osnovna. Brez medijsko pismenih odraslih namreč ni mogoča tudi vzgoja za medije otrok. Koširjeva (2000: 7) poudarja, da če hočemo medijsko pismene Slovence, si moramo želeti vzgojo za medije na vseh stopnjah izobraževanja.

Dotaknila se bom tudi šolskega sistema in preverila stanje vzgoje za medije na različnih izobraževalnih ravneh. Seznanila se bom s problematiko, ki vlada na področju vzgoje za medije v Sloveniji, to pa je predvsem pomanjkanje kadra in strokovne literature ter primanjkljaj finančnih sredstev za izpeljavo različnih programov in seminarjev na temo vzgoja za medije.

"Do nedavnega je bila razprava o vlogi medijev v vzgojnem procesu moralistična, pesimistična, poenostavljajoča in pokroviteljska. Pedagoško ogroditve je temeljilo le na posredovanju informacij. Ker pa je množično-medijska komunikacija ena od bistvenih značilnosti sodobnih družb, ima ta komunikacija nedvomno vpliv na otroke in mladino, pa tudi na celotno družbo, kot še nikoli prej. To kaže na nujnost uvedbe novega prijema v vzgoji za medije tudi v Sloveniji." (Erjavec 1999: 26)

Erjavčeva (1999: 27) ugotavlja, da so trendi na področju medijsko-komunikološkega raziskovanja usmerjeni predvsem v analizo sprejemnikov sporočil, občinstva. Do nedavnega so bili mediji razumljeni kot institucije z negativnimi učinki, ki na otroke in mladostnike vplivajo s propagando in lažmi, danes pa medije razumemo v dvojnem pomenu: še vedno imajo močan vpliv na občinstvo, toda občinstvo ni povsem pasivno.

Posledica tega trenda je novo pojmovanje vzgoje za medije kot odnosa med medijskimi ustvarjalci, besedilom in občinstvom. Vzgoja za medije je dandanes razumljena kot sproščen, pluralističen in v kurikulum integriran izobraževalni prijem. Pismenost se v današnjem času ne sme končati s sposobnostjo branja, pisanja in seštevanja (glej Erjavec 1998: 185).

Na pogosto zastavljeno vprašanje *Kakšno znanje, veščine in vrednote mora imeti državljan v današnji medijsko zasičeni dobi?* ponuja odgovor vzgoja za medije, in sicer, medijsko pismena oseba ima dostop do medijev, zna analizirati, kritično ocenjevati in izdelovati različne komunikacijske oblike (tisk, radio, televizija, internet).

K izdelavi diplomske naloge bom pristopila teoretično in empirično.

V teoretičnem delu bom zaradi lažjega razumevanja najprej pojasnila osnovne pojme, s katerimi se bomo v nadaljevanju srečevali: vzgoja za medije, medijska pismenost, medijske vsebine in medijsko občinstvo.

V nadaljevanju bom podrobneje analizirala izobraževalni sistem v Sloveniji, kjer me bo zanimalo predvsem izobraževanje odraslih. Erjavčeva (2000: 14) meni, da je vzgoja za medije vseživljenjski proces in je njena vpeljava nujna na vse stopnje izobraževanja, od vrtca do univerze, kot tudi in predvsem na področje neformalnega

izobraževanja (kot so ljudske univerze, zasebne izobraževalne organizacije, oddelki srednjih šol z oddelki za odrasle, itd). Odrasli oz. starši so prvi otrokovi učitelji, spremljajo njegov razvoj, se z njim igrajo, pogovarjajo, kaj berejo, kaj in kako gledajo, kakšne vsebine iščejo po internetu in kaj ob tem razmišljajo. Zato je potrebno odrasle medijsko opismeniti (glej Košir 2000: 6).

S predpostavko, da je vzgoja za medije v tujini v razmahu in da so se odgovorni celovito spopadli s problemom nasičenosti družbe z mediji, bom primerjala vzgojo za medije za odrasle v tujini s slovensko. Ključni problem je v pomanjkanju ustrezne literature.

Empirični del diplomske naloge bo splet teoretičnih spoznanj in delovanj v praksi. Želim ugotoviti obstoječe stanje na področju vzgoje za medije v Sloveniji in zaznati izobraževalne potrebe odraslih na omenjenem področju. Ugotavljala bom, kakšna je ponudba in kakšne so potrebe po razvoju neformalnih izobraževalnih programov za medijsko opismenjevanje odraslih.

Pri tem si bom pomagala z anketo, poslano na 289 naslovov, in sicer na ljudske univerze, univerze za III. življenjsko obdobje, srednje šole z oddelki za izobraževanje odraslih, višje strokovne šole, visoke šole in na zasebne izobraževalne organizacije.

2. RAZUMEVANJE VZGOJE ZA MEDIJE

2.1 VZGOJA ZA MEDIJE

Vzgoja za medije pomeni zmožnost dostopa, kritične analize, ocene in proizvodnje medijskih sporočil (Košir 1996: 28). Usposablja za kritično spremljanje in sprejemanje medijske vsebine (TV oddaj, časopisnih člankov, oglasov, radijskih oddaj, itd), hkrati pa uči selektivnega pristopa do lastnikov oz. kanalov, ki te vsebine ponujajo. Koširjeva (1996: 115) poudarja, da vzgoja za medije tudi uči sodelovanja v medijski produkciji (kako nastaja časopis, prispevek, oddaja,...).

UNESCO je idejo o vzgoji za medije podprl že leta 1964 in potem 12 let kasneje s posebno delovno skupino strokovnjakov različnih držav izdelal model (*a general curricular model*) za množično vzgojo za medije, ki bi predvsem otroke in mladostnike naučil kritičnega spremljanja medijev. Na mednarodnem simpoziju *Vzgoja za medije* leta 1982 v Nemčiji so sprejeli deklaracijo, ki jo je podpisalo 19 držav, in v njej poudarili, da mora vzgoja pripravljati mlade na odgovorno državljanstvo in večati kritično zavest medijskim uporabnikom. V omenjeni deklaraciji sta med drugimi zapisana tudi dva poziva, ki posebej izpostavljata tudi vzgojo za medije za odrasle:

Zato pozivamo vse, ki so za to odgovorni:

1. da se zavzamejo za uvajanje celovitih medijsko izobraževalnih programov (od predšolske do univerzitetne ravni, vključno z izobraževanjem odraslih), s katerimi bodo razvijali znanje, spretnosti in odnos do medijev, ter tako spodbujali rast kritične zavesti in večno usposobljenost uporabnikov elektronskih medijev in tiska; idealno bi bilo, da bi ti programi vključevali analizo medijskih izdelkov, uporabo medijev kot sredstev za kreativno izražanje ter učinkovito uporabo in sodelovanje v dostopnih medijskih kanalih;
2. da razvijejo programe za učitelje in posrednike, s katerimi bi poglobili njihovo znanje in razumevanje medijev ter jih seznanili z ustreznimi metodami poučevanja, upoštevajoč precejšnja, a zelo fragmentarna obstoječa znanja, ki jih mnogi učenci že imajo; (Grunwald, Nemčija, 22. januar 1982).

Leta 2001 je UNESCO pripravil globalno strategijo za razvoj medijske pismenosti, pred tem pa je izdal poročilo o izvajanju vzgoje za medije za mlade v 35-ih državah sveta, vendar v tem poročilu Slovenija ni bila zajeta.

Danes se vse bolj zavedamo, da je vzgoja za medije del vseživljenskega učenja in se ne konča za vrati osnovnih in srednjih šol. Gre za celovit proces, ki vključuje tudi in predvsem odrasle. Zavedati se moramo, da je vloga odraslih v današnji družbi obsežna. Odrasli so poleg vsega tudi prvi otrokovi vzgojitelji in učitelji, in prav odrasli se lahko z otrokom pogovarjajo, kaj gleda na TV, kaj bere,... in kar je najpomembneje - kaj ob tem razmišlja (glej Košir 2000: 6).

Potter (Potter in Christ 1998: 10) je zgradil koncept vzgoje za medije predvsem na pridobivanju strukture znanja, še posebno o medijski industriji, vsebinskih vzorcih

in učinkih medijev. Upoštevanje človeka kot kompleksne celote in zato tudi vzgoje za medije kot vzgoje, ki sega na vse ravni in dele človekove osebnosti, je za vzgojo za medije ključnega pomena. Potter (2001: 7-8) zahteva umestitev štirih področij v vsebino vzgoje za medije: **kognitivno, estetsko, čustveno in moralno**.

Kognitivno področje se nanaša na mentalne procese in mišljenje. Gre za intelektualno dimenzijo in njene sposobnosti segajo od preprostega zavedanja simbolov do kompleksnega razumevanja ustvarjanja sporočil in tega, zakaj so oblikovana tako kot so.

Estetsko področje se nanaša na zmožnost uživanja, razumevanja in pozitivnega vrednotenja medijskih vsebin z umetniškega vidika. Veščine se uporabljajo pri ustvarjanju sporočil v različnih medijih – vključno z zmožnostjo zaznavanja razlike med umetnostjo in izumetničenostjo. Pomembna je tudi prepoznavnost edinstvenega umetniškega sloga pisca, producenta in režiserja.

Čustveno področje predstavlja področje občutkov. Gre za izražanje čustev med izpostavljenostjo medijem. Lažje in hitreje se v gledalcih sprožijo močna čustva, bolj subtilna čustva pa od ustvarjalcev zahtevajo več znanja in sposobnosti, od občinstva pa večjo stopnjo medijske pismenosti, da prepoznajo simbole, ki predstavljajo ta čustva.

Moralno področje je ključnega pomena pri prepoznavanju vrednot, na katerih temelji sporočilo. Za dobro prepoznavanje tovrstnih vrednot je potrebna visoka medijska pismenost. Potrebno je znati misliti preko posameznih junakov, poleg tega pa je treba znati ločevati junake od njihovih dejanj.

Uvedba vzgoje za medije v celovit proces izobraževanja, od formalnega do neformalnega, je danes nujna. Naštejmo nekaj najpomembnejših razlogov (Erjavec in Volčič 1998: 1096):

- *porast medijske produkcije,*
- *visoka raven medijske potrošnje in medijske zasičenosti v sodobnih družbah,*

- *ideološka pomembnost medijev in njihov vpliv na spoznavanje družbene realnosti,*
- *odločujoč vpliv medijev na politiko,*
- *prevlada vizualne komunikacije,*
- *deregulacija tiska in RTV sistemov,*
- *nacionalni in internacionalni pritiski na privatizacijo informacij in*
- *pomembnost izobraževanja za izzive prihodnosti.*

Vsi našteti trendi zahtevajo primeren obseg kritične zavesti in premišljeno razvit vzgojni program. Ključna naloga vzgoje za medije je pomagati ljudem, da postanejo *aktivni, svobodni udeleženci v komunikacijskem procesu, ne pa pasivni statični, neodgovorni služabniki medijskih podob in vrednot v enosmernem komunikacijskem procesu* (Erjavec in Volčič 1998: 1096).

Cilje vzgoje za medije lahko razvrstimo v 3 skupine (Erjavec in Volčič 1998: 1097):

1. *KOGNITIVNI IN INTELEKTUALNI CILJI* poudarjajo iskanje resnice s potrditvijo veljavnih dejstev o medijskih vsebinah, institucijah, procesih in družbeni povezavi.
2. *ESTETSKI IN KREATIVNI CILJI* : pridobljena naj bi bila sposobnost ocenjevanja kvalitetnih medijskih vsebin na podlagi lastnih izkušenj, s čimer bi obogatili človekovo osebnost (vključno z zavestjo, domišljijo in čustvi tako na področju pridobivanja znanja kot razumevanja). Na ta način bi medijska vzgoja posredovala znanje o množično medijskem oblikovanju sporočil kot tudi o sposobnostih izražanja mnenj z aktivno udeležbo v medijih.
3. *ETIČNI CILJI* izpostavljajo tradicionalne človeške vrednote v povezavi z medčloveškimi odnosi v družbi. Poudarjajo članstvo posameznika v družbi ter informacijske in kulturne potrebe državljana v demokraciji.

Erjavčeva in Volčičeva (1998: 1098) povzemata, da vzgoja za medije uči, kako izbirati med invazijo medijskih informacij, da so potem le-te koristno uporabljene ter da vzbujajo zadovoljstvo in odgovornost. Uporabnikom medijskih vsebin pomaga razviti kognitivne, čustvene in vedenjske veščine in vrednote v celovito izkustvo v povezavi z družbenim okoljem slovenske kulture in naroda.

Bistvo v učinkovitem vzgojnem procesu na področju vzgoje za medije je spoštovati individualnost posameznika vključno z njegovo družinsko vzgojo.

Ne gre za vcepljanje tujih idej in mnenj, ampak gre za pridobivanje znanja v procesu učenja selektivnega razlikovanja, analitičnega opazovanja in vzorčnih ocenitev dejstev glede na ključne kriterije. Pristop vključuje kontekst družine, šole, prijateljev, spoštovanje individualnosti posameznika, pa tudi prejšnjih medijskih izkušenj. V vzgoji za medije je torej združena svoboda in avtonomnost posameznika s sposobnostjo informirane odločitve (glej Erjavec in Volčič 1998: 1099).

Vzgoja za medije predstavlja pedagoški koncept, katerega cilj je izobraziti medijsko pismene državljane.

2. 2 MEDIJSKA PISMENOST

Osnutek slovenske nacionalne strategije za razvoj pismenosti opredeljuje pismenost kot *"trajno razvijajočo se zmožnost posameznikov, da uporabljajo družbeno dogovorjene sisteme simbolov za sprejemanje, razumevanje, tvorjenje in uporabo besedil za življenje v družini, šoli, na delovnem mestu in v družbi"* (NSRP 2005: 6).

V današnjem času se pismenost ne konča z znanjem branja, pisanja in seštevanja. V medijsko nasičeni družbi so potrebna dodatna znanja, vrednote in veščine, da lahko postanemo aktivni državljani. Medijsko pismena oseba ima dostop do medijev, zna selekcionirati, analizirati, kritično ocenjevati in izdelovati različne komunikacijske oblike (tisk, radio, televizija, internet), razume, zakaj in kako nam mediji ponujajo določene vsebine, pozna različne

žanre in njihove zakonitosti, zna uporabljati sporočila množičnih medijev in nadzoruje svojo medijsko izkušnjo.

Medijska pismenost vključuje osnovno pismenost, ki je obogatena z razumevanjem sporočil, ki smo jim v veliki meri izpostavljeni vsak dan. Medijski izdelki so primarni vir informacij, prek katerih posamezniki črpajo informacije in si ustvarjajo sliko o svetu. Naša družba je postala medijsko odvisna in je s tem sprejela tudi odgovornost, da medijskim uporabnikom zagotovi znanje in veščine poznavanja in razumevanja medijskega procesa in njihovih izdelkov.

Medijska pismenost je pomembna tudi za demokratičnost sodobnih medijsko zasičenih družb. Ob tem je zelo opazna vrzel med močnimi medijskimi ustvarjalci in lastniki ter medijskim občinstvom, zato je medijsko opismenjevanje eno od ključnih orožij vsake kulture za zmanjšanje te družbene vrzeli. Torej, le medijsko pismen državljan, ki izbira kakovostno medijsko vsebino, je dovolj informiran, da lahko odgovorno sodeluje v demokratičnem sistemu (glej Erjavec 1999: 39).

Če povzamem po Erjavčevi (1999: 42), medijska pismenost predvideva medijsko pismenega državljana, ki zna analizirati komunikacijski proces v družbi, njegove ideološke vplive in družbene posledice, zna izbirati kakovostne informacije ter se odzivati na medijsko vsebino in politično odločanje.

Manca Košir (2000: 5), pionirka vzgoje za medije v Sloveniji se zavzema za usposabljanje učiteljev, ki bodo z znanjem o medijih sposobni vzgojiti medijsko pismene ljudi, ki so hkrati tudi aktivni državljan. Karmen Erjavec (2000: 5) predstavlja različne osnutke vzgoje za medije pri nas in drugod po svetu in se zavzema za medijsko opismenjevanje na vseh stopnjah izobraževanja.

Erjavčeva (1999: 58) obširneje opisuje veščine, ki jih mora obvladati medijsko pismen državljan:

- zna kritično analizirati, ocenjevati in izdelovati raznovrstne medijske oblike;

- je informacijsko in funkcionalno pismen ter uporablja mediateke;
- zna analizirati lastne navade spremljanja medijev, odpraviti morebitno medijsko zasvojenost ter ustvarjalno in kritično izbirati medijska sporočila;
- pozna delovanje medijskih institucij (kdo sporoča in zakaj), medijskih kategorij (za katero besedilo gre), medijskih tehnologij (kako se sporoča), medijskega jezika (kako vemo, kakšen je pomen medijskih sporočil), občinstva (kdo in kako sprejema medijska sporočila);
- se zaveda, da mediji:
 - konstruirajo realnost;
 - delujejo po lastnih kodah, pravilih in oblikah;
 - posredujejo ideološka in vrednostna sporočila;
 - večinoma delujejo po tržnih načelih;
 - posredujejo sporočila občinstvu, ki jih subjektivno interpretira;
- aktivno sodeluje pri družbenem odločanju ter ima razvite veščine in lastnosti, ki so pogoj razvoja pozitivne samopodobe in samostojnega družbenega delovanja:
 - komunikacijske veščine;
 - sposobnost izražanja mnenja in razpravljanja;
 - sposobnost sprejemanja različnih mnenj...

3. IZOBRAŽEVALNI SISTEM V SLOVENIJI

Ob vseh ugotovitvah in spoznanjih pa se nam zastavi vprašanje, kje se lahko otroci in (predvsem) odrasli lahko naučijo spoznavati medije, njihovo delovanje, trike, pasti, kje se lahko naučijo ravnati z njimi, jih pravilno izbirati in uporabljati, predvsem pa razumeti?

Na internetni strani Ministrstva za znanost, šolstvo in šport (www.mszs.si) sem zasledila, da je vzgoja in izobraževanje v Republiki Sloveniji razvit sistem, na vrhu katerega sta univerzi z doktorskim študijem, začenja pa se s predšolsko vzgojo v

javnih in zasebnih vrtcih. Dejavnost vzgoje in izobraževanja se dotika skoraj vsake slovenske družine, kjer so otroci, ki hodijo v vrtec ali šolo, odrasli, ki se strokovno izpopolnjujejo ali usposabljujejo za življenje in delo, ali starejši odrasli, ki so morda vključeni v univerzo za tretje življenjsko obdobje.

Vzgoja in izobraževanje v Sloveniji obsega:

1. predšolsko vzgojo,
2. osnovnošolsko izobraževanje,
3. srednješolsko izobraževanje:
 - nižje in srednje poklicno izobraževanje,
 - srednje strokovno in splošno izobraževanje,
4. višje strokovno izobraževanje,
5. visokošolsko izobraževanje:
 - dodiplomsko univerzitetno in strokovno izobraževanje,
 - podiplomsko izobraževanje,
 - specialistični in magistrski študij,
 - doktorski študij.

14. januarja 1999 je bil na 24. seji Strokovnega sveta Republike Slovenije za splošno izobraževanje sprejet izbirni predmet Vzgoja za medije kot sestavni del devetletnega osnovnošolskega družboslovnega izobraževanja v 7., 8. in 9. razredu. Izobraževanje odraslih bom podrobneje predstavila v poglavju 3.2. in 3.3..

3. 1 SLOVENSKI MODEL VZGOJE ZA MEDIJE

Manca Košir v publikaciji *Vzgoja za medije* (2000) navaja slovenski model vzgoje za medije. Osnovo ji predstavlja pravljica Brine Štampe Žmavc z naslovom Muc Mehkošapek, ki govori o Drvečem mestu in o njegovih prebivalcih, ki so tako hiteli in drveli, da se niso imeli časa ustaviti niti za trenutek.

"Besedilo kaže (post)moderno dobo kot čas množičnih občil, v katerem so mediji ključni oblikovalci družbenih in zasebnih prostorov bivanja. (...) Vzgoja za medije se dogaja na dveh ravneh: reflektivni in produktivni. Unesco je leta 1982-ega leta sprejel deklaracijo o vzgoji za medije, s katero je pozval politične in izobraževalne

strukture k spodbujanju učenja medijske pismenosti na vseh stopnjah, od vrtcev do univerze. Na Slovenskem šele razvijamo model vzgoje za medije. Besedilo prinaša utemeljitvene koncepte in nastavke za slovenski model vzgoje za medije." (Košir 2000: 91)

Avtorica je v pravljici opisala čas, v katerem živimo. Ljudje prihajajo iz službe pozno popoldne ali zvečer, imajo manj prostega časa in tudi manj časa za "kvalitetno" vzgojo svojih otrok. Otroci, prav tako tudi odrasli, v prostem času, kar jim ga ob obveznostih ostane, gledajo televizijo, zrejo v računalniški zaslon, ko igrajo različne igrice ali plavajo po medmrežju. V tem so si starši in otroci vse bolj podobni. Otroški program in program za odrasle se prepletata in nista več ločena in medijski producenti se sprašujejo, če je sploh vredno delati otroški program?

Koširjeva se na podlagi omenjenega vprašanja sprašuje, kakšno vzgojo za medije postaviti v Sloveniji in kakšen naj bi bil njen model, da bi sploh lahko govorili o celovitem, spodbudnem vzgojnoizobraževalnem procesu za suvereno uporabo in porabo množičnih občil. Gibanje v medijskem svetu je del našega vsakdanjika, ki vpliva na naš način življenja, oblikovanje identitete posameznika, izbiro življenjskih stilov, vrednot in komunikacijskih strategij. Množična občila oblikujejo naše predstave o svetu in o sebi, v skladu s temi predstavami pa živimo in delujemo.

Prva tovrstna konferenca v Sloveniji je bila leta 1997 v Piranu z naslovom *Vzgoja za medije in z mediji*. Zbrali so se strokovnjaki z različnih področij, povezanih z mediji, in razpravljali o možnostih za uvedbo tovrstne vzgoje v Sloveniji.

Udeleženci konference so med drugim soglasno zahtevali (Dragan 1998: 7-8):

- uvedbo medijske vzgoje na vse stopnje od vrtca do visokih šol;
- ustrezno usposabljanje učiteljev za delo z mediji in za medije;
- uvedbo ustreznega medijskega znanja na vseh šolah, ki izobražujejo
- učitelje.

Na Fakulteti za družbene vede bil v študijskem letu 1998/99 uveden izbirni predmet Vzgoja za medije, v študijskem letu 2000/2001 pa je bil predmet obvezen za vse tiste študente novinarstva, ki študirajo po B programu.

Vzgoja za medije je vključena v program devetletke; v 7. razredu se predmet imenuje Tisk, v 8. Radio, v 9. Televizija. To so izbirni predmeti, ki se dopolnjujejo in nadgrajujejo.

Slovenski model vzgoje za medije enakovredno obravnava klasični tisk, radio, televizijo in internet. Zanje so tudi napisani učbeniki oziroma delovni zvezki avtoric Karmen Erjavec in Zale Volčič.

Medijske vsebine so tudi sestavni deli drugih predmetov: slovenskega jezika, tujih jezikov, zgodovine in sociologije.

Otroci ne ločijo med realnostjo in fikcijo, zato bi bilo potrebno vzgojo za medije uvesti že v kurikulum vrtcev in v vse triade devetletke.

Problematično je dejstvo, da na pedagoškem oddelku Filozofske fakultete ne izobražujejo učiteljev v znanjih vzgoje za medije. *"Žal večina uradnih in neuradnih izobraževalnih sistemov naredi malo za pospeševanje medijske vzgoje in komunikacijskega izobraževanja. Pogosto je razkorak med njihovim poučevanjem in svetom, v katerem živimo, zaskrbljujoče velik."* (Košir 1996: 11)

Odrasli učijo otroke, kot da so ti njihova pomanjšana izvedba, in ne daleč pred njimi na časovni premici tehnološkega razvoja in kulture, ki mu sledi.

"Delorsova" komisija je opredelila štiri stebre izobraževanja za 21. stoletje: učiti se, da bi vedeli, da bi znali delati, da bi se osebno razvijali in da bi znali živeti v skupnosti.

Slovenski model vzgoje za medije mora temeljiti na premisleku o času, v katerem bivamo in mora znati odgovoriti na vprašanja, kdo smo in kaj kot posamezniki in narod hočemo (glej Košir 2000: 101).

3. 2 IZOBRAŽEVANJE ODRASLIH

Natančneje sem želela proučiti, kako je v Sloveniji poskrbljeno za izobraževanje za odrasle in v okviru le-tega, na kakšen način imajo priložnost spoznati vzgojo za medije, in nato svoje znanje in spoznanje prenesti na mlajše generacije.

Izobraževanje odraslih je razvejan sistem, v katerem so poleg tradicionalnih oblik izobraževanja, ki vodijo v pridobitev izobrazbe, tudi enostavnejše neformalne alternativne oblike izobraževanja odraslih. Velika razvejanost področja izobraževanja odraslih se kaže v številnih izobraževalnih in drugih zavodov ter izobraževalnih programov.

Zoran Jelenc v Terminologiji izobraževanja odraslih (1991) navaja in pojasnjuje 2 obliki izobraževanja odraslih:

1. FORMALNO IZOBRAŽEVANJE ODRASLIH je vsako formalno strukturirano in sekvenčno organizirano izobraževanje odraslih, v katerem učenci sledijo izobraževalnemu programu, ki ga načrtuje in vodi učitelj. Gre za izobraževanje odraslih, ki naj privede do neke vrste formalno potrjenih izobraževalnih rezultatov, kot so dosežena stopnja izobrazbe, diploma ali poklicna kvalifikacija.
2. NEFORMALNO IZOBRAŽEVANJE ODRASLIH je strukturirano, sosledično organizirano izobraževanje za odrasle, ki ni namenjeno pridobivanju formalnega izkaza, kot so spričevalo, diploma, javno priznana stopnja izobrazbe ali usposobljenosti, temveč je namenjeno zadovoljitvi nekaterih drugih, navadno neposrednih interesov in potreb odraslega. Neformalno izobraževanje odraslih je izobraževanje, pri katerem je učenje sicer namerno, učni proces pa ni strukturiran v obliki razredov pod vodstvom učitelja, ki naj bi bil odgovoren za izobraževanje učencev, niti ni potrebno, da bi se proces organiziral sosledično.

Tradicionalne organizacije, kjer se ukvarjajo z izobraževanjem odraslih, so ljudske univerze. Za izobraževanje odraslih so pomembne tudi organizacije, ki izvajajo izobraževanje poleg neke druge glavne dejavnosti: izobraževalni centri v podjetjih, organizacije s področja kulture, politike, prostega časa, idr.

Številni izobraževalci po svoji dejavnosti niso opredeljeni kot izobraževalne organizacije, to so predvsem društva in zveze. V zadnjih letih se zelo hitro razvijajo in ustanavljajo zasebne organizacije, ki ponujajo programe na področjih tujih jezikov, računalništva, itd. razvijajo se tudi alternativni neformalni izobraževalni programi, ki so namenjeni posebnim ciljnim skupinam, npr. Univerza za tretje življenjsko obdobje, Projektno učenje za mlade, Duhovna univerza, Usposabljanje za življenjsko uspešnost, Program 5000 za izobraževanje brezposelnih oseb (glej MZŠŠ 2000: 13).

Novejše oblike neformalnega izobraževanja nastajajo v glavnem v okviru projektov, ki jih je razvil Andragoški center Republike Slovenije, kot so središča za samostojno učenje, borze znanja, študijski krožki, centri za izobraževanje na daljavo,...

Programi neformalnega izobraževanja so namenjeni različnim ciljnim skupinam in v večini teh programov ni omejitev ob vstopu, razen v programih, kjer se zahteva ustrezno predznanje. Kurikuli so odprti, trajanje večinoma ni omejeno, ob koncu udeleženci dobijo potrdila o opravljenem programu ali posebne licence (glej MZŠŠ 2000: 14).

3. 3 IZOBRAŽEVANJE ODRASLIH V SLOVENIJI

V Sloveniji področje izobraževanja odraslih ureja zakon o izobraževanju odraslih (ZIO), ki je bil sprejet leta 1996. Njegov prvi člen pravi, da izobraževanje odraslih obsega izobraževanje, izpopolnjevanje, usposabljanje in učenje oseb, ki so izpolnile osnovnošolsko obveznost in si želijo pridobiti, posodobiti, razširiti in poglobiti znanje, pa pri tem izobraževanju nimajo statusa učenca, dijaka ali študenta.

Odrasli imajo pravico in možnost, da dokazujejo svoje znanje z izpiti pri državnem izpitnem centru, ne glede na način pridobivanja tega znanja (<http://www.mss.gov.si/index.php?id=663>, 21. 12. 2006).

Andragoški center Slovenije (v nadaljevanju ACS) je osrednja ustanova za razvoj, raziskovanje in svetovanje na področju izobraževanja odraslih. Želi razvijati kulturo vseživljenjskega učenja in izobraževanja odraslih v Sloveniji. Z izobraževanjem odraslih lahko izboljšujemo izobrazbeno in kulturno raven naroda, širimo znanje, povečujemo kakovost življenja in nenazadnje demokratizacijo družbe.

Mag. Jasmina Mirčeva je v letih 1991 do 1993 v okviru ACS izvedla raziskavo z naslovom *Potrebe po izobraževanju odraslih*. Raziskava je bila opravljena v okviru širšega projekta *Izobraževanje odraslih kot dejavnik razvoja Slovenije* in je potekala kot sestavni del mednarodne raziskave o pismenosti odraslih. Z raziskavo je avtorica želela ugotoviti stanje in trende vključenosti odraslih v izobraževanje v Sloveniji ter preučiti družbene ter demografske dejavnike, ki na to vplivajo.

Rezultati raziskave so pokazali, da se v Sloveniji kar 41,5 odstotkov odraslih ne izobražuje in tudi nima želje po izobraževanju. Mirčeva je obravnavala tudi dejavnike, ki spodbujajo ali ovirajo odraslim dostop do izobraževalnih dejavnosti ter identificirala bolj problematične kategorije odraslih, ki manj sodelujejo ali sploh ne sodelujejo pri izobraževanju, nato pa je na podlagi teh dejavnikov predlagala mehanizme in ukrepe, ki odraslim olajšujejo dostop do izobraževanja ter zmanjšujejo razkorak med izobraževalno privilegiranimi in izobraževalno deprivilegiranimi (http://www.acs.si/projekti/002/default_p.htm, 20. 01. 2007).

Po podatkih v Resoluciji o nacionalnem programu za izobraževanje odraslih (ReNPIO, 2004) je bil leta 2002 v Sloveniji delež odraslih (25 – 64 let), vključenih v izobraževanje 8,8%. Povprečje EU je sicer znašalo 8,5%, vendar zaostajamo zlasti za skandinavskimi državami, Nizozemsko in Veliko Britanijo in tudi za ciljem EU, ki je del Lizbonske strategije, da naj bi do leta 2010 dosegli stopnjo udeležbe prebivalstva v starosti od 25 do 64 let v vseživljenjskem učenju najmanj 12,5%.

Vrhovnikova (2003: 10) po mednarodnih raziskavah v Beli knjigi o izobraževanju odraslih navaja, da je naša zakonska ureditev izobraževanja odraslih zelo razpršena in slabo pregledna. Naprednejše države imajo izobraževanje odraslih bolj celostno in podrobneje urejeno kot mi. Temeljna značilnost, ki Slovenijo loči od razvitejših držav, je financiranje, saj zelo majhen delež javnih sredstev namenjamo za izobraževanje odraslih. Poleg tega so zabrisana razmerja med pristojnostmi države in lokalnimi skupnostmi pri splošnem izobraževanju odraslih, neustrezna pa je tudi upravna organiziranost v lokalnih skupnostih.

Program izobraževanja odraslih v Sloveniji za leto 2006 kot prednostno nalogo navaja sprejem Nacionalne strategije za razvoj pismenosti (NSRP) in Akcijskega načrta za uresničevanje nacionalne strategije v obdobju 2007 – 2013.

Vlada Republike Slovenije si je zadala cilj, da do leta 2012 (Unescovo desetletje pismenosti) posebno pozornost nameni dvigu pismenosti celotnega prebivalstva Slovenije na primerljivo raven najbolj razvitih držav Evropske unije.

Za udejanjanje strategije so odgovorna vsa ministrstva ter vladne in nevladne institucije, skrb za to pa je bila zaupana Nacionalnemu svetu za pismenost pri Vladi Republike Slovenije. To je neodvisno telo, ki naj bi strategijo usmerjalo, sestavljajo pa ga strokovnjaki s področja pismenosti od predšolske vzgoje do tretjega življenjskega obdobja ter predstavniki vladnih resorjev, ključnih za razvoj pismenosti. V trenutni sestavi sveta ni strokovnjakov s področja medijev in medijske pismenosti, čeprav osnutek strategije omenja tudi tovrstno obliko pismenosti: "Poleg zmožnosti branja, pisanja in računanja, ki veljajo za temeljne zmožnosti pismenosti, se danes poudarja tudi pomen drugih zmožnosti (npr. poslušanje) in novih pismenosti, kot so informacijska, digitalna, medijska pismenost in druge, ki so pomembne za uspešno delovanje v družbi." (NSRP 2005: 5-6) Vlada Republike Slovenije je leto 2007 razglasila za nacionalno leto pismenosti in v tem letu naj bi se tudi pričelo izvajanje oz. udejanjanje predstavljenе strategije.

Zapiskov in literature o tem, če je vzgoja za medije v Sloveniji vključena tudi na področju izobraževanja odraslih in kakšne so njihove potrebe na omenjenem

področju, nisem našla, zato sem izvajalcem izobraževanja odraslih poslala vprašalnik, ki ga bom natančneje predstavila v empiričnem delu diplomske naloge.

4. VZGOJA ZA MEDIJE V TUJINI IN PRIMERJAVA S SLOVENIJO

Začetno fazo vzgoje za medije v Evropi lahko imenujemo »aristokratski pristop«, saj je otrokom in mladim posredovala znanje o dobrem okusu in visoki kulturi kot kulturnem kapitalu, pridobljenem v izobraževalnem procesu.

Novejši modeli pa so bolj »populistični«, saj kulturo mladih sprejemajo brez kritike. Novejši pristopi k vzgoji za medije vključujejo kombinacijo lastne medijske produkcije učencev in analizo medijev (glej Erjavec 2000: 23).

V zadnjem desetletju se je status vzgoje za medije v mnogih državah po svetu izboljšal, čeprav so jo le redke države vključile v šolski učni sistem.

Erjavčeva (2000: 22) ugotavlja, da je splošen razvoj vzgoje za medije še vedno v začetni fazi, da pobudniki zahtevajo vključevanje vzgoje za medije v vse temeljne predmete osnovnih in srednjih šol, čeprav vključevanje vzgoje za medije pogosteje poteka v srednjih kot v osnovnih šolah, temeljni problem vključevanja pa je izobraževanje učiteljev.

Podobno kot v Sloveniji se tudi v državah po svetu ubadajo s problemom pomanjkanja strokovne literature na področju vzgoje za medije in s pomanjkanjem strokovno usposobljenega kadra.

V Evropi so vzgojo za medije najprej vpeljali v Franciji, kjer so se ukvarjali predvsem s filmsko vzgojo.

Medijska pismenost je obvezen del jezikovnega pouka od sedmega do dvanajstega razreda tudi v Veliki Britaniji, Kanadi in Avstraliji. Usposabljanje, ki so ga deležni

učitelji v ZDA, temelji na modelih britanskih strokovnjakov, kot so Len Masterman, David Beckham, David Lusted in Cary Bazelgette.

Pomen vzgoje za medije narašča tudi v Nemčiji, ki ima dolgo tradicijo na področju vzgoje za medije v okviru osnovnošolskega in srednješolskega izobraževanja. Nemški model vzgoje za medije omejujejo običajni problemi izbirnega predmeta s slabo pripravljenostjo učiteljev vred (samo tretjina prihodnjih učiteljev posluša vzgojo za medije na univerzi) (glej Erjavec 2000: 30).

Na Švedskem je vzgoja za medije obvezen predmet od leta 1975 dalje, na Norveškem pa je sestavni del vseh predmetov v osnovni šoli.

Številne študije o vključitvi vzgoje za medije v šolski predmetnik vseh izobraževalnih ravni so narejene tudi v Avstriji, ZDA, Italiji, Danski in na Nizozemskem.

V zahodnoevropskih državah šolske oblasti izhajajo iz stališča, da je šola ključna institucija za prenašanje znanja in spretnosti osnovne medijske pismenosti, ki otroke lahko nauči kritičnega pristopa do medijev in jim pomaga razviti samostojnost v mišljenju. Menijo, da je nujno potrebno, da vzgoja za medije dobi v medijsko zasičenih državah primerno mesto v šolskem sistemu. Želja pobudnikov vzgoje za medije po svetu je, da bi jo integrirali na vse ravni izobraževanja.

Med državami po svetu so opazne razlike v stopnjah integracije vzgoje za medije v šolski predmetnik, prav tako pa so opazne razlike v ciljih vzgoje za medije, predvsem med zahodnimi in drugimi državami. Cilj vzgojiti kritičnega, neodvisnega in aktivnega državljana poudarjajo pobudniki vzgoje za medije iz Avstralije, Severne Amerike in Evrope. Azijski, afriški in južnoameriški zagovorniki vzgoje za medije pa poudarjajo vlogo vzgoje za medije pri osvobajanju in razvoju celotne družbe, pri boju za demokratizacijo kot družbeno pravico vseh, tudi marginaliziranih družbenih skupin (glej Erjavec 2000: 26).

Tufte (Von Feilitzen 1999: 207) našteva ključne koncepte vzgoje za medije v Evropi:

- komunikacija in mediji (teorija komuniciranja, kulture, socializacija in mediji),
- zgodovina medijev (zgodovinski razvoj medijev od tiska do multimedijske tehnologije),
- medijski prejemniki/občinstvo (teorija medijske recepcije),
- medijska besedila (žanri, medijski jezik, medijska estetika),
- medijske oblike (značilnosti različnih medijev),
- samoprodukcija (vpogled v uporabo medijev iz estetskega vidika in kot sredstva za komuniciranje).

V Evropi pomeni vzgoja za medije področje znanja, ki vključuje pridobivanje analitičnih spretnosti in posameznikovo sposobnost izražanja v estetskem in tehnološkem vidiku.

"Alternativno definicijo" vzgoje za medije zagovarja indijski predstavnik Komar (1999) in je značilna za afriške, azijske in južnoameriške države, saj poudarja principe, kot so družbena pravica, pluralizem in kultura, jezik in religija, ter osnovno pravico do komuniciranja.

Komar (1999: 247): *"Vzgoja za medije je izobraževalni proces/praksa, ki želi članom družbe omogočiti ustvarjalno in kritično participacijo (na ravni produkcije, distribucije in sprejemanja) z uporabo tehnoloških in tradicionalnih medijev za razvoj in osvoboditev posameznikov in družbe, kot tudi za demokratizacijo komunikacije."*

Raznoliki pristopi so v zadnjem času povzročili mnoge pobude za sintezo osnovnih idej in iskanje soglasja o temeljnih ciljnih vzgoje za medije.

Na konferenci, ki združuje ameriške projekte vzgoje za medije, so definirali medijsko pismenost kot sposobnost "dostopa, analize, ocenjevanja in oblikovanja sporočil v različnih oblikah" (Aufderheide 1997: 79).

Soglašali so, da mora vzgoja za medije vključevati naslednje elemente (Aufderheide 1997: 80):

- mediji so konstruirani in konstruirajo realnost;
- medijska oblika in vsebina sta povezani z medijsko tehniko;
- vsak medij ima svoje estetske značilnosti, kode in konvencije;
- mediji imajo ideološki in politični vpliv;
- ključni motiv medijev je dobiček;
- vsak prejemnik individualno interpretira medijska sporočila.

Skupna točka različnim konceptom vzgoje za medije po svetu je, da mora vzgoja za medije izhajati iz vsakdanjih izkušenj, vključevati mora vse medije od tiska do interneta, upoštevati mora lokalni in globalni proces medijske komunikacije, naučiti mora ustvarjanja medijskih vsebin, cilj pa mora biti medijsko pismen državljan, ki bo sposoben sodelovati v družbeni komunikaciji.

V Sloveniji so na Fakulteti za družbene vede v Ljubljani razvili koncept vzgoje za medije in pri tem upoštevali koncepte vzgoje za medije v svetu in specifičnost slovenskega vzgojno-izobraževalnega, medijskega in družbenega sistema. Ključni cilj je vzgojiti in izobraziti avtonomnega, kompetentnega in družbeno aktivnega državljana, ki zna kritično izbirati kakovostne informacije in odgovorno komunicirati v medijskih in družbenih procesih.

S prenovo osnovne šole in oblikovanjem nove devetletne osnovne šole je vzgoja za medije tudi v Sloveniji formalno postala del šolskega kurikulumu. Vzgoja za medije obravnava teme, kot so medijski žanri, novinarsko delo, novinarska etika, oglaševanje in zgodovina množičnih medijev. Namen vzgoje za medije je, da se učenci naučijo analizirati, kritično ocenjevati in izdelovati različno medijsko vsebino. Učenci naj bi ozavestili svoje medijske navade in postali kritični in selektivni medijski porabniki.

5. RAZLOGI ZA NUJNOST UVEDBE VZGOJE ZA MEDIJE ZA ODRASLE

Erjavec in Volčič (1999: 13) ugotavljata, da je za večino Slovencev televizija eden od osnovnih virov zabave in informacij, in ob tem poudarjata, da ne samo otroci, ampak tudi odrasli težko odbirajo sporočila (kaj je informacija, kaj oglas,...). Večina prebivalstva ni dobila formalne izobrazbe o medijih, zato bere časopise, posluša radio in gleda televizijo brez predhodnega poznavanja zakonitosti medijskega delovanja (Erjavec 2000: 674).

Avtorji poročila o medijski pismenosti v informacijski dobi (Končina in drugi 2000: 11) so leta 2001 izrazili potrebo po medijski pismenosti odraslih. Poudarili so, da ne gre za enkratni proces, ki se zaključi na določeni točki, ampak za vsestranski in vseživljenski proces, vzdolž katerega se ljudje razvrščajo glede na veščine in znanje. V ta kontinuum pa je po njihovem mnenju nujno potrebno uvrstiti tudi odrasle.

Na odsotnost tradicije demokratične javnosti opozarjajo tudi nekateri tuji strokovnjaki, in to ponuja še dodaten razlog za nujnost medijskega opismenjevanja slovenskih odraslih. Sawano (2002: 259) opaža, da v državah, ki so se v zadnjem desetletju soočale s prehodom medijskega lastništva in nadzora (tudi Slovenija), kjer so se mediji demokratizirali in pluralizirali po osvoboditvi izpod socialističnega režima oz. apartheida, s pospešenim vključevanjem v globalno ekonomijo že doživljajo negativen vpliv komercializacije medijev. Sawano zato opozarja, da je potreba po medijski pismenosti med državljani zato še toliko večja, še posebej razvijanje kritičnega pogleda na medijske vsebine.

Podobno ugotavljata tudi Erjavec in Volčič (2000: 8), ki menita, da potreba po vzgoji za medije v državah v politični in ekonomski tranziciji še nikoli ni bila tako nujna, kot je danes, saj državljani v postsocialističnih državah niso najbolje opremljeni z veščinami in znanjem za kritično ocenjevanje medijske sfere, zato gre po njunem mnenju za *"slepo sprejemanje medijskih sporočil"*.

Cilj vzgoje za medije torej ni preprečiti ljudem gledanje televizije, ampak spremeniti njihov način, kako sprejemajo medijska sporočila. Pasivne gledalce in potrošnike je potrebno spremeniti oz. vzgoji v aktivne in kritične medijske uporabnike in državljane (Erjavec, Volčič 1999: 23).

Mastermann (2001: 2) ponuja sedem razlogov, ki pričajo o tem, zakaj bi nujno morali dati vzgoji za medije prednost:

1. *Visoka stopnja medijske potrošnje in prežetost današnjih družb z mediji.*
2. *Ideološka pomembnost medijev in vpliv medijev kot industrij.*
3. *Rast upravljanja in proizvodnje informacij ter njihovo širjenje prek medijev.*
4. *Vedno večje vstopanje medijev v naše osrednje demokratične procese.*
5. *Vedno večja pomembnost vizualnih komunikacij in informacij na vseh področjih.*
6. *Pomembnost usposabljanja učencev za odgovarjanje na zahteve prihodnosti.*
7. *Hitro rastoči nacionalni in mednarodni pritiski za privatiziranje informacij.*

6. RAZISKAVA IZOBRAŽEVANJA ODRASLIH NA PODROČJU VZGOJE ZA MEDIJE V SLOVENIJI

6.1 NAMEN VPRAŠALNIKA ZA IZVAJALCE IZOBRAŽEVANJA ODRASLIH

S strukturirano anketo sem želela ugotoviti obstoječe stanje na področju vzgoje za medije v Sloveniji in zaznati izobraževalne potrebe odraslih na omenjenem področju. Namen vprašalnika je bil predvsem ugotoviti, kakšna je ponudba in kakšne so potrebe po razvoju neformalnih izobraževalnih programov za medijsko opismenjevanje odraslih.

K sodelovanju sem poskušala pritegniti vse organizacije, ki se ukvarjajo z izobraževanjem odraslih. Dostop do baze naslovov izvajalcev mi je omogočil Andragoški center Slovenije, pomagala pa sem si tudi z elektronskimi naslovi.

Zbirala sem podatke o:

- seznanjenosti izvajalcev izobraževanja odraslih z uvedbo predmeta vzgoje za medije v 7., 8. in 9. razred devetletke,
- izobraževalnih programih, ki jih organizacija izvaja v šolskem letu 2002/2003 in vsebujejo sestavine vzgoje za medije,
- predavateljih, ki so izvajali navedene izobraževalne programe,
- ciljni skupini, ki ji je bil naveden izobraževalni program namenjen,
- mnenju, na koga je potrebno vzgojo za medije najprej in najpomembneje nasloviti,
- pomembnosti vsebin oz. tem, ki jih zajema vzgoje za medije,
- predlogih in mnenjih, kako vzgojo za medije najlažje približati odraslim.

6.2 DOLOČITEV SUBJEKTOV ANKETIRANJA

Subjekti anketiranja:

- Ljudske univerze,
- Univerze za III. življenjsko obdobje,
- srednje šole z oddelki za izobraževanje odraslih,
- višje strokovne šole,
- visoke šole,
- zasebne izobraževalne organizacije.

6.3 POPULACIJA

Z vprašalnikom sem zajela organizacije, ki se ukvarjajo z izobraževanjem odraslih in so zbrane v bazi naslovov Andragoškega centra Republike Slovenije.

Vseh subjektov, na katere sem naslovila vprašalnik, je bilo 289. Že predhodno sem izločila naslovnike, za katere sem predvidevala, da ne sodijo v skupino anketirancev, saj se ne ukvarjajo neposredno z izobraževanjem odraslih oz. ne ustrezajo tematiki, ki jo želim proučiti. Izločila sem centre za socialno delo, občine in župane, zavode za zaposlovanje, muzeje, galerije, splošne, specialne in

visokošolske knjižnice, agencije za razvoj, sindikate, ministrstva, združenja, zbornice in izobraževalne centre v podjetjih.

6.4 ČAS ANKETIRANJA

Anketiranci so imeli 20 dni časa, da so odgovorili na vprašalnik, v tem času pa sem bila dostopna tudi na elektronskem naslovu, kamor so se ob morebitnih težavah pri odgovarjanju na vprašalnik lahko obračali po pomoč. 80% naslovnikov ga je prejelo po elektronski pošti, 20% pa po pošti v pisemski ovojnici.

Vprašalnik je zajemal 8 vprašanj. Prvi dve vprašanji sta bili namenjeni identifikaciji, anketiranci so vpisali naziv in kraj, v katerem organizacija deluje. Sledilo je 6 odprtih vprašanj, ki so se direktno navezovali na vzgojo za medije in pri katerih so anketiranci lahko izrazili svoje mnenje.

Poleg vprašalnika so naslovniki prejeli tudi *Prošnjo za izpolnitev vprašalnika*, v kateri sem jim pojasnila, kaj želim ugotoviti z vprašalnikom in kaj sploh pomenita izraza “vzgoja za medije” in “medijska pismenost”.

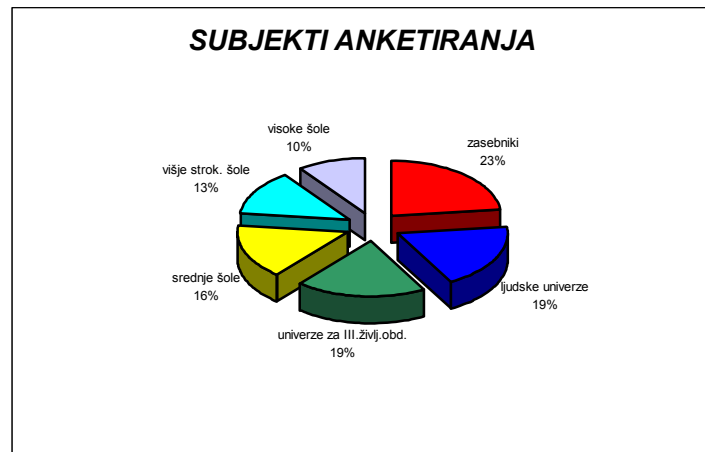
Vsakemu vprašanju sem dodala tudi navodilo, kako ga izpolniti (obkrožiti, podčrtati, razvrstiti, vpisati).

6.5 OBDELAVA IN INTERPRETACIJA IZIDOV VPRAŠALNIKA

Izide vprašalnika bom predstavila glede na zastavljena vprašanja. Analizo sem izvedla s pomočjo računalniškega programa Microsoft Excel. Ker je bilo podatkov premalo za statistično analizo razlik med populacijami, bom navedla le rezultate ferkvenčne analize.

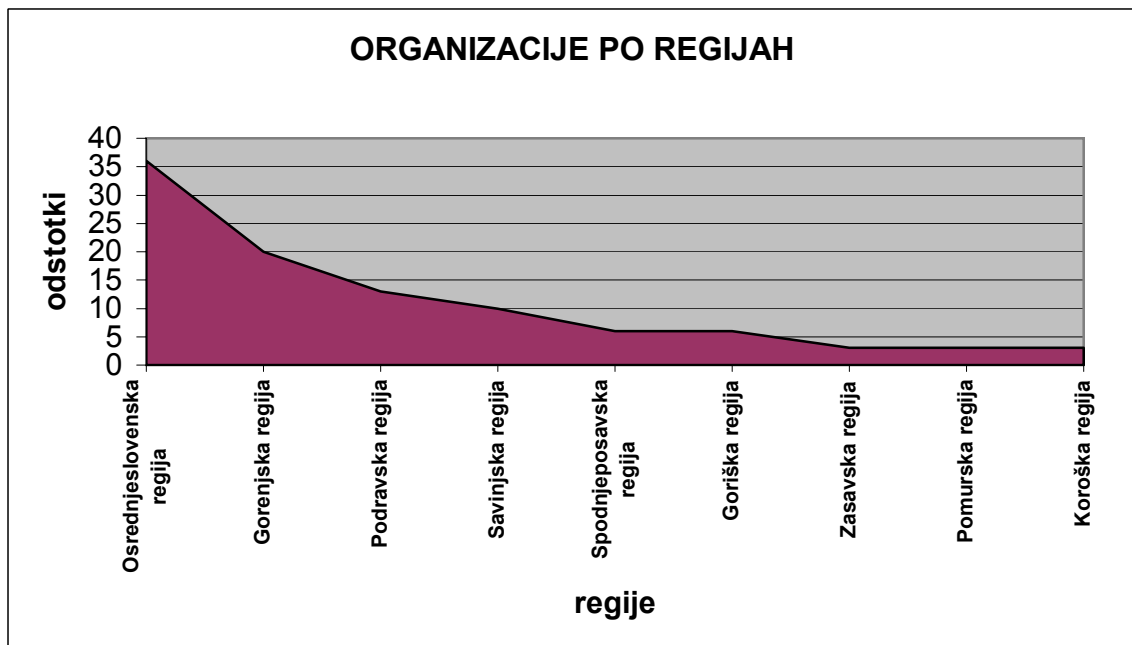
Vprašalnik je izpolnilo 32 predstavnikov organizacij. To je 11,07% od celotne skupine naslovnikov. Anketo je izpolnilo 19% Ljudskih univerz, 23% zasebnih izobraževalnih organizacij, 19% Univerz za III. življenjsko obdobje, 16% srednjih šol z oddelki za izobraževanje odraslih, 13% višjih strokovnih šol in 10% visokih šol.

Slika 6. 5. 1: SUBJEKTI ANKETIRANJA



36% organizacij, ki so izpolnile vprašalnik, spada v Osrednjeslovensko regijo, 20% v Gorenjsko regijo, 13% v Podravsko, 10% v Savinjsko regijo, po 6% v Spodnjeposavsko in v Goriško, po 3% pa v Zasavsko, Pomursko in Koroško regijo.

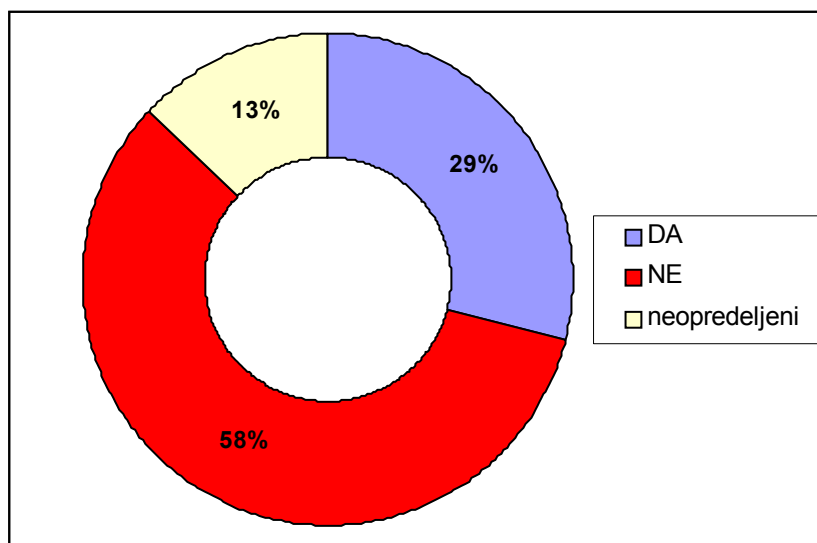
Slika 6. 5. 2: ORGANIZACIJE PO REGIJAH



6.5.1 Ali ste bili seznanjeni z uvedbo predmeta vzgoja za medije v 7., 8. in 9. razred devetletke?

29% vprašanih je na zastavljeno vprašanje odgovorilo pritrdilno, kar 58% jih ni bilo seznanjenih z uvedbo predmeta v devetletko, 13% pa se do vprašanja ni opredelilo. Največ pritrdilnih odgovorov so podale Univerze za III. življenjsko obdobje, največ negativnih pa srednje šole z oddelki za odrasle in visoke šole.

Slika 6. 5. 1. 1: SEZNANJENOST Z UVEDBO VZGOJE ZA MEDIJE V DEVETLETKO



6.5.2 Izobraževalni programi, ki jih izvajajo v letošnjem šolskem letu in vsebujejo sestavine vzgoje za medije

Zanimale so me vrste izobraževalnih programov, ki jih organizacija izvaja v letošnjem šolskem letu, in po njihovem mnenju vsebujejo sestavine vzgoje za medije. Spraševala sem tudi po predavatelju, ki program izvaja, in po ciljni skupini, ki ji je izobraževanje namenjeno. Organizacije so navedle precej programov, ki bi po njihovem mnenju lahko vsebovali sestavine vzgoje za medije. Takšnih, ki se popolnoma nanašajo na omenjen predmet, je bilo malo.

Največ programov, ki zajemajo vsebine vzgoje za medije, izvajajo Univerze za III. življenjsko obdobje:

- Tečaj lepega in pravilnega govorjenja,
- krožek »Beremo z Manco Košir«,
- Tečaj pisnega in ustnega komuniciranja,
- Novinarski krožek,
- tečaji računalništva in uporabe interneta,
- Krožek mediji in novinarstvo,
- Ustvarjalno pisanje,
- Novinarsko-diskusijska skupina,
- Novinarsko-literarna skupina,
- Rekreativno pisanje.

Srednje šole z oddelki za izobraževanje odraslih in višje strokovne šole so navajale predpisane programe, ki jih izvajajo in ki po njihovem mnenju delno ustrezajo vzgoji za medije, predvsem s programi slovenskega jezika, psihologije in sociologije. Rezultati visokih šol so pokazali, da po njihovem mnenju večinoma ne izvajajo programov, ki bi ustrezali zahtevam obravnavanega predmeta, prav tako odgovora na to vprašanje niso podale zasebne izobraževalne organizacije.

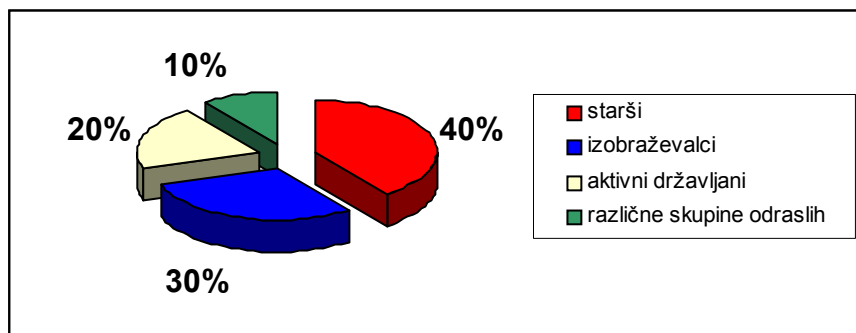
6.5.3 Ciljne skupine odraslih, na katere je vzgojo za medije najpomembneje nasloviti

Vsak anketiranec je navedel tri ciljne skupine odraslih, na katere bi bilo po njihovem mnenju potrebno vzgojo za medije najprej in najpomembneje nasloviti. Odgovori so razvrščeni v 4 osnovne ciljne skupine, ki si sledijo po pomembnosti (od najbolj pomembne skupine navzdol):

- STARŠI – 40%
- IZOBRAŽEVALCI – 30%:
 - vzgojitelji,
 - učitelji,
 - predavatelji,
 - ravnatelji,
- AKTIVNI DRŽAVLJANI - 20%:

- intelektualci,
 - zaposleni v medijih,
 - družbeno angažirani odrasli,
 - starejši, upokojeni izobraženci,
 - člani političnih strank,
 - odrasli, ki sledijo smernicam sodobnega sveta.
- RAZLIČNE SKUPINE ODRASLIH – 10% :
 - odrasli
 - odrasli, vključeni v izobraževalne programe,
 - brezposelni,
 - gospodinje,
 - ženske.

Slika 6. 5. 3. 1: CILJNE SKUPINE ODRASLIH, NA KATERE JE POTREBNO NASLOVITI VZGOJO ZA MEDIJE



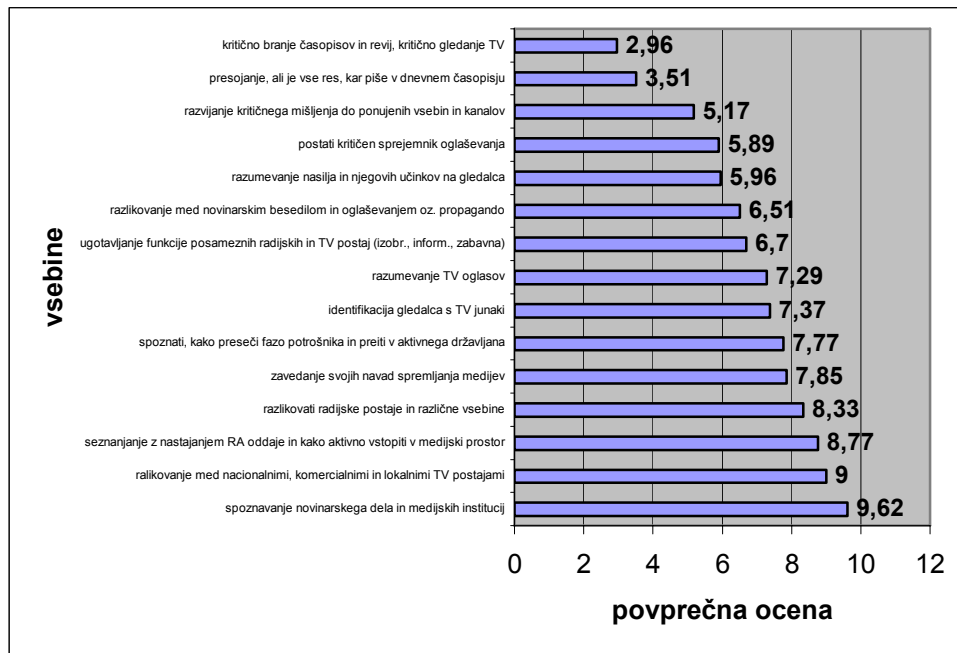
6.5.4 Vsebine vzgoje za medije po pomembnosti

Navedla sem 15 vsebin oz. tem vzgoje za medije. Anketiranci so jih s številkami od 1 do 15 označili po pomembnosti. Če so temo označili s številko 1, se jim je zdela zelo pomembna za obravnavo, vedno višjo vrednost so ji dodajali, manj pomembna se jim je zdela, do 15, ki velja za nepomembno temo, ki bi jo bilo po njihovem mnenju potrebno obravnavati v okviru vzgoje za medije.

Shema prikazuje povprečne vrednosti, ki so jih anketiranci dodelili določenim temam. Najpomembnejše se jim je zdelo, da bi odrasle »naučili« kritičnega branja časopisov

in revij ter kritičnega spremljanja TV. Najmanj pomembno pa je po njihovem mnenju udeležence v okviru vzgoje za medije seznaniti z novinarskim delom in medijskimi institucijami.

Slika 6. 5. 4. 1: VSEBINE VZGOJE ZA MEDIJE PO POMEMBNOSTI



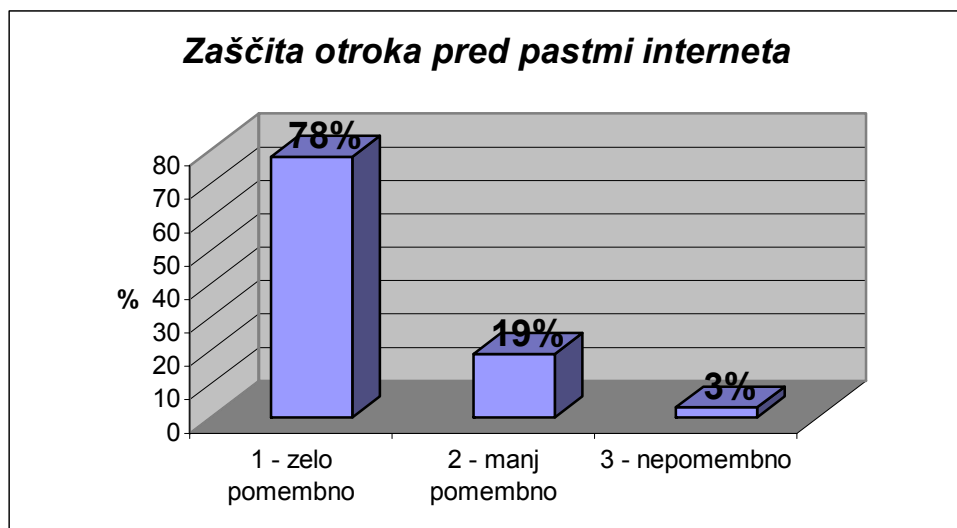
6.5.5 Internet

Poleg tiska, radia in televizije je eden ključnih medijev v današnji družbi tudi internet, zato so bile anketirancem ponujene 4 vsebine znotraj interneta. Ocenjevali so jih z ocenami od 1 do 3, glede na to, katera vsebina se jim zdi v okviru vzgoje za medije bolj pomembna za obravnavo.

Na splošno so se anketiranci odločali precej podobno, saj so bile razlike v odstotkih med posameznimi odgovori majhne. Na prvo mesto so uvrstili temo, **kako zaščititi otroka pred pastmi interneta**, sledili pa sta temi o **iskanju vsebin po internetu** in o **razlikovanju med kvalitetnimi in nekvalitetnimi vsebinami na internetu**. Vprašanim se je zdelo manj pomembno naučiti, kakšne so osnovne značilnosti delovanja interneta in kakšne so njegove prednosti in pomanjkljivosti.

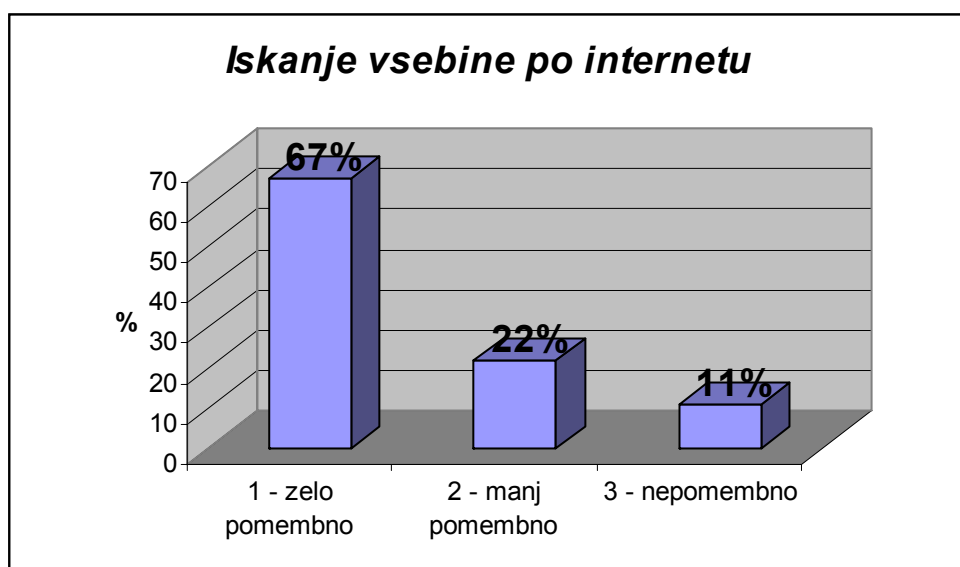
Slike 6. 5. 5. 1, 6. 5. 5. 2, 6. 5. 5. 3, 6. 5. 5. 4 in 6. 5. 5. 5 prikazujejo, kako pomembne se zdijo vprašanim posamezne vsebine v sklopu interneta.

Slika 6. 5. 5. 1: ZAŠČITA OTROKA PRED PASTMI INTERNETA



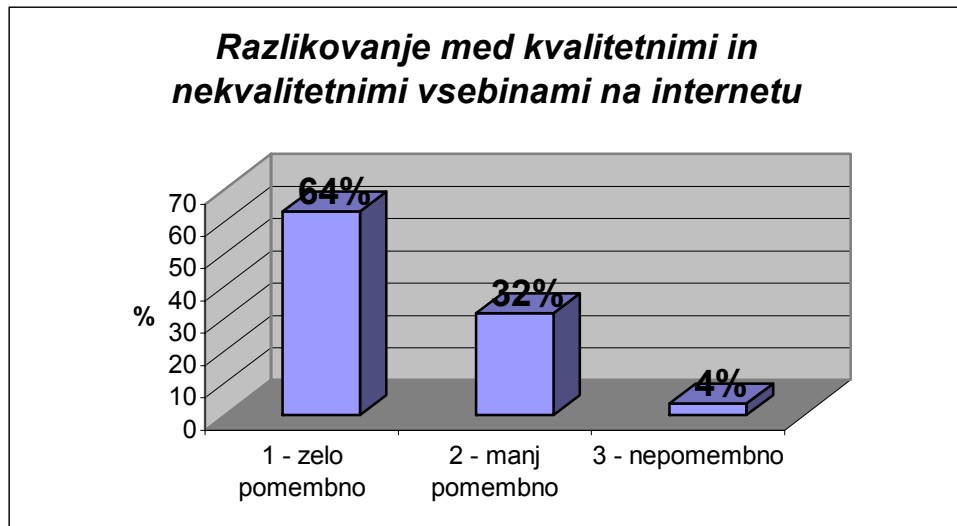
Internet je vse bolj prisoten tudi v slovenskih šolah. Raziskave so pokazale, da so že skoraj vsi dijaki slišali za internet, vendar ga uporablja manjši delež dijakov. Anketirancem se zdi zelo pomembno dijake zaščititi pred neprimernimi vsebinami, ki prežijo nanje na spletnih straneh.

Slika 6. 5. 5. 2: ISKANJE VSEBINE PO INTERNETU



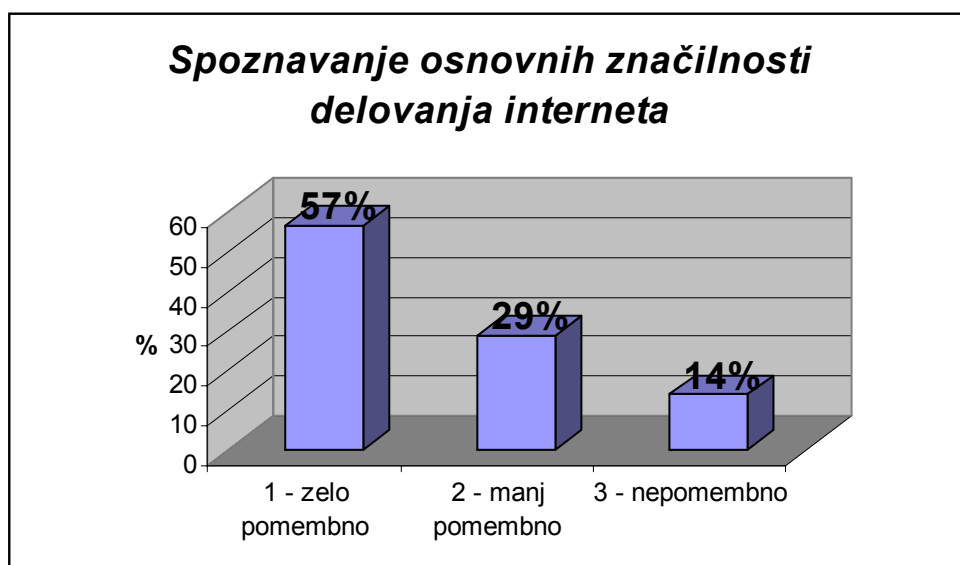
Tako odrasle kot mlajše je potrebno naučiti, kje in kako najti primerno in kvalitetno vsebino na spletu.

Slika 6. 5. 5. 3: RAZLIKOVANJE MED KVALITETNIMI IN NEKVALITETNIMI VSEBINAMI NA INTERNETU



Eden ključnih dejavnikov je tudi, da znamo razlikovati, katere vsebine so kvalitetne in katere ne.

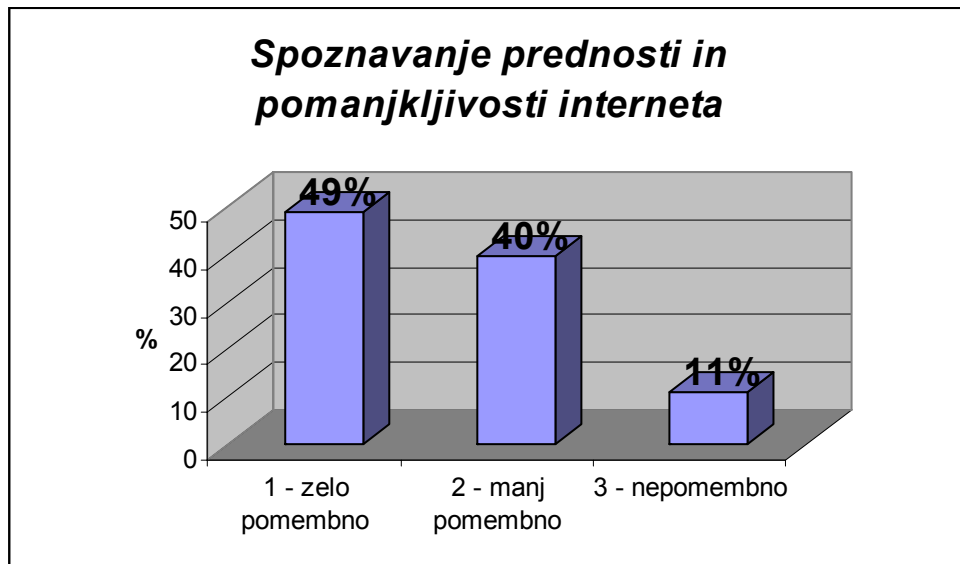
Slika 6. 5. 5. 4: SPOZNAVANJE OSNOVNIH ZNAČILNOSTI DELOVANJA INTERNETA



Učitelji in pedagogi vpeljujejo internet med poukom načrtno in ga vključujejo po posameznih fazah. Učenci ga najprej uporabljajo za pridobivanje informacij, ki so

povezane s pisanjem raznih seminarskih nalog, referatov in drugih samostojnih izdelkov. Anketirancem se je zdelo pomembno, da za nadaljnjo uporabo uporabniki spoznajo najprej osnovne značilnosti elektronskega medija.

Slika 6. 5. 5: SPOZNAVANJE PREDNOSTI IN POMANJKLJIVOSTI INTERNETA



Anketiranci so vsem temam v okviru interneta dali visok odstotek pomembnosti obravnave, kar kaže na to, da se zavedajo resnosti problematike, ki jo prinaša relativno nov in neznan, pa vedno bolj razširjen medij.

6.5.6 Kako vzgojo za medije približati odraslim

Za konec sem anketirance povprašala, kako bi lahko po njihovem mnenju vzgojo za medije najlažje in najbolj učinkovito približali odraslim.

Približno 60% vseh odgovorov se je nanašalo na **izobraževalne oddaje v medijih o medijih**, 30% vprašanih meni, da bi bilo potrebno vzgojo za medije uvesti tudi v **neformalno izobraževanje (delavnice, seminarji, predavanja, študijski krožki in tečaji na to temo)**.

10% vprašanih je navedlo različne načine in predloge, kako približati odraslim vzgojo za medije, in to so:

- vzgojo za medije je treba uvesti kot obvezni predmet na vse stopnje šolanja,
- potrebne so aktivne metode poučevanja,
- z individualnimi vključitvami pri posameznih projektih,
- treba jo je vključiti v sorodne vsebine,
- s praktičnim delom in uporabnimi vsebinami.

Slika 6. 5. 6. 1: KAKO VZGOJO ZA MEDIJE PRIBLIŽATI ODRASLIM



6.6 DISKUSIJA

Namen empiričnega dela je bil ugotoviti, kakšno je obstoječe stanje na področju vzgoje za medije za odrasle v Sloveniji in kakšne so potrebe odraslih po medijskem opismenjevanju.

Na vprašalnik je odgovorilo le dobrih 11% anketirancev, od tega je 1% vprašanih odgovorilo, da v svojih izobraževalnih programih nimajo nobenih podobnih vsebin in ne izvajajo programov, ki bi jih lahko navedli v odgovorih, zato na vprašalnik ne morejo odgovoriti.

Iz tega ugotavljam, da se velika večina izbranih izobraževalnih organizacij ne ukvarja z vzgojo za medije in z njej podobnimi programi ali pa ne kaže nobenega zanimanja zanjo.

Iz dopisov, ki sem jih prejela poleg (ne)izpoljenih vprašalnikov, sem razbrala, da se anketiranci dobro zavedajo vpliva množičnih medijev v sodobni družbi, ki je zelo velik in odločujoč. Strinjajo se, da je tovrstno izobraževanje še kako pomembno približati odraslim.

Elektronskih pisem in telefonskih pogovorov v analizo nisem vključila, saj so bili zelo kratki in jasni – naša organizacija vzgoje za medije ni nikdar izvajala in jo še danes ne izvaja, se pa strinjamo, da bi bilo na tem področju potrebno nekaj narediti.

Po natančni analizi prejetih odgovorov sem ugotovila, da bi odgovorni lahko poskrbeli, da nas v današnjem času, ko nas množični mediji dobesedno preplavljajo, nekdo nauči pravilne izbire medijev, medijskih vsebin, kritičnega razmišljanja ob tem, kar beremo, gledamo, poslušamo. Iz odgovorov sem razbrala, da se vsi izvajalci zavedajo velikega vpliva in »pritiska« množičnih medijev in želijo narediti korak naprej na tem področju, zato je skrajni čas, da Ministrstvo za znanost, šolstvo in šport v sodelovanju z ACS poskrbi za ustrezne programe, ki bi medije, njihovo delovanje in učinke na preprost in pravilen način predstavili odraslim. S tem bi rešili tudi problematiko mediji – otroci, saj bi odrasli svoje znanje, izkušnje in razumevanje medijev znali prenesti na otroke in jim svetovati ter se z njimi pogovarjati o pravilni izbiri medijev in medijskih vsebin.

Izvajalce izobraževanja odraslih v Sloveniji sem spraševala tudi po vsebinah oz. programih, ki bi lahko vsebovali sestavine vzgoje za medije, saj je bilo takšnih, ki se popolnoma nanašajo na omenjen predmet, zelo malo, skoraj nobenega.

Programi, ki zajemajo vsebine vzgoje za medije, se nanašajo predvsem na ustno in pisno komuniciranje, ustvarjalno pisanje in novinarstvo (v diskusijskem smislu). Srednje šole z oddelki za izobraževanje odraslih in višje strokovne šole so izpostavile edino sociologijo, ki jo izvajajo po predpisanem programu, in bi po njihovem mnenju lahko vsebovala sestavine vzgoje za medije.

Rezultati visokih šol so pokazali, da ne izvajajo programov, ki bi se kakorkoli ustrezali zahtevam obravnavanega predmeta, prav tako se z vzgojo za medije ne ukvarjajo zasebne izobraževalne organizacije.

Anketiranci so navedli ciljne skupine, na katere bi bilo po njihovem mnenju najpomembneje nasloviti vzgojo za medije. Kot najpomembnejšo ciljno skupino so navedli starše, takoj za njimi pa je sledila skupina izobraževalcev (vzgojitelji, učitelji, predavatelji, ravnatelji). Torej starši, kot prvi otrokovi vzgojitelji, kot prvi, ki sedijo z malčkom ob televizijskem sprejemniku, ko le-ta gleda risanko, kot prvi, ki mora znati otroku pojasniti, kaj se v risanki dogaja. Ko gre otrok v vrtec in kasneje v šolo, so vzgojitelji in učitelji tisti, ki lahko otroku pomagajo ločevati med fikcijo in realnostjo, omogočijo mu lahko tudi sodelovanje v medijski produkciji (izdelovanje šolskega časopisa, šolski radio, kako nastaja TV oddaja), predvsem pa ga morajo znati usmeriti k pravilnemu in kritičnemu razmišljanju do tega, kar mu mediji ponujajo.

Izvajalci izobraževanja odraslih so izpostavili tudi navedene vsebine vzgoje za medije, ki bi jih bilo potrebno bolj natančno obravnavati kot ostale. Najpomembneje se jim je zdelo odraslim približati temo, kako kritično brati časopise in revije ter kritično spremljati televizijski program. Izvajalcem se zdi zelo pomembno, da odrasle naučimo, kako presoditi, ali je vse res, kar piše v dnevnem časopisju. V empiričnem delu sledijo po pomembnosti še ostale teme s področja vzgoje za medije.

Posebno pozornost bi rada namenila internetu, mediju, ki se je v zadnjih letih v Sloveniji zelo razširil in je zelo priljubljen tako med mlajšimi kot tudi starejšimi uporabniki. Na medmrežju najdemo kopico informacij, oglasov in strani, ki privabljajo nedolžne uporabnike. Dr. Kimberly S. Young je profesorica psihologije na univerzi v Pittsburgu in je opravila prvo raziskavo na temo zasvojenosti z internetom, sledili pa so tudi številni članki o vplivu tehnologije na človekovo obnašanje. Youngova meni, da je zaradi velike razširjenosti in široke uporabe interneta zasvojenost težko identificirati, saj vključuje velik razpon obnašanj in problemov, ki se nanašajo na nezmožnost nadzora njegove uporabe.

Kot tipične znake zasvojenosti navaja: občutek preobremenjenosti z internetom, zanemarjanje družinskih, šolskih in poklicnih obveznosti, uporaba interneta kot beg pred problemi, nezmožnost prekiniti z uporabo v katerem koli trenutku, itd (glej Jeriček 2000: 21).

Odrasli so prvi otrokovi vzgojitelji in učitelji, saj spremljajo otrokov razvoj, se z njim pogovarjajo, kaj gledajo, s čim se igrajo, kaj berejo in kar je najpomembneje, kaj ob tem razmišljajo. Vprašani so se strinjali, da je potrebno medijsko vzgojiti in opismeniti najprej in predvsem odrasle.

Spoznala sem, da je splošen razvoj vzgoje za medije v Sloveniji še vedno v začetni fazi.

Anketiranci poudarjajo, da je potrebno vzgojo za medije poleg staršev nasloviti tudi na izobraževalce. Ob tem pa se srečujemo s problemom, saj učitelji nimajo dovolj tovrstnega znanja. V Sloveniji ga lahko pridobijo le na Fakulteti za družbene vede v Ljubljani.

Vzpodbuden je podatek, da je Andragoški center Slovenije kot krovna institucija o izobraževanju odraslih pripravil prvo usposabljanje, ki bo namenjeno izvajalcem izobraževanja odraslih na področju vzgoje za medije.

Vprašani se zavedajo "nevarnosti", ki jih prinaša internet. Navedene vsebine v sklopu interneta so se vsem anketirancem zdele skoraj enako pomembne za obravnavo, čeprav so poudarili, da je odrasle potrebno najprej seznaniti s tem, kako otroke zaščititi pred pastmi interneta in kako se naučiti poiskati kvalitetne vsebine, ki jih internet ponuja.

Sklepne ugotovitve empiričnega dela lahko zaključim z ugotovitvijo, da je obstoječe stanje na področju vzgoje za medije za odrasle v Sloveniji še v povojih. Optimističen je podatek, da se anketiranci zavedajo, da je na tem področju potrebno čim prej nekaj storiti.

Zaenkrat lahko ugotavljam le to, da smo z uvedbo vzgoje za medije v devetletko naredili prvi korak, če pa bomo želeli doseči končni cilj vzgoje za medije, ki je, po besedah Erjavčeve (1999: 40), medijsko pismen državljan, ki zna uporabljati medije za pridobivanje kakovostnih informacij, zna učinkovito predstaviti lastna stališča in želje ter sodelovati v javnem komuniciranju, nas čaka še dolga pot.

7. SKLEP

Vzgoja za medije je v današnjem času nujno potrebna na vse ravneh izobraževanja, od vrtca do univerz in projektov vseživljenjskega učenja.

V Sloveniji so pristojnosti in odgovornosti za razvoj in delovanje sistema vzgoje in izobraževanja razporejene med Ministrstvom za šolstvo, znanost in šport, lokalnimi skupnostmi (občinami), strokovnimi sveti, ki jih imenuje Vlada Republike Slovenije, in zavodi, ki so ustanovljeni za razvoj in svetovanje na področju vzgoje in izobraževanja (Zavod RS za šolstvo, Center RS za poklicno izobraževanje, Andragoški center RS, Državni izpitni center). Potrebno je apelirati na odgovorne, da bodo zagotovili finančno podporo za izdelavo kvalitetnih izobraževalnih programov vzgoje za medije, ki bo zadostila različnim starostnim skupinam.

Vrsta mednarodnih in slovenskih dokumentov (Grunwaldska deklaracija, memorandum o vseživljenjskem učenju, Resolucija o nacionalnem programu izobraževanja odraslih,...) govori o pomenu temeljnih spretnosti, med katere se uvršča tudi medijska pismenost, o nujnosti vseživljenjskega izobraževanja in usposabljanja za pridobitev teh spretnosti, o pomenu državljske vzgoje ipd. Omenjeni dokumenti nam ponujajo neke temeljne, osnovne smernice, hkrati pa tudi spodbudo in obvezo za oblikovalce politike na tem področju. V veliki meri pa so do danes ostali neuresničeni in brez posebnega posluha s strani politike.

Problem na področju vzgoje za medije v Sloveniji je tudi ta, da nimamo vzgojiteljev in učiteljev, ki bi bili usposobljeni za poučevanje vzgoje za medije. Na univerzitetni ravni Fakulteta za družbene vede izvaja predmet vzgoja za medije, namenjen prihodnjim učiteljem izbirnega predmeta, in vsakoletno pripravlja seminarje za usposabljanje učiteljev. Vzgoja za medije pa ni niti obvezni niti izbirni predmet za

prihodnje osnovnošolske in srednješolske učitelje družboslovnih in humanističnih predmetov. Erjavčeva (2000: 36) je že leta 2000 opozarjala na odsotnost strategije in o pomanjkanju interesa za vzgojo za medije na ravni izobraževalne politike.

Z navedenim se potrjuje moja osnovna teza, da je vzgoja za medije za odrasle v Sloveniji povsem nezadostna in da je nujnost današnjega časa, kljub dobrim nastavkom pa še vedno ni prepoznana kot nujna in osnovna.

Na splošno lahko trdim, da vzgoja za medije tako v razvitih državah kot tudi v Sloveniji kljub naporom še vedno ostaja na začetni ravni. Še vedno je odvisna od entuziazma posameznikov in izobraževalnih ustanov. Vzgoja za medije se šele prebija v šolske predmetnike in ima številne probleme, kot so premajhna motiviranost in organiziranost pedagogov, da bi od oblasti zahtevali njeno uvrstitev v šolski predmetnik, slabo organizirano izobraževanje za učitelje, pa tudi pomanjkanje raziskav na omenjenem področju.

Vzgoja za medije zahteva nenehno prilagajanje dinamičnemu spreminjanju medijev. Izobraževanje na tem področju je odvisno od finančnih sredstev in velike motiviranosti učiteljev za nenehno obnavljanje in prilagajanje znanja.

Tezo diplomske naloge potrjuje tudi njen empirični del. Vprašalnik, ki sem ga naslovila na organizacije, ki se ukvarjajo z izobraževanjem odraslih in so zbrane v bazi naslovov Andragoškega centra Republike Slovenije (ljudske univerze, univerze za III. življenjsko obdobje, srednje šole z oddelki za izobraževanje odraslih, višje strokovne šole, visoke šole in zasebne izobraževalne organizacije), se je zelo konkretno nanašal na prisotnost vzgoje za medije v njihovih obstoječih izobraževalnih programih. Na vprašalnik je odgovorilo le 11 odstotkov vprašanih, vendar sem prejela vljudna pisna pojasnila, da v svojih izobraževalnih programih nimajo vsebin, ki bi ustrezale temi vzgoja za medije, zato na vprašalnik ne morejo odgovoriti. Iz dopisov sem razbrala, da se anketiranci zelo dobro zavedajo velikega in odločujočega vpliva medijev v družbi, in tudi nevarnosti, ki je s tem povezana, in se tudi strinjajo, da je potrebno tovrstno izobraževanje približati tudi in predvsem odraslim.

Številni problemi, s katerimi se srečuje vzgoja za medije, kažejo, da bo treba na tem področju v Sloveniji še veliko storiti. Cilj vzgoje za medije je vzgojiti ozaveščenega in aktivnega državljana, ki bo poznal medijske strukture in njene pogoje delovanja v družbi ter učinkovito in odgovorno sodeloval v družbeni komunikaciji.

Vzgoja za medije mora postati javni projekt, ki bo poskušal vključiti čimveč državljanov v participacijo v demokratičnem življenju. Temeljni pogoj demokracije je dobra informiranost, zato mora vsak državljan znati analizirati komunikacijski proces v družbi, njegove ideološke vplive in posledice ter izbirati kakovostne informacije. Vsak odgovoren državljan je najprej kritičen, selektiven in avtonomen član medijskega občinstva.

Mediji oz. vsi, ki sodelujejo pri njihovem nastanku, kot vsi, ki se ukvarjajo z vzgojo, bi morali to početi zavestno oz. bi se morali vpliva zavedati. Medijski ustvarjalci bi se morali zavedati svoje odgovornosti in bi lahko tako pritegnili vzgojitelje, učitelje in starše k sooblikovanju programov, filmov, časopisov, revij,...Vzgojitelji pa bi svojo odgovornost upravičili s tem, da bi sodelovali pri nastajanju oddaj, programov, itd. V izobraževalnih ustanovah pa bi morali učence navajati h kritičnosti in zavedanju medijskega vpliva, ki je eden izmed pokazateljev medijske pismenosti.

V Sloveniji se je potrebno zavzeti za uvajanje celovitih medijsko izobraževalnih programov, s katerimi bodo državljan razvijali znanje, spretnosti in odnos do medijev, ter tako spodbujali rast kritične zavesti. Potrebno je razviti programe za učitelje in posrednike, s katerimi bi poglobili njihovo znanje in razumevanje medijev. Spodbujati bi morali razvojne in izobraževalne dejavnosti, ki bi pomagale pri medijski vzgoji, ter tudi mednarodno sodelovanje na področju medijskega izobraževanja.

8. LITERATURA

Monografske publikacije

- Batagelj, Vladimir (1998): *Vzgoja za medije in z mediji*. Ljubljana: zavod RS za šolstvo.
- Brookfield, D. Stephen (1986): *Understanding and facilitating adult learning*. San Francisco: Jossey-Bass Publisher.
- Dragan, A. N. (ur.) (1998): *Vzgoja za medije in z mediji*. Ljubljana: Zavod RS za šolstvo.
- Erjavec, Karmen in Volčič, Zala (1998): *Mladi in mediji*. Ljubljana: ZPMS.
- Erjavec, Karmen in Volčič, Zala (1999): *Research on media education = Zbornik raziskav o medijskih vplivih na otroke*. Ljubljana: Poletna šola Media education/Vzgoja za medije: Zavod za odprto družbo.
- Erjavec, Karmen in Volčič, Zala (1999): *Medijska pismenost*. Ljubljana: DZS.
- Erjavec, Karmen in Volčič, Zala (1999): *Odraščanje z mediji*. Ljubljana: ZPMS.
- Erjavec, Karmen in Volčič, Zala (1999): *Moč in nemoč televizije: za starše in učitelje*. Ljubljana: Rokus.
- Hart, Andrew (1991): *Understanding the media*. London, New York: Routledge.
- Hart, Andrew (2001): *Teaching media in the English curriculum*. Sterling (USA): Trentham.
- Jelenc, Zoran (1991): *Terminologija izobraževanja odraslih*. Ljubljana: Tiskarna Povše.
- Končina, Melanija, Novak, Darijan, Erjavec, Karmen (2000): *Lifelong learning in the information age: transnational study on media literacy in the advent of learning societies. Country report Slovenia*. Ljubljana: Andragoški center Slovenije.
- Košir, Manca (2003): *Surovi čas medijev*. Ljubljana: FDV.

- Košir, Manca in Ranfl, Rajko (1996): *Vzgoja za medije*. Ljubljana: DZS.
- Košir, Manca, Erjavec, Karmen, Volčič, Zala (2001): *Učni načrt. Vzgoja za medije: tisk, radio, televizija*. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport.
- Lipužič, Boris (1994): *Izobraževalni trendi v Zahodni Evropi*. Nova Gorica: Educa.
- Masterman, Len (2001): *Teaching the Media*. London, New York: Routledge.
- Mihevc, Jelenc, Kump, Podmenik, Zagmajster (1995): *Visokošolsko izobraževanje odraslih*. Ljubljana: ACS.
- Plevnik, Tatjana (ur.), Žižmond, Andrej (ur.) (2000): *Vzgoja in izobraževanje v Republiki Sloveniji 2000*. Ljubljana: Tiskarna Jože Moškrič d.d..
- Sargant, Naomi E. (2004): *What is media literacy and why does it matter? Some research evidence*. London: Niace.

Članki v revijah oziroma zbornikih

- Aufderheide, P. (1997): From a Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. *Media Literacy in the Information Age*, 79–86.
- Coral, Dario (2000): Biti učitelj vzgoje za medije (prev. Zaranšek, Petra). *Vzgoja* 8, 19–20.
- Čajko, Erika (2000): Mediji v družini. *Vzgoja* 2(8), 22–23.
- Erjavec, Karmen (1998): Medijsko opismenjevanje in vzgoja za medije. *Pedagoška obzorja* 13(5/6), 185–197.
- Erjavec, Karmen (1999): Medijska pismenost: Kakšno znanje potrebuje državljan v "medijski družbi"? *Andragoška spoznanja* 3, 55–61.
- Erjavec, Karmen (1999): Vzgoja za medije: Medijska pismenost in aktivno državljanstvo. *Andragoška spoznanja* (4-5), 39–42.
- Erjavec, Karmen (1999): Vzgoja za medije. *Medijska preža*, 27-28.

- Erjavec, Karmen (2000): Vzgoja za medije v šolah po svetu. *Sodobna pedagogika* 51(3), 22–39.
- Erjavec, Karmen (2000): Vzgoja za medije v šolskem sistemu: mednarodna primerjava. *Javnost* 7, 199–206.
- Erjavec, Karmen (2000): Odgoj za medije u školama u svijetu. Hrvatski model medijskog odgoja. *Medijska istraživanja* 6(1), 89–106.
- Erjavec, Karmen (2000): Modeli vzgoje za medije. *Vzgoja* 8, 12–14.
- Erjavec, Karmen in Volčič, Zala (1998): Vzgoja za medije na Slovenskem. *Teorija in praksa* 35(6), 1089–1099.
- Erjavec, Karmen in Volčič, Zala (1999): Značilnosti množičnih medijev. *Odraščanje z mediji*, 9–34.
- Erjavec, Karmen, Volčič, Zala (1999): Raziskava: mladi in mediji. *Odraščanje z mediji*, 119–136.
- Feilitzen, von C. (1999): Media Education, Children's Participation and Democracy. *Children and the Media*, 15–29.
- Hobbs, Renee (2000): Sedem velikih vprašanj medijske pismenosti (prev. Kosem, Bernarda). *Vzgoja* 8, 14–16.
- Jeriček, Helena (2000): Mediji, ki vplivajo na vzgojo, ali vzgoja, ki vpliva na medije?. *Sodobna pedagogika* 3, 40–56.
- Jeriček, Helena (2000): Medijska pismenost. *Vzgoja* 8, 5.
- Košir Manca (1994): Vzgoja za medije. Resničnost in resnica. *Otrok in družina* 43(5), 10–11.
- Košir Manca (1994): Vzgoja za medije. Nasilje, grobost in slabe novice. *Otrok in družina* 43(11), 2–3.
- Košir, Manca (1994): Vzgoja za medije. Zasvojenost s televizijo. *Otrok in družina* 43(7/8), 4–5.
- Košir, Manca (1994): Vzgoja za medije. Umetnost manipuliranja. *Otrok in družina* 43(6), 4–5.
- Košir, Manca (1995): Starši jo potrebujejo, učitelji jo hočejo. *Otrok in družina* 44(7/8), 4–5.

- Košir, Manca (1998): Čas množičnih občil terja vzgojo za medije. *Mladi in mediji*, 9–15.
- Košir, Manca (2000): Nastavki za slovenski model vzgoje za medije. *Media education*, 91–102.
- Košir, Manca (2000): Vzgoja za medije kot potreba časa. *Vzgoja* 8, 6–7.
- Košir, Manca (2000): Slovenska pismenost in nepismenost. *Ampak* 1(2), 32.
- Potter, W. J., Christ, W. G. (1998): Media Literacy, Media Education and the Academy. *Journal of Communication* Vol. 48, No. 1, 5–15.
- Sawano, Yukiko (2002): Comparative Analysis of the Country Case Studies and Recommendation. V *Lifelong learning in the information age: transnational study on media literacy in the advent of learning societies*. Tokyo: Nier, Research Department of Lifelong Learning Policies.
- Wakounig, Vladimir (2000): Medijska vzgoja – tematskemu delu ob rob. *Sodobna pedagogika* 3, 6–8.
- Wakounig, Vladimir (2000): Učenje z novimi mediji – perspektive vzgoje in pouka. *Sodobna pedagogika* 3, 10–21.
- Žibret, Andreja (2005): Pomoč in spodbuda vseživljenjskemu učenju. *Delo in dom*, 7–9.

Internetni viri

- Cofintea (1997): *Hamburška deklaracija o izobraževanju odraslih, Akcijski načrt za prihodnost*. Dostopno na <http://www.unesco.org/education/uie/confintea/pdf/con5eng.pdf> (20. januar 2007).
- Masterman, Len (1990): *Medijska vzgoja: osemnajst osnovnih načel*. Dostopno na http://www.medialit.org/reading_room/article134.html (15. januar 2007).

- Ministrstvo za šolstvo in šport (2005): *Vzgoja in izobraževanje v RS*. Dostopno na <http://www.mszs.si/slo/solstvo> (1. september 2005).
- Ministrstvo za šolstvo in šport (2006): *Razvid izvajalcev javnoveljavnih programov vzgoje in izobraževanja*. Dostopno na http://www.mss.gov.si/si/delovna_podrocja/izobrazevanje_odraslih/programi (22. december 2006).
- Mirčeva, Jasmina (2001): *Udeležba odraslih v izobraževanju*. Dostop na http://www.acs.si/projekti/002/default_p.htm (24. januar 2007).
- Mit Medien Leben lernen – *Tipps für Eltern von Vorschulkindern*. Dostopno na http://www.lfm-nrw.de/medienkompetenz_neu/infos_projekte (24. januar 2007).
- Možina, Ester (2001): *Pismenost odraslih in udeležba odraslih v izobraževanju*. Dostopno na <http://www.acs.si/projekti/001> (20. januar 2007).
- *Osnutek nacionalne strategije za razvoj pismenosti 2005*. Dostopno na <http://pismenost.acs.si/datoteke/komisija/strategija.pdf> (20. januar 2007).

PRILOGA

A: VPRAŠALNIK ZA IZVAJALCE IZOBRAŽEVANJA ODRASLIH

1. Naziv izobraževalne organizacije (*vpišite*):

.....

2. Kraj (*vpišite*):

.....

3. Ali ste bili seznanjeni z uvedbo predmeta vzgoja za medije v 7., 8. in 9. razred devetletke? (*obkrožite*)

da

ne

4. V tabelo prosim vpišite vse izobraževalne programe, ki jih vaša organizacija izvaja v letošnjem šolskem letu, in bi po vašem mnenju lahko bili del vzgoje za medije:

<i>IZVAJALEC/ PREDAVATELJ</i>	<i>NASLOV PROGRAMA</i>	<i>CILJNA SKUPINA</i>

5. Navedite 3 ciljne skupine odraslih, na katere je po vašem mnenju potrebno vzgojo za medije najprej in najpomembneje nasloviti?

a)

b)

c)

6. Spodaj so naštete vsebine oz. teme vzgoje za medije. Prosim, če jih lahko s številkami od 1 do 15 označite po pomembnosti. (1 - zelo pomembno...15 – nepomembno):

V programu medijske vzgoje bi se udeleženci usposobili oz. naučili:

- _____ kritično brati časopise in revije, kritično gledati televizijo,
- _____ razlikovati novinarsko besedilo od oglaševanja in propagande,
- _____ presoditi »ali je vse res« kar piše v dnevnem časopisju,
- _____ spoznavati novinarsko delo in medijske institucije,
- _____ zavedati svojih navad spremljanja medijev,
- _____ kako preseči fazo potrošnika in preiti v aktivnega državljana,
- _____ razlikovati radijske postaje in različne vsebine,
- _____ ugotoviti funkcije posameznih radijskih in TV postaj (izobraževalna, informativna, zabavna),
- _____ postati kritičen sprejemnik oglaševanja,
- _____ kako nastaja radijska oddaja in kako aktivno vstopiti v medijski prostor (kako prenesti pomembno informacijo novinarju),
- _____ razvijati kritično mišljenje do ponujenih vsebin in kanalov,
- _____ razumeti TV oglase (izdelek+besedilo),
- _____ razlikovati med nacionalnimi, komercialnimi in lokalnimi TV postajami,
- _____ razumeti nasilje in kakšen učinek ima na gledalca,

_____ zakaj in kako se gledalci identificirajo s TV junaki (problem identitete, posnemanja)

7. Poleg tiska, radia in televizije postaja vse pomembnejši in popularnejši medij tudi internet. Obkrožite številko 1, 2 ali 3, glede na to, kako pomembna se vam zdi določena vsebina za obravnavo v okviru medijske vzgoje za odrasle (1 – zelo pomembno, 2 – manj pomembno, 3 – nepomembno):

Osnovne značilnosti delovanja interneta	1	2	3
iskanje vsebine po internetu	1	2	3
razlikovanje med kvalitetnimi in nekvalitetnimi vsebinami	1	2	3
prednosti in pomanjkljivosti interneta	1	2	3
kako zaščititi otroka pred »pastmi« interneta	1	2	3

8. Na koncu vas prosim, da navedete 3 načine, kako bi po vaše vzgojo za medije najlažje približali odraslim:

a)

b)

c)

Hvala, ker ste si vzeli čas in mi s svojimi odgovori pomagali pri analizi vzgoje za medije v Sloveniji!