

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Špela Juvančič

**PROGRAM ZA OTROKE IN MLADOSTNIKE NA TELEVIZIJI
SLOVENIJA**

Diplomsko delo

Ljubljana 2007

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Špela Juvančič

Mentorica: izr. prof. dr. Karmen Erjavec

**PROGRAM ZA OTROKE IN MLADOSTNIKE NA TELEVIZIJI
SLOVENIJA**

Diplomsko delo

Ljubljana 2007

PROGRAM ZA OTROKE IN MLADOSTNIKE NA TELEVIZIJI SLOVENIJA

Televizija igra pomembno vlogo v vsakdanjem življenju otrok in mladostnikov. Ob ugotavljanju, da so bili v zadnjih letih predstavljeni različni predlogi za izboljšanje kvalitete medijskih vsebin, namenjenih otrokom in mladostnikom, in da so bili mnogi predlogi že vključeni v različne dokumente, se v diplomskem delu sprašujemo, ali razmere produkcije na Televiziji Slovenija omogočajo produkcijo programa, ki bi zadoščal sodobnim merilom kvalitetnega programa za otroke in mladostnike. Raziskava produkcije je bila opravljena z metodo študije primera s poudarkom na poglobljenih intervjujih. Rezultati analize zbranih informacij kažejo, da pogoji produkcije na Televiziji Slovenija ne omogočajo produkcije programa, ki bi zadoščal sodobnim merilom kvalitetnega programa za otroke in mladostnike. Ključni problemi pri tem so pomanjkljivo poznavanje specifičnih lastnosti ciljnega občinstva, pomanjkanje kontinuirane strokovne raziskovalne prakse in vprašljiva svoboda programskih delavcev. Poleg tega termini predvajanja programa za otroke in mladostnike niso vedno ustrezni, raznolikost vsebin pa je pomanjkljiva. Otrokom in mladostnikom, pripadnikom narodnostnih manjšin, ni posvečena dovoljšna skrb, premalo pa je tudi aktivne in kreativne participacije otrok in mladostnikov pri oblikovanju njim namenjenih vsebin.

Ključne besede: otroci, mladostniki, televizija, produkcija.

PROGRAMME FOR CHILDREN AND ADOLESCENTS ON TELEVISION SLOVENIA

Television plays an important role in everyday life of children and adolescents. Bearing in mind there have been many suggestions made in the past few years concerning the improvement of quality of media contents designed for children and adolescents and that many of these suggestions have been included into various documents, I was interested whether the production circumstances on Television Slovenia allow the production of programme which satisfy contemporary measures of quality television programme for children and adolescents. The study of production was conducted using the case study method (where the stress was laid upon in-depth interviews). The results show that the production circumstances on Television Slovenia do not allow the production of programme to meet these measures. The key problems were lack of knowledge about the specific characteristics of target audience, lack of continued professional research practice, need for more programme workers' freedom, and unsuitable regular slots of airing the programme for children and adolescents. The media contents are not wide-ranging enough and there is not enough care for the media needs of children and adolescents who are members of ethnic minorities. I also noticed lack of creative and active participation of children and adolescents in the process of creating programme contents.

Key words: children, adolescents, television, production.

KAZALO

1.	UVOD	7
2.	DOLOČITEV POJMOV IN KONCEPTOV »OTROK« IN »MLADOSTNIK«	10
2.1	Razvojnopsihološka delitev razvojnih obdobj	10
2.1.1	Zgodnje otroštvo (3-6 let)	12
2.1.2	Srednje in pozno otroštvo (od 6 let do začetka pubertete)	13
2.1.3	Mladostništvo in adolescenca (od 11.-12. do 22.-24. leta)	13
2.2	Socialnopsihološka opredelitev	15
3.	OTROCI, MLADOSTNIKI IN MNOŽIČNI MEDIJI	16
3.1	Kognitivni razvoj in gledanje televizije	16
3.2	Študije vpliva	17
3.2.1	Raziskave vpliva televizije na agresivno obnašanje	17
3.2.2	Raziskave vpliva stereotipnih družbenih vlog na televiziji	17
3.2.3	Raziskave vpliva televizijskega oglaševanja na otroke in mladostnike	18
3.3	Pozitivni potencial televizije	18
4.	VZGOJA ZA MEDIJE IN MEDIJSKA PISMENOST	20
4.1	Vzgoja za medije v medijih	20
4.2	Participacija otrok in mladostnikov v oblikovanju njim namenjenih televizijskih vsebin	22
4.3	Problem zapostavljanja določenih skupin otrok in mladostnikov v medijih	23
5.	MEDIJSKE INSTITUCIJE	24
5.1	Javni servis	25
5.2	Javni servis in komercialni mediji	26
5.3	Zagotavljanje kvalitetnega programa za otroke in mladostnike na javnem servisu ..	27
6.	REGULIRANJE MEDIJSKIH VSEBIN ZA OTROKE IN MLADOSTNIKE	28
6.1	Konvencija Združenih narodov o otrokovih pravicah	28
6.2	Dokumenti različnih mednarodnih oz. regionalnih organizacij, ki obravnavajo medijske vsebine za otroke in mladostnike oz. ki omejujejo vsebine množičnih medijev zaradi posebne ranljivosti otrok in mladostnikov	30
6.3	Zakonodaja Republike Slovenije o množičnih medijih	31
6.3.1	Zakon o medijih	32
6.3.2	Zakon o Radioteleviziji Slovenija	32
6.4	Novinarska etika ter otroci in mladostniki	33
6.4.1	Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija	33
7.	RAZISKAVA MEDIJSKE PRODUKCIJE	35
7.1	Teoretski temelji raziskave produkcije	35
7.1.1	Tehnologije	36
7.1.2	Profesionalne prakse	36
7.1.3	Industrija	37
7.1.4	Povezave med mediji	38
7.1.5	Regulacija	38
7.1.6	Cirkulacija in distribucija	38
7.1.7	Dostop in participacija	38
7.2	Temeljna omejitev raziskave	39
7.3	Metodologija	39
7.3.1	Oblike podatkov, zbranih za študijo primera	40
7.3.1.1	Poglobljeni intervju	40
7.3.1.2	Opazovanje	42

7.3.1.3	Dokumenti	43
7.3.1.4	Avdivizualno gradivo	43
7.4	Predstavitev rezultatov analize	43
7.4.1	Profesionalne prakse v otroškem in mladinskem programu Televizije Slovenija .	45
7.4.1.1	Uredniki posameznih oddaj Otroškega in mladinskega programa: njihove naloge in odgovornost	45
7.4.1.2	Sodelovanje in komuniciranje v Otroškem in mladinskem programu	46
7.4.1.3	Pomanjkljiva informiranost o delu v Otroškem in mladinskem programu	47
7.4.1.4	Skupinska produkcijska praksa v Otroškem in mladinskem programu	48
7.4.1.5	Avtonomnost urednikov in urednic v Otroškem in mladinskega programa pri njihovem delu	48
7.4.1.6	Razumevanje občinstva	49
7.4.1.7	Ocena kvalitete oddaj, ki so na 1. in 2. programu TV Slovenija namenjene otrokom in mladostnikom	51
7.4.2	Javni zavod RTV Slovenija	51
7.4.2.1	Razumevanje koncepta javnega servisa	52
7.4.2.2	Razumevanje vloge javnega servisa v odnosu do komercialnih medijev	52
7.4.2.3	Primerjava položaja Javnega zavoda RTV Slovenija z javnimi servisi v tujini..	53
7.4.2.4	Razumevanje odnosa vodstva Javnega zavoda RTV Slovenija do Otroškega in mladinskega programa	54
7.4.3	Povezave med mediji	55
7.4.4	Regulacije	55
7.4.4.1	Reguliranje znotraj Javnega zavoda RTV Slovenija	56
7.4.4.2	Vplivi zakonodaje Republike Slovenije in vplivi politike	57
7.4.4.3	Mednarodni vplivi na delo Otroškega in mladinskega programa	57
7.4.5	Cirkulacija in distribucija	58
7.4.5.1	Podatki o gledanosti	58
7.4.5.2	Količina programa za otroke in mladostnike	59
7.4.5.3	Termini predvajanja Otroškega in mladinskega programa na Televiziji Slovenija	60
7.4.5.4	Raznolikost programskih vsebin, namenjenih otrokom in mladostnikom	61
7.4.5.5	Distribucija oddaj Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija v tujini ..	62
7.4.6	Participacija otrok in mladostnikov v sooblikovanju medijskega diskurza	63
7.4.6.1	Povratne informacije otrok in mladostnikov na njim namenjene oddaje	64
7.4.6.2	Skrb za otroke in mladostnike, pripadnike narodnostnih manjšin	65
7.4.6.3	Skrb za otroke in mladostnike s posebnimi potrebami	65
7.4.6.4	Produkcijske raziskave	66
7.5	Diskusija	66
7.5.1	Raznolikost pogledov na produkcijsko prakso	66
7.5.2	Problemi	67
7.5.2.1	Pomanjkljivo poznavanje specifičnih lastnosti ciljnega občinstva, njihovih potreb in želja	68
7.5.2.2	Vprašanje svobode programskih delavcev pri njihovem delu	69
7.5.2.3	Termini predvajanja	69
7.5.2.4	Raznolikost	70
7.5.2.5	Potreba po aktivnejši in kreativnejši participaciji otrok in mladostnikov v oblikovanju njim namenjenih programskih vsebin	71
7.5.2.6	Pomanjkanje posebne skrbi za otroke in mladostnike, pripadnike narodnostnih manjšin v Sloveniji	71

7.5.2.7 Odsotnost skrbno načrtovanega in kontinuiranega raziskovanja ciljnih občinstev
72

8.	SKLEP	73
9.	VIRI IN LITERATURA	74

1. UVOD

Vse raziskave medijske potrošnje otrok in mladostnikov so si soglasne, da otroci in mladostniki v sodobnem razvitem svetu spremljajo razmeroma veliko televizije. Tega dejstva pa ne smemo jemati kakor izrazito negativnega, saj informativne, vzgojne in zabavne vsebine televizijskega programa nimajo same po sebi zgolj negativnega vpliva na svoje občinstvo. Vendar pa nas znanstveniki opozarjajo (npr. Feilitzen 1999; Erjavec in Volčič 1998), da je bolj kot količina gledanja pomembna vsebina, še več, pomembno je, kakšna vsebina je otrokom in mladostnikom sploh ponujena. Pri raziskovanju programa, namenjenega (primarno) otrokom in mladostnikom, moramo nujno upoštevati, da ta program nastaja znotraj določenih institucionalnih okvirov, ki v mnogih pogledih ključno vplivajo na njegovo obliko in vsebino. Prav tako pa ne smemo zanemarjati dejstva, da programski delavci, ki sodelujejo pri oblikovanju programa (znotraj določenih medijskih institucij), na različne načine – npr. z zanikanjem, zaradi pomanjkanja stikov z otroki in mladostniki in/ali s pomanjkanjem relevantnih znanj – ključno vplivajo na podobo in vsebino programa, namenjenega otrokom in mladostnikom (Feilitzen 1999: 22).

Ob ugotavljanju, da so bili v zadnjih letih predstavljeni že različni predlogi za izboljšanje medijskih vsebin, namenjenih otrokom in mladostnikom, ter da so bili ti predlogi že vključeni v različne mednarodne dokumente, zakone ter interne dokumente posameznih medijskih institucij, je v diplomskem delu predstavljeno, v kolikšni meri so bili ti predlogi že sprejeti v prakso pri ustvarjanju in predvajanju programa, primarno namenjenega otrokom in mladostnikom na 1. in 2. programu Televizije Slovenija (v nadaljevanju: TV Slovenija). V empiričnem delu naloge bomo skušali odgovoriti na vprašanje, kakšna je produkcijska praksa oziroma kakšne so razmere dela na TV Slovenija. Pri tem bomo izhajali iz domneve, da razmere produkcijske prakse na TV Slovenija ne omogočajo produkcije programa, ki ustreza sodobnim merilom kvalitetnega programa za otroke in mladostnike.

Kadar govorimo o programu, namenjenemu otrokom in mladostnikom, moramo določiti pomen pojmov »otrok« in »mladostnik«. Pri tem se soočimo s številnimi, raznolikimi in neenotnimi definicijami. Za potrebe tega diplomskega dela nas zanima predvsem, kako pojma definira sodobna razvojna psihologija in kako ta znanstvena disciplina opisuje ključne značilnosti posameznikov v razvojnih obdobjih »otročstva« oz. »mladostništva«.

V nadaljevanju naloge bodo predstavljene nekatere ugotovitve sodobnih proučevalcev množičnih medijev o vplivih množičnih medijev, predvsem televizije, na otroke in mladostnike. Poleg tega bomo izpostavili ključen pomen medijske pismenosti kot veščine, potrebne za kritično spremljanje in aktivno oblikovanje medijskih tekstov ter pomen participacije otrok in mladostnikov v oblikovanju njim namenjenih programskih vsebin kot nujen pogoj izboljšanja programa. Ker pa je – kakor je zapisano že na začetku – pomembno tudi, *kaj* otroci in mladostniki gledajo, bom predstavila tudi seznam nalog, ki naj bi jih televizija izpolnjevala v odnosu do otrok in mladostnikov. Poleg vsega naštetega bomo predstavili tudi problem medijskega zapostavljanja določenih skupin otrok in mladostnikov.

Kakor je bilo že omenjeno, programske vsebine nastajajo znotraj določenih medijskih institucij. Zato bosta razložena tudi pojma »institucija« in »medijska institucija«; posebno pozornost pa bomo posvetili (prevladujoče evropskemu) tipu medijske institucije, tj. javnemu servisu. Poleg ključnih značilnosti in nalog javnega servisa bomo opisali tudi vlogo javnega servisa v oblikovanju kvalitetnega programa, namenjenega otrokom in mladostnikom.

V nadaljevanju so povzeta nekatera teoretična izhodišča, ki so ključno vplivala na zasnovo raziskave za dano diplomsko delo. Poleg tega bomo predstavili metodo, imenovano »študija primera«, uporabljeno v raziskavi, ter njeno aplikacijo na svojo raziskavo.

Predstavitve rezultatov analize bo potekala po posebnih vsebinskih sklopih, ob zaključku pa bodo opisani tudi tipični vzorci odgovorov v za potrebe študije primera opravljenih poglobljenih intervjujih ter ključni problemi programa, namenjenega otrokom in mladostnikom na 1. in 2. programu TV Slovenija, ki smo jih spoznali ob analizi rezultatov raziskave.

Povzeli bomo ključne probleme produkcijskih praks TV Slovenija pri ustvarjanju programa, namenjenega otrokom in mladostnikom. V sklepu bo argumentirano, zakaj ne moremo zanikati raziskovalne teze in predlagala nadaljnje raziskave.

Za proučevanje problema smo izbrali metodo študije primera, ki prek informacij, zbranih iz različnih virov informacij, omogoča celosten vpogled v naravo problema. Izbrani metodi, ki le v manjši meri vključuje standardizirane postopke proučevanja, bi sicer lahko očitali, da ne omogoča različnih posploševanj, temveč le (partikularen) vpogled v izbrani problem. V omenjeni študiji primera so preučevani primer

predstavljale produkcijske prakse programa, namenjenega otrokom in mladostnikom, predvajanega na 1. in 2. programu TV Slovenija.

Ob tem moramo opozoriti predvsem na nekatere omejitve pričujoče naloge, in sicer:

- osrednja pozornost študije primera je posvečena programu, (ter seveda njegovemu institucionalnemu kontekstu nastajanja), ki je dejansko primarno namenjen otrokom in mladostnikom; zavedati pa se moramo, da to ni nujno (edini) program, ki ga otroci in mladostniki spremljajo, saj rezultati različnih raziskav kažejo, da otroci že od 8. ali 9. leta naprej pogosto spremljajo različno fikcijo, novice in informacije, primarno namenjene odraslemu občinstvu v poznih večernih terminih (Feilitzen 1999: 19).
- Del študije primera so predstavljali tudi poglobljeni intervjuji z izbranimi programskimi delavci TV Slovenija. Pri tem moramo imeti v mislih, da lahko različni (tudi nepredvideni ali raziskovalcem celo neznani) kontekstualni dejavniki ter družbeno zaželeni odgovori intervjuvanih oseb nekatere dejansko obstoječe probleme prikrijejo ali pa vplivajo na njihovo partikularno predstavitev, in
- Študija se osredotoča na en sam primer; ne vsebuje pa primerjave z drugimi medijskimi teksti in njihovim institucionalnim kontekstom nastajanja. Vseeno pa se moramo zavedati, da so otrokom in mladostnikom ponujeni tudi drugi programi, ki jih ponujajo druge slovenske (zlasti komercialne) televizijske postaje, tuje televizijske postaje ter nenazadnje, medijski teksti, ki jih ponujajo ostali elektronski in klasični mediji.

2. DOLOČITEV POJMOV IN KONCEPTOV »OTROK« IN »MLADOSTNIK«

Če želimo govoriti o medijski ponudbi za otroke in mladostnike, moramo nujno določiti pojma in koncepta »otrok« in »mladostnik«. Pri tej nalogi pa se soočimo z različnimi definicijami zlasti prvega izmed teh pojmov.

Za potrebe te naloge je smiselno uporabiti razvojnopsihološki definiciji že omenjenih pojmov »otrok« in »mladostnik« ter z njima povezanih pojmov »otročstvo« in »mladostništvo«, čeprav bomo tudi omenili pojem »otrok«, kakor ga razume *Konvencija Združenih narodov o otrokovih pravicah* in z njo povezani dokumenti.

Najprej se ustavimo pri *Konvenciji Združenih narodov o otrokovih pravicah* (v nadaljevanju *Konvencija*). V prvem členu *Konvencija* (Generalna skupščina Združenih narodov 1999: 31) določa, da s pojmom »otrok« označujemo »vsako človeško bitje, mlajše od 18 let, razen če zakon, ki se uporablja za otroka, določa, da se polnoletnost doseže že prej« (prav tam). Opazimo torej, da *Konvencija* kot temeljna listina o otrokovih pravicah (kar seveda vključuje tudi otrokove komunikacijske pravice) pojem »otrok« veže predvsem na nepolnoletnost, ne-odraslost; pojem »otrok« je torej nasprotje pojma »odrasel človek«. Jasno pa je, da pojem »otrok«, kakor ga navaja *Konvencija*, zajema različna razvojna obdobja.

Da bi določili pojma »otrok« in »mladostnik« jasneje, se moramo obrniti na spoznanja razvojne psihologije, vendar moramo tudi tu opozoriti na dejstvo, da tudi psihologi pojma »otrok« ne uporabljajo povsem enotno; vzrok tega pa je med drugim tudi dejstvo, da »otroci v različnih deželah in kulturah različno hitro dozorevajo« (Zupančič in Justin 1991: 79).

Za potrebe te naloge pa se bomo opirali predvsem na izsledke sodobne razvojne psihologije – znanstvene discipline, ki opisuje, razlaga in napoveduje človekov psihični razvoj v posameznih obdobjih (Zupančič 2004a: 13). Upoštevanje temeljnih spoznanj razvojne psihologije je torej nujno tako pri oblikovanju kakor tudi pri ocenjevanju in raziskovanju medijske ponudbe, namenjene določenim (starostnim) skupinam – v tem primeru otrokom in mladostnikom.

2.1 Razvojnopsihološka delitev razvojnih obdobj

Razvojna psihologija na podlagi »skupnih značilnosti posameznikov, ki pripadajo določenim starostnim skupinam,« (Zupančič 2004a: 10) razvoj deli na več razvojnih

obdobij. Pri tem M. Zupančič (prav tam) opozarja, da je ta (razvojnopsihološka) delitev »približna, arbitrarna in ni, še posebej v obdobju odraslosti, ostro kronološko zamejena« (prav tam). Razvojnopsihološka obdobja v človekovem življenju M. Zupančič (prav tam) deli na:

- prednatalno obdobje (ki traja od spočetja do rojstva),
- obdobje dojenčka in malčka (ki traja od rojstva do treh let),
- zgodnje otroštvo (ki traja od treh do šestih let),
- srednje in pozno otroštvo (ki traja od šestih let do začetka pubertete),
- mladostništvo (ki traja od začetka pubertete do približno 22.-24. leta),
- zgodnja odraslost (ki traja od približno 22.-24. leta do 40.-45. leta),
- srednja odraslost (s tem pojmom označujemo obdobje med 40.-45. in 65. letom) in
- pozna odraslost (pojem, s katerim označujemo razvojno obdobje od 65. leta do smrti).

Preden temeljito razložimo značilnosti posameznih razvojnih obdobj od zgodnjega otroštva do mladostništva, ki so ključnega pomena za pričujočo nalogo, bomo na kratko opisali še Piagetovo (v Marjanovič Umek in Zupančič 2004: 44) teorijo spoznavnega razvoja, ki je pomembno vplivala na sodobno razvojno psihologijo. Gre za teorijo, ki v strukturalističnem duhu razlaga razvojne stopnje mišljenja ter njihove tipične značilnosti in omejitve (prav tam). Enako kakor za delitev razvojnopsiholoških obdobj tudi za Piagetovo razlago razvojnih stopenj velja, da so leta, pripisana posameznim razvojnim stopnjam, zaradi individualnih razlik med otroki zgolj približna (prav tam).

Prvo razvojno stopnjo je Piaget (prav tam) poimenoval »zaznavno-gibalna stopnja« (ta razvojna stopnja je značilna za starost od 0 do 2 let). Tipične značilnosti te razvojne stopnje so »razumevanje sveta preko gibalnih in zaznavnih dejavnosti, ki jih otrok izvaja na predmetih, svojem lastnem telesu, na drugih osebah. Razvoj poteka na šestih podstopnjah, od preprostih refleksov do organiziranih shem in mentalne reprezentacije« (prav tam).

Drugo razvojno stopnjo, t. i. »predoperativno stopnjo« je Piaget (prav tam) postavil v obdobje med približno 2. in 6. letom otrokove starosti. Za to stopnjo sta značilna razvoj in raba simbolov (gest, besed, odloženega posnemanja, igre, risanja). Otrokova komunikacija pa je na tej razvojni stopnji še egocentrična (prav tam).

Tretjo razvojno stopnjo je Piaget (prav tam) poimenoval »konkretno operativna stopnja« in naj bi trajala od 6. oz. 7. do 11. oz. 12. leta otrokove starosti. Na tej stopnji »otrok razvije logične strukture, ki mu na ravni miselnih operacij omogočajo reševanje nalog, kot so konzervacija, razredna inkluzija, razumevanje pojmov časa, prostora itd.« (prav tam).

Piagetovi »konkretno operativni« stopnji razvoja sledi t. i. »formalno operativna stopnja«, v kateri se nahajajo mladostniki od 11. oz. 12. do 15. leta starosti (prav tam). Na tej stopnji »miselne operacije niso več omejene s konkretnimi predmeti« (prav tam); mladostnikovo razmišljanje pa postane »abstraktno in hipotetično v kontekstu jezikovnega in logičnega sistema« (prav tam).

V nadaljevanju bomo povzeli nekaj osnovnih značilnosti tistih posameznih razvojnih obdobij, ki so ključnega pomena za pričujočo nalogo (tj. razvojna obdobja od zgodnjega otroštva do mladostništva), kakor jih razlaga sodobna razvojna psihologija.

2.1.1 Zgodnje otroštvo (od tri do šest let)

Razvojno obdobje zgodnjega otroštva ustreza Piagetovi »predoperativni stopnji mišljenja«, za katero je značilno simbolno mišljenje (Marjanovič Umek 2004a: 291). Le-to se na tej stopnji otrokovega razvoja »kaže v odloženem posnemanju, simbolni igri, ki je pogostejša in poteka tudi na višjih razvojnih stopnjah« (prav tam). Poleg tega L. Marjanovič Umek (prav tam) navaja, da se simbolno mišljenje na tej razvojni stopnji kaže tudi v likovnem izražanju in v rabi govora ter v povečani fleksibilnosti otrokovega mišljenja – otrok na tej stopnji razvoja »že razmišlja o preteklih in prihodnjih dogodkih« (prav tam).

Na področju čustev je otrokov napredek opazen v razvoju prepoznavanja in razumevanja tako temeljnih kakor tudi sestavljenih čustev. Poleg tega otrok napreduje v nadzoru nad čustvenim doživljanjem in izražanjem, ki »postaja vse bolj uravnoteženo in socialno sprejemljivo« (Kavčič in Fekonja 204: 334).

Za socialni razvoj v zgodnjem otroštvu so značilne nove oblike socialnih interakcij in socialnih kompetentnosti. Na tem mestu velja izpostaviti razvoj otrokove sposobnosti komuniciranja, recipročnosti, empatije in skupnega reševanja problemov (Marjanovič Umek 2004b: 363). Značilnostim otrok na tej stopnji razvoja pa Levin in Rubin (v Marjanovič Umek 2004b: 363) dodajata še ugotovitev, da starejši predšolski otroci z rabo govora lažje dosegajo svoje socialne cilje.

Igra otrok na tej razvojni stopnji je v večjem delu simbolna; poleg nje pa se pojavi tudi že igra s pravili – sicer prevladujoča igralna dejavnost pri otrocih od 6. oz. 7. leta naprej (Fekonja 2004: 382-383).

2.1.2 Srednje in pozno otroštvo (od šest let do začetka pubertete)

Otroci od starosti (približno) šestih let in vse do začetka pubertete so v razvojnopsihološki fazi t. i. »srednjega in poznega otroštva«, kar v Piagetovi teoriji ustreza stopnji konkretno operativnega mišljenja (Marjanovič Umek in Svetina 2004: 408).

Otrokovo mišljenje na tej razvojni stopnji je »logično in fleksibilno, saj lahko na tej stopnji že razmišlja in upošteva več vidikov istega problema, vendar pa si mora pri mišljenju pomagati s predstavljanjem konkretnih situacij« (prav tam). Za otroke, starejše od sedmih let je značilno, da njihova pozornost postaja vse bolj stalna. Razvijajo se njihove govorne sposobnosti, zlasti otrokove komunikacijske sposobnosti postajajo bolj razvite, kar otroku omogoča večjo mero sposobnosti za delo v skupini (Marjanovič Umek in Svetina 2004: 416).

Besednjak otrok na razvojni stopnji srednjega oz. poznega otroštva vsebuje »veliko besed, ki jih manjkrat slišijo, se pa pogosteje uporabljajo v pisnih besedilih« (Marjanovič Umek in Svetina 417). Poleg tega otroci že razumejo in tudi pogosto uporabljajo primere in metafore oz. prispodobne (prav tam). Stavki, ki jih uporabljajo otroci na tej razvojni stopnji, so vse bolj elaborirani, njihovo razumevanje pa se razširi tudi na stavke z relativno zapleteno stavčno konstrukcijo (Marjanovič Umek in Svetina 204: 418).

Čustveni napredek na razvojni stopnji srednjega oz. poznega otroštva je opazen v vse bolj prosocialnem vedenju otrok. Slednje »postane v tem obdobju otrokovega razvoja prevladujoča značilnost stabilnih vrstniških odnosov« (Fekonja in Kavčič 2004: 435-46). Že omenjeno prosocialno vedenje na tej stopnji otrokovega razvoja postaja tudi vse bolj učinkovito (Fekonja in Kavčič 2004: 436).

2.1.3 Mladostništvo in adolescenca (od 11.-12. do 22.-24. leta)

S terminom »mladostništvo« (s tujko »adolescenca«) razvojna psihologija označuje razvojno obdobje med približno 11.-12. in 22.-24. letom starosti (Zupančič 2004b: 511).

Kakor je bilo omenjeno že na začetku poglavja, je zlasti zgornjo mejo mladostništva težko določiti tako zaradi individualnih razlik kakor zaradi dejstva, da različne stroke (med njimi M. Zupančič (2004b: 511) navaja npr. pravo, sociologijo, psihologijo in andragogiko) pri tem uporabljajo različna merila (prav tam). Ker gre za razmeroma obsežno razvojno obdobje, ki obsega več specifičnih obdobj, delimo mladostništvo na:

- zgodnje mladostništvo (do približno 14. leta starosti),
- srednje mladostništvo (do približno 17. oz. 18. leta starosti) in
- pozno mladostništvo (do približno 22.-24. leta starosti).

Fasick (v Zupančič 2004b: 512) sklepa, da konec zadnjega obdobja mladostništva, tj. obdobja »poznega mladostništva«, nastopi takrat, ko posameznik prevzame eno od odraslih nalog.

Na spoznavnem področju prihaja v razvojnem obdobju mladostništva do »pomembnih kakovostnih in količinskih sprememb« (Zupančič in Svetina 2004a: 525). Ta razvoj se kaže v »logičnem mišljenju, kapaciteti obravnave informacij« (prav tam) ter v »razumevanju predmetnega in socialnega okolja« (prav tam). Kakor ugotavljata M. Zupančič in Svetina, (prav tam), se količinske spremembe v mišljenju »odražajo v mladostnikovi naraščajoči kompetentnosti pri reševanju intelektualnih problemov, v njihovi hitrosti in moči mišljenja« (prav tam), medtem ko se kakovostne spremembe »izražajo kot spremembe v načinu mišljenja« (prav tam). Poleg že omenjenega Demetriou idr. (v Zupančič in Svetina 2004a: 526) izpostavljajo, da se hitre spremembe pri mladostnikih »odražajo v povečanju in trajanju namerne pozornosti, sposobnosti inhibicije pozornosti za nerelevantne podatke« in v »kapaciteti delovnega spomina« (prav tam). Te spremembe mladostniku omogočajo »učinkovito miselno kombiniranje podatkov v ustrezne miselne predstave« (prav tam).

Na področju komuniciranja je pri mladostnikih opazna sprememba k dejavnejšemu komuniciranju ne le z vrstniki, starši in sorejenci, ampak tudi s širšim socialnim okoljem (Zupančič in Svetina 2004b: 589). Mladostniki tako v socialnih stikih »pridobivajo nova spoznanja in spretnosti, preizkušajo različne vloge, opredeljujejo svoje življenjske cilje, prepričanja, vrednote in tako oblikujejo tudi svojo identiteto« (prav tam).

Navedene razvojnopsihološke značilnosti otrok in mladostnikov bi morale predstavljati pomembno izhodišče oblikovanja programa, namenjenega otrokom in/ali

mladostnikom. Prizadevanje za širšo participacijo otrok in mladostnikov v medijih (v danem primeru v televizijskih programih) pa mora nujno upoštevati tudi razvojne značilnosti posameznikov na razvojnih stopnjah otroka oz. mladostnika.

2.2 Socialnopsihološka opredelitev

Kljub temu, da v pričujočem diplomskem delu postavljamo v ospredje predvsem razvojnopsihološka pojma oz. koncepta »otrok« in »mladostnik«, pa ne moremo mimo pojmov »mladi« in »mladina«, ki ju izpostavljajo sodobna sociologija in njej sorodne znanstvene discipline. Dejansko gre za koncepta, ki sta bolj fluidna od razvojnopsihološkega koncepta »mladostnik«, ki je razmeroma ozko določen pojem. S pojmom »mladina« sociologija označuje generacijsko oz. družbeno skupino, ki se je »konstituirala in odigrala pomembno družbeno vlogo v družbenem življenju 20. stoletja« (Ule 2000a: 17), ob koncu 20. stoletja pa se je začela stapljati z drugimi generacijskimi in družbenimi skupinami (prav tam). Eisenstadt (v Ule 2000a: 25) ugotavlja celo, da o »mladini« in »mladinskih problemih« danes sploh ne moremo govoriti več, saj ne gre za homogeno družbeno skupino, ki bi se soočala z družbo. Sodobne mladosti sociologija torej ne obravnava več kot predhodnice odraslosti, temveč kot biografsko dimenzijo, ki je vse bolj odvisna od »samodefinicije posameznika ali posameznice, ne pa od utrjenih družbenih konvencij in definicij« (prav tam).

Konec 90. let 20. stoletja v Sloveniji opravljene raziskave pa kažejo, da so mladi v Sloveniji dejansko razmeroma pasivna generacija, ki preferira mirno, manj razburljivo življenje. Poleg tega je za to generacijo značilno umikanje iz javnih prostorov, obračanje k fantazijskim svetovom in beg od realnosti ter velika občutljivost za nova tveganja (Ule 2000b: 177). Vse navedeno kaže na to, da so bili mladi v Sloveniji ob koncu 90. let 20. stoletja skupina s tipičnimi karakteristikami (post)moderne mladine (Ule 2000b: 179).

3. OTROCI, MLADOSTNIKI IN MNOŽIČNI MEDIJI

Ker spoznavamo, da otroci in mladostniki niso zgolj pomanjšani odrasli, temveč razvijajoči se posamezniki, ki imajo specifične potrebe (Berry 1993a: 2), je treba njihovim specifičnim potrebam, zmožnostim in željam prilagoditi tudi njim namenjen program.

3.1 Kognitivni razvoj in gledanje televizije

Znanstveniki so v mnogih različnih raziskavah že skušali ugotoviti, kaj lahko – kognitivno gledano – pričakujemo od otrok različne starosti (Doubleday in Droege 1993: 32). V splošnem izsledke teh raziskav lahko povzamemo v treh sklopih:

1. Otroci se s starostjo »naučijo poiskati bistvene in glavne informacije ter izločiti neuporabne in odvečne podatke« (Erjavec 1999e: 62). V zgodnjem otroštvu si otroci bolj kot celotno zgodbo zapomnijo posamezne dogodke, vsekakor pa zgodbo bolje razumejo, če sta njena vsebina in podoba skladnejši. Tudi otroci v razvojni fazi srednjega otroštva, v starosti šest do osem let večinoma še ne razumejo osrednje vsebine (Doubleday in Droege 1993: 32-33). Kakor kažejo raziskave, otroci tudi v starosti osem do devet let še slabo razumejo televizijske informacije (Erjavec 1999e: 62). V razumevanju vsebine posamezniki napredujejo šele pri starosti osem do 14 let (Doubleday in Droege 1993: 34).
2. Otroci s starostjo fikciji pripisujejo vse manj verjetnosti (Hawkins v Erjavec 1999a: 17); s starostjo pa upada tudi pozornost otrok do (televizijskih) oglasov (Erjavec 1999d: 57). Raziskave kažejo, da otroci okrog 7. oz. 8. leta starosti že razumejo prepričevalni namen oglaševanja (Doubleday in Droege 1993: 33); sposobnost ločevanja človeških vlog od lutkovnih in animiranih pa se pri večini otrok razvije šele pri osmih letih (Querforth v Erjavec 1999a:17).
3. S starostjo pri otrocih »narašča sposobnost slediti vrstnemu redu dogodkov ter povezanosti med njimi« (Erjavec 1999e: 62). Otroci v razvojnem obdobju zgodnjega otroštva le redko sklepajo o manjkajoči vsebini (Doubleday in Droege 1993: 32); tudi v srednjem otroštvu, pri starosti 7-8 let je po izsledkih raziskav le 30% otrok sposobnih napovedati naslednji dogodek (Erjavec 1999e: 61). Otroci oz. mladostniki v razumevanju

vsebine, napovedovanju manjkajočih prizorov in povezovanju prizorov med seboj napredujejo pri starosti 8-14 let (Doubleday in Droege 1993: 34).

Nekateri sodobni znanstveniki pa vseeno opozarjajo, da so zgoraj opisani izsledki raziskav lahko problematični, saj sklepajo, da otroci pred 11.-12. letom še ne razlagajo jasno svojih misli (Dorr v Erjavec 1999a: 17).

3.2 Študije vpliva

Mnogi znanstveniki se strinjajo z ugotovitvijo, da otroci televizijske vsebine dojemajo in zaznavajo drugače od odraslih (Doubleday in Droege 1993: 35). Dejansko je bila v preteklosti televizija pogosto obtoževana, da »spodbuja otroke in mladostnike k agresivnosti, mladoletnemu pijančevanju in sprejemanju seksističnih stališč« (Volčič 1999b: 109); prevladalo je mnenje, da »zaradi pomanjkanja sposobnosti, da bi razmišljali kritično in racionalno kot odrasli ter zaradi pomanjkanja življenjskih izkušenj otroci zelo hitro lahko podležejo simbolnim sporočilom« (Erjavec in Volčič 1998: 4). Vse navedeno pa je tudi določalo področja raziskav o vplivih televizije na otroke in mladostnike. Te raziskave so se osredotočile predvsem na vsebino – zlasti na nasilje, stereotipe in oglaševanje (Fitch idr. 1993: 38 in Murray 1993).

3.2.1 Raziskave vpliva televizije na agresivno obnašanje

Vpliv televizijskega nasilja na otroke je bil v preteklosti pogosto obravnavan (Bašić Hrvatinić 1995: 37), vendar pa so izsledki raziskav tega vpliva danes pogosto kritizirani zaradi pogostega napačnega opredeljevanja nasilja in neupoštevanja konteksta nasilja na televiziji (Erjavec 1999c: 45). Dejansko so učinki televizijskega nasilja kompleksni (Murray 1993: 15); odvisni so od »sporočilnih, kontekstualnih, osebnostnih in sociokulturnih dejavnikov« (Erjavec 1999c: 45).

3.2.2 Raziskave vpliva stereotipnih družbenih vlog na televiziji

Analize vsebin programov kažejo, da je slikanje tipičnih ženskih in moških vlog, različnih etničnih in starostnih ter nekaterih drugih družbenih skupin na televiziji le malo povezano z življenjskimi okoliščinami posameznikov, pripadnikov teh skupin (Murray 1993: 15). Posledice takih medijskih reprezentacij pa so lahko vidne v kultiviranju le-teh pri otrocih (Signiorelli 1993: 238 in Erjavec 1999b: 33). K. Erjavec (1999b: 33) pri tem opozarja, da bi tovrstne vplive lahko preprečili z ozaveščanjem otrok o teh vlogah.

3.2.3 Raziskave vpliva televizijskega oglaševanja na otroke in mladostnike

Tipičen primer kritik vpliva oglaševanja na otroke in mladostnike so npr. kritike, da oglaševanje najstnike spodbuja k poskušanju in k rednemu pitju alkohola (Erjavec 1999d: 56). Vendar pa danes raziskovalci ugotavljajo, da je bila v večini preteklih raziskav o vplivu televizijskega oglaševanja zanesljivost odgovorov premajhna (prav tam) – dejanski vpliv oglasov na otroke in mladostnike ni tako enostaven; gre za kompleksen pojav, odvisen od mnogih (težko dokazljivih) dejavnikov, kot so npr. starost, spol, družbeni razred, nadarjenost, vrstniški vplivi ter osebni dejavniki (Erjavec 1999d: 57).

V splošnem lahko ugotavljamo, da omenjena posploševanja pri raziskovanju vpliva televizije na otroke in mladostnike niso ustrezna – gledanje televizije namreč ni enosmerna izkušnja, njegovi družbeni vplivi pa niso le rezultat vsebine (Doubleday in Droege 1993: 34). Ko govorimo o vplivih televizije, moramo govoriti o dinamičnih, večplastnih procesih (Buckingham 2003: 18), ki so širši, kulturni in izvirajo iz kontekstualnih, socialnih in osebnostnih dejavnikov (Luthar 1995: 18). Lahko torej povzamemo, da kljub demitologizaciji starejših prepričanj o vplivu medijev – zlasti televizije – v sodobni komunikologiji še ne moremo trditi, da je vloga medijev v življenju otrok in mladostnikov marginalna ali nepomembna (Chen 1995 in Luthar 1995: 36). Izpostaviti pa je treba, da je vpliv televizije širši in da je »v resnici odvisen od tega, koliko gledamo in, še bolj pomembno, kaj gledamo« (Chen 1995: 59) – seveda vse to ob upoštevanju osebnostnih, kontekstualnih in socialnih dejavnikov. Iz tega lahko sklepamo, da radikalni vplivi na gledanje televizije pri otrocih in mladostnikih ni ustrezno, kakor tudi ni ustrezno obravnavanje teh dveh skupin kot lahkovernega občinstva (Schneider 1987: 2; Erjavec in Volčič 1998: 5).

3.3 Pozitivni potencial televizije

Televizija lahko otrokom in mladostnikom priskrbi tudi izkušnje, ki ne morejo biti označene kot slabe. Z. Volčič (1999b: 109) ugotavlja, da ima televizija potencial približati otrokom »izkušnje, ki jih sami ne bi mogli doživeti«.

Soočiti pa se moramo z nalogami, katerih izpolnjevanje bi doprineslo k maksimizaciji pozitivnega vpliva televizije na otroke:

- predstaviti ugotovitve sodobnih raziskav o vplivu medijev na otroke in mladostnike programskim delavcem, staršem in učiteljem (Doubleday in Droege 1993: 35)
- zagotoviti otrokom in mladostnikom kvaliteten program, ki ustreza njihovim željam in potrebam (Hobbs 1995: 24) in
- preko vzgoje za medije pomagati otrokom in mladostnikom, da postanejo informirani uporabniki televizije (Asamen 1993: 309 in Hobbs 1995: 24).

4. VZGOJA ZA MEDIJE IN MEDIJSKA PISMENOST

Medijska pismenost je »informirano, kritično razumevanje množičnih medijev; vključuje proučevanje tehnik, tehnologij in institucij, ki so vključene v medijsko produkcijo in sposobnost kritične analize medijskih sporočil ter spoznavanje vloge občinstev v oblikovanju pomenov sporočil« (Erjavec in Volčič 2000a: 9). Za doseganje medijske pismenosti pri otrocih in mladostnikih pa je ključnega pomena vzgoja za medije, tj. »proces poučevanja in učenja o medijih, katerega rezultat je medijska pismenost« (Buckingham 2003: 4). Vzgoja za medije mora potekati preko povezanih analitičnih in produkcijskih aktivnosti (Erjavec in Volčič 2000a: 9), saj le kot taka lahko prispeva k svojemu cilju – kritičnemu razumevanju medijev in aktivni participaciji otrok v medijih (Buckingham 2003: 4). M. Košir (1999: 130) podobno kakor Buckingham ugotavlja, da vzgoja za medije z učenjem produkcijskih aktivnosti »omogoča kritično refleksijo vsebin in podob ter tako predstavlja kreativen način vstopanja v sfero komuniciranja« ter da poleg tega omogoča otrokom in mladostnikom socialno zблиževanje in krepitev njihove medsebojne komunikacije (prav tam).

4.1 Vzgoja za medije v medijih

Vzgoja za medije v šoli torej ni edini korak k optimizaciji vpliva množičnih medijev – in s tem tudi televizije na otroke in mladostnike. Nujno je tudi predvajanje kvalitetnih programskih vsebin za otroke in mladostnike, katerih ponudba mora biti količinsko in vsebinsko bogata (Berry 1993b: 294 in Stipp 1993: 302).

Naloga televizije je torej ponuditi otrokom in mladostnikom visoko kvalitetne oddaje (Los Angeles Bautista 1999: 272). Ponudba le-teh mora biti široka, da lahko izpolnjuje različne potrebe otrok. Neizogiben način doseganja tovrstne ponudbe televizijskih vsebin pa je samoregulacija televizije (Feilitzen 1999: 15-16).

Celostno sliko o tem, kakšne so visoko kvalitetne programske vsebine za otroke in mladostnike, je I. 1995 na 1. Svetovnem vrhu o televiziji in otrocih predstavila Anna Home v svoji *Listini o televiziji za otroke* (v nadaljevanju *Listina*). *Listina* sicer govori o »otrocih« kot občinstvu – vendar je tu pojem »otrok« mišljen v pomenu, kakršnega mu določa *Konvencija Združenih narodov o otrokovih pravicah* iz leta 1989, tj. posameznik, ki še ni dopolnil 18 let starosti (Generalna skupščina Združenih narodov 1999: 31). Vendar po razvojnopsiholoških delitvah, omenjenih v prejšnjem poglavju, za posameznike od začetka pubertete naprej (in vse do približno 22.-24. leta)

ugotavljamo, da se nahajajo v razvojnem obdobju »mladostništva« oz. »adolescence« (npr. Zupančič 2004a: 10). Zato moramo ob branju *Listine o televiziji za otroke* upoštevati, da predlogi, navedeni v *Listini*, veljajo tudi za program, namenjen tistemu občinstvu, ki se že nahaja v razvojnem obdobju mladostništva. Vseeno *Listino* povzemamo zgolj z originalnim izrazom »otrok«.

Anna Home (1999: 409) je v sedmih točkah listine izpostavila kar nekaj nalog, ki bi jih v odnosu do otroškega občinstva morala izpolnjevati televizija:

- »Otrokom bi morali biti namenjeni visoko kvalitetni programi, narejeni posebej za njih. Ti programi morajo otrokom poleg zabave omogočati psihični, mentalni in duševni razvoj« (prav tam);
- V nadaljevanju A. Homme (prav tam) izraža zahtevo po participaciji otrok pri oblikovanju njim namenjenih programov, kar bi jim omogočilo, da bi »slišali in videli ter izražali svojo kulturo, jezik in življenjske izkušnje«;
- Avtorica nadalje trdi, da bi morali programi za otroke vzgajati k zavedanju in spoštovanju drugih kultur hkrati z učenjem o svoji lastni kulturi;
- program za otroke naj bi bil žanrsko in vsebinsko raznolik; vseeno pa ne bi smel vključevati prizorov neupravičenega nasilja ali spolnosti;
- Dober program za otroke naj bi bil predvajan v terminih, ko otroci ta program lahko spremljajo ali/in bi moral biti ta program dostopen prek drugih medijev ali tehnologij;
- Ustvarjanju programa za otroke morajo biti namenjena primerno visoka finančna sredstva;
- Vlade in ustvarjalci programa bi se morali zavedati posebnosti otrok, pripadnikov manjšinskih skupin ali staroselcev ter da bi jih morali podpirati in varovati.

Tako smo povzeli nekaj ključnih in tudi za naš prostor veljavnih oz. zelenih lastnosti televizije v odnosu do otrok in mladostnikov. Želene lastnosti dobre televizije za otroke pa v domači literaturi povzema tudi B. Luthar (1995: 35) v svojem prispevku v zborniku *Otrok in mediji* – po njenem mnenju so dobre tiste (natančno načrtovane) oddaje, ki pri otrocih »spodbujajo toleranco in sočutje, jim dajejo pravico do govora, jim pomagajo artikulirati misli«. Opažamo, da se vsaj v nekaterih točkah ugotovitve obeh avtoric prekrivajo – zlasti v izpostavljanju participacije otrok v oblikovanju programskih vsebin.

Natančni kriteriji o tem, kakšne so kvalitetne oddaje za otroke (v tej nalogi seveda ne obravnavamo njihove tehnične kvalitete, ampak predvsem vsebinske) so seveda pri različnih avtorjih različni; naštetim lastnostim programov v omenjeni *Listini* ter lastnostim dobrih programov za otroke, kakor jih našteva B. Luthar (1995: 35), pa bi morale gotovo ustrezati oddaje, ki jih otrokom in mladostnikom namenja TV Slovenija.

4.2 Participacija otrok in mladostnikov v oblikovanju njim namenjenih televizijskih vsebin

Eden izmed najpomembnejših korakov do kvalitetne medijske ponudbe za otroke in mladostnike predstavlja njihova široka participacija v procesu oblikovanja njim namenjenih televizijskih vsebin – tj. participacija otrok in mladostnikov vse od snovanja njim namenjenih vsebin do končnih povratnih informacij, ki naj bi jih otroci in mladostniki izrazili (Belamy v Mead 1999: 276 in Peijun 1999: 301). Poleg omenjenega F. De Los Angeles Bautista (1999: 270) ugotavlja tudi, da mora participacija otrok in mladostnikov v medijih vključevati tudi posvetovanja z otroki in mladostniki glede različnih oblik medijev.

Participacija otrok in mladostnikov pa je neogibno povezana z vzgojo za medije, ki jim nudi različna znanja in veščine, nujno potrebne za njihovo (učinkovito) participacijo. Tako vzgoja za medije kakor participacija otrok in mladostnikov v medijih pa sta povezani z otrokovimi pravicami in njihovim zagotavljanjem, ne le na področju medijev, ampak tudi na področju celotnega družbenega udejstvovanja – kar pa je velikega pomena za krepitev demokracije (Feilitzen 1999: 15).

Cilj aktivne in kreativne participacije otrok in mladostnikov v oblikovanju njim namenjenih programskih vsebin pa je predvsem njihovo boljše razumevanje (avdiovizualnih) medijev (Moszkowicz 1999: 319) in pomoč otrokom in mladostnikom pri iskanju njihove lastne identitete in njihovega izražanja (Ai-Leen 1999: 335). Predvsem pa participacija v medijih otrokom in mladostnikom omogoča, da v večji meri vplivajo na družbo s (pre)usmerjanjem pozornosti javnosti k problemom, s katerimi se soočajo (Zongo 1999: 346 in Feilitzen 1999: 22), in jim pomaga, da postajajo vse bolj medijsko pismeni ter da se razvijajo v inteligentne medijske uporabnike (Connie 1999: 293 in Los Angeles Bautista 1999: 270).

4.3 Problem zapostavljanja določenih skupin otrok in mladostnikov v medijih

C. von Feilitzen (1999: 18) ugotavlja, da se pri medijskem slikanju otrok in mladostnikov pojavlja problem, s katerim smo pogosto soočeni tudi pri medijskem slikanju odraslih: na račun otrok – pripadnikov srednjega razreda večinske populacije ostajajo proporcionalno manj reprezentirane določene skupine otrok in mladostnikov, med katerimi avtorica izpostavlja npr. otroke iz delavskega razreda ter otroke etničnih in jezikovnih manjšin. Podobni – mogoče celo nekoliko radikalnejši – so zaključki B. Luthar (1995: 35) – avtorica govori celo o »sistematičnem zapostavljanju« nekaterih socialnih in etničnih manjšin na televiziji. Ob vsem tem pa ugotavlja tudi možne negativne posledice tovrstnega zapostavljanja – namreč, da tovrstno ravnanje lahko vpliva na nizko samooceno otrok, pripadnikov teh manjšin (prav tam).

Priče smo torej medijski praksi, s katero »kultura – katere vse večji in večji del predstavljajo mediji – na ta način odseva hierarhijo moči v družbi ter kulturno težo in pomen različnih skupin populacije« (Feilitzen 1999: 18). Ob zavedanju tega si moramo prizadevati za uravnoteženje medijske slike ter tako spremeniti vzorce zapostavljanja družbenih in kulturnih manjšin.

5. MEDIJSKE INSTITUCIJE

Tako rekoč nemogoče, zlasti pa nesmiselno, bi bilo obravnavati otrokom in mladostnikom namenjen program na 1. in 2. programu TV Slovenija, ne da bi ta program umestili v institucionalno okolje, v katerem nastaja in ki ključno vplivajo nanj. Javni zavod RTV Slovenija, katerega programska enota je TV Slovenija, bomo v tej nalogi obravnavali kot medijsko institucijo, pri čemer bomo izpostavili njegov status t. i. javnega servisa.

Institucije je O'Sullivan (v Branston in Stafford 1996: 257) definiriral kot »trajne regulatorne in organizacijske strukture, ki omejujejo in kontrolirajo posameznike in njihovo individualnost«. Poleg navedenega institucije po O'Sullivanu (prav tam) temeljijo na načelih in vrednotah, skladno s katerimi so organizirane in koordinirane mnoge družbene in kulturne prakse. Kot take so institucije »poglavitni vir kodov, pravil in odnosov« (prav tam).

Osnovna značilnost medijskih institucij je, da na prvem mestu proizvajajo in distribuirajo produkte, ki so v osnovi simbolnega značaja. Te vsebine kot take vstopajo v življenje družbe oz. kakor ugotavlja Cottle (2003: 4), so v poznomodernih družbah celo »simbolne forme medijskega outputa implicirane v življenje družbe«.

Medijske institucije pa imajo tudi nekatere druge prepoznavne značilnosti. Branston in Stafford (1996: 258) kot nujne značilnosti medijskih institucij izpostavljata naslednje:

- medijske institucije imajo določena pravila in skupek vrednot, skupnih vsem posameznikom znotraj institucije ter znanih tudi občinstvu,
- medijske institucije »vključujejo znotraj svojih meja vse možne strokovnjake (ne moreta obstajati dve instituciji z identičnimi značilnostmi)« (prav tam),
- medijske institucije zaposlujejo strokovnjake, katerih izobrazba in usposobljenost učinkovito iz sistema izključujeta novince,
- medijska institucija »določa tehnične standarde produkcije« (prav tam),
- medijska institucija določa svoje formalne značilnosti – žanre, stile, formate itd. in
- »tako zaposleni kakor občinstvo prepoznavajo, da gre za institucijo« (prav tam).

5.1 Javni servis

Kakor je bilo omenjeno že na začetku poglavja, prepoznavamo Javni zavod RTV Slovenija (katerega programska enota je TV Slovenija) kot medijsko institucijo s statusom javnega servisa, tj. medijske institucije, katere naloga je prispevati k demokratizaciji vsakdanjega življenja v zasebnih in javnih kontekstih (Scannell 1992: 318).

Javni servis McQuail (2005: 566) definira kot »zlasti evropski sistem elektronskih medijev, ki je javno financiran in voden na neprofiten način z namenom zadovoljevanja različnih javnih komunikacijskih potreb vseh državljanov«. McQuail (prav tam) v nadaljevanju izpostavlja, da navedeno vključuje tudi zadovoljevanje komunikacijskih potreb določenih manjšin, nekatere vrste izobraževanja in servis demokratičnega političnega sistema.

Naloga javnega servisa je tako »razvijanje in oblikovanje programov v interesu širše javnosti s pozornostjo na potrebah manjšin« (Milosavljevič 2005: 108) – kar gotovo vključuje tudi pozornost do potreb otrok in mladostnikov. Program, ki ga razvija javni servis, pa mora biti pluralističen, inovativen in spremenljiv. Izpolnjevati mora visoke etične standarde kvalitete; težnje po kvaliteti vsebin, ki jih predvaja javni servis, pa ne smejo biti žrtvovane zaradi tržnih moči (prav tam).

Javni zavod RTV Slovenija (in s tem tudi TV Slovenija) naj bi torej deloval po določenih standardih in načelih, veljavnih za delovanje javnega servisa. V nadaljevanju predstavljamo pogosto citiran seznam načel javne televizije, ki jih je že leta 1985 predstavil Oddelek za raziskave pri britanskem javnem servisu BBC:

- univerzalna dostopnost v celi državi,
- oddajanje za vse interese in okuse,
- skrb za manjšine,
- skrb za nacionalno identiteto in skupnost,
- neodvisnost javnega servisa od zasebnih interesov in od interesov vlade,
- javna televizija se financira prek svojih uporabnikov,
- oddaje, ki jih predvaja javna televizija, morajo biti konkurenčne v kvaliteti in ne v kvantiteti in
- javna televizija mora biti vodena po načelih, ki omogočajo svobodo programskih delavcev pri njihovem delu (Broadcasting Research Unit v Branston in Stafford 1996: 264-265 in v Volčič 1999a: 37-38).

Na mnogih mestih se z zgoraj navedenimi načeli prekriva tudi Splichalov (1995: 173) seznam funkcij, zahtev in pričakovanj do javnega servisa; mestoma pa tudi dopolnjuje povzeti seznam načel javnega servisa Oddelka za raziskave pri BBC. Splichal (prav tam) navaja, da javni servis v odnosu do občinstev opravlja naslednje tri temeljne funkcije: izobraževanje, obveščanje in zabavo. V nadaljevanju avtor izpostavlja pričakovanje, da javni servis služi različnim okusom – tako »visokemu« kakor »nizkemu« oziroma tako »popularnemu« kakor »elitnemu« (prav tam). Tretja Splichalova zahteva je tako enaka prvemu načelu s seznama Oddelka za raziskave pri BBC – namreč, javni RTV servis mora »zagotavljati univerzalno dostopnost do programov na celotnem ozemlju države in skrbeti, da je kakovost RTV programa povsod na približno enaki tehnični in kakovostni ravni« (prav tam). Za pričujočo nalogo pa je najbolj ključna zadnja (četrt) alineja v Splichalovem seznamu funkcij, zahtev in pričakovanj do javnega servisa. Glasi se: »Javni RTV sistem naj bi zagotavljal programsko ponudbo za manjšine – etnične, jezikovne, regionalne, verske in starostne« (prav tam). Ob predpostavki, da sta skupini otrok in mladostnikov starostni manjšini, ugotavljamo, da jim mora TV Slovenija zagotavljati kakovosten program.

5.2 Javni servis in komercialni mediji

Javni servis je pogosto definiran tudi glede na svoje razlikovanje od komercialnih (avdiovizualnih) medijev. V nasprotju s komercialnimi mediji naj se javni servis ne bi ravnal izključno po načelih prostega trga (Bašič Hrvatini 2002: 14). Sploh naj temeljni motiv javnega servisa (za razliko od komercialnih medijev) ne bi bil ustvarjanje dobička, temveč zagotavljanje javnih storitev (Volčič 1999a: 42).

Javni servis pa se od komercialnih medijev razlikuje tudi v svojem odnosu do občinstva. Medtem, ko komercialni mediji občinstvo obravnavajo kot trg oz. kot potrošnike, naj bi javni servis občinstvo obravnaval kot državljane oz. kot »dejavne člane demokratične družbe« (Volčič 1999a: 40-41).

Za pričujoče diplomsko delo pa je ključna razlika med javnim servisom in komercialnimi mediji predvsem v tem, da je javni servis dolžan zagotavljati kvaliteten program za otroke in mladostnike. Program, namenjen tema dvema ciljnim skupinama, je v komercialnih medijih namreč pogosto trivializiran; zlasti pa komercializiran (Blumler in Hoffmann-Reim 2002: 208-209). Poleg tega je Kunkel (1993: 273) v svoji raziskavi ameriške televizije ugotovil tudi, da komercialne

televizije (v nasprotju z javnimi) v večini primerov ne zagotavljajo igranih programov za otroke in mladostnike ter ne vsebujejo informativnih oddaj in serij o naravi, znanosti in umetnosti, ki bi vzpodbujale radovednost otrok.

5.3 Zagotavljanje kvalitetnega programa za otroke in mladostnike na javnem servisu

Mnogi avtorji (npr. Splichal 1995: 173, Lessler 1996: 3 ter Blumler in Hoffmann-Reim 2002: 209) opozarjajo, da je javni servis dolžan zagotavljati posebno skrb starostnim manjšinam, torej tudi otrokom in mladostnikom. Lessler (1996: 3) idejo še potencira, saj trdi, da je zagotavljanje visoko kvalitetnih programov za otroke »privilegij in obveza javnih RTV sistemov«.

Izzive javne televizije v prihodnosti je Berry (1993b: 294) predstavil zelo široko – javna televizija naj bi otrokom namenjala raznolike programske vsebine, spodbujala njihovo domišljijo, jim pomagala pri njihovem družbenem razvoju, jih informirala o njihovem mestu v svetu, jih seznanjala z informacijami o drugih ter jim ponujala vsebine, ki jih bodo izzvale k iskanju novih informacij.

Te naloge javnega servisa je smiselno izpostaviti v zlasti sodobnem obdobju krize javnih medijev, saj se le-ta pogosto kaže tudi v krčenju otroškega programa (Bašić Hrvatini 2002: 63).

6. REGULIRANJE MEDIJSKIH VSEBIN ZA OTROKE IN MLADOSTNIKE

Mnoge mednarodne organizacije, mnoga regionalna telesa (npr. Evropska unija) in mnoge države ter posamezne medijske institucije so že sprejele vrsto bolj ali manj zavezujočih dokumentov, ki na različne načine omejujejo različne medijske vsebine z namenom varovanja otrok in mladostnikov pred določenimi vsebinami oz. določajo, kakšne bi morale biti medijske vsebine, namenjene tema dvema ciljnim skupinama (McQuail 2005: 10 in Carlsson 1999: 10).

V nadaljevanju poglavja so povzete tiste določbe mednarodnih dokumentov, ki ključno vplivajo na oblikovanje programa za otroke in mladostnike oz. določbe, ki otroke in mladostnike ščitijo pred negativnimi vplivi določenih medijskih vsebin. Kasneje sta predstavljena dva zakona Republike Slovenije, ki ključno vplivata na oblikovanje medijskih vsebin v Republiki Sloveniji: *Zakon o medijih* in *Zakon o Radioteleviziji Slovenija*. Na koncu poglavja pa so obravnavani še tisti dokumenti, ki obravnavajo novinarsko etiko v povezavi z otroki in mladostniki v medijih, med katerimi bomo najbolj izpostavili določbe 13. člena *Poklicnih meril in načel novinarske etike v programih RTV Slovenija*, ki naj bi imela pomemben vpliv na oblikovanje programa TV Slovenija, izrecno namenjenega otrokom in mladostnikom.

6.1 Konvencija Združenih narodov o otrokovih pravicah

Konvencija Združenih narodov o otrokovih pravicah (v nadaljevanju *Konvencija*) je bila sprejeta v Generalni skupščini Združenih narodov z Resolucijo št. 44/25 20. novembra 1989. Gre za temeljni mednarodni dokument, v katerem so podrobno razčlenjene otrokove pravice – med drugim tudi otrokove komunikacijske pravice, ki si jih bomo v nadaljevanju podrobneje ogledali.

Na začetku pa je treba še opozoriti na dejstvo, da *Konvencija* v svojem 1. členu določa, da »za namene te Konvencije pomeni otrok vsako človeško bitje, mlajše od 18 let, razen če zakon, ki se uporablja za otroka, določa, da se polnoletnost doseže že prej« (Generalna skupščina Združenih narodov 1999: 31). Zavedati se moramo torej, da ob govoru o otrokovih komunikacijskih pravicah, določenih s *Konvencijo*, pojem »otrok« vključuje tudi posameznike, ki so razvojno gledano že na stopnji mladostnika – *Konvencija* tako sicer res eksplicitno govori le o otrokovih (komunikacijskih) pravicah, vendar je pomen pojma »otrok« razširjen na vsa razvojna

obdobja do mladostništva in je navzgor omejen s posameznikovo polnoletnostjo¹ in tako do neke mere govori tudi o mladostnikovih komunikacijskih pravicah.

Otrokova pravica do svobodnega izražanja lastnih mnenj je obravnavana v 12. členu *Konvencije* (Generalna skupščina Združenih narodov 1999: 34), medtem ko njen 13. člen določa otrokovo pravico do svobodnega »iskanja, sprejemanja in širjenja vsakovrstnih informacij in idej, ne glede na meje, v ustni, pisni, tiskani ali umetniški obliki ali na katerikoli drug način po otrokovi izbiri« (prav tam).

Omenjena člena *Konvencije* torej natančno in podrobno določata otrokovo pravico do svobodnega izražanja.

Sama vloga množičnih medijev na področju otrokovih pravic pa je podrobno obravnavana v 17. členu *Konvencije*. Za dani primer – torej, za programske vsebine, namenjene otrokom in mladostnikom – so najpomembnejši odstavki 17. člena a, b, d in e. Ti odstavki bi morali predstavljati temelj oblikovanja programa za otroke in mladostnike. 17. člen *Konvencije* namreč določa, da

Države pogodbenice priznavajo pomembno vlogo množičnih občil in otroku zagotavljajo dostop do informacij in gradiv iz najrazličnejših domačih in mednarodnih virov, zlasti tistih, katerih cilj je krepitev otrokove družbene, duhovne in nravstvene blaginje ter telesnega in duševnega zdravja. V ta namen države pogodbenice:

- a) *spodbujajo javna občila k širjenju za otroka družbeno in kulturno koristnih informacij in gradiv /.../,*
- b) *spodbujajo mednarodno sodelovanje pri ustvarjanju, izmenjavi in širjenju takšnih informacij in gradiv iz najrazličnejših domačih in mednarodnih kulturnih virov, /.../*
- d) *spodbujajo javna občila, da posvečajo posebno pozornost jezikovnim potrebam otroka, ki je pripadnik manjšinske skupine ali staroselec (indigenous);*
- e) *spodbujajo razvoj ustreznih smernic za zavarovanje otroka pred informacijami in gradivi, ki škodujejo njegovi blaginji /.../ (Generalna skupščina Združenih narodov 1999: 35-36).*

Kakor opazimo, odstavek d) 17. člena *Konvencije* zopet izpostavlja v tem diplomskem delu že omenjeno posebno potrebo po posebni skrbi množičnih medijev za otroke – pripadnike manjšin in s tem daje posebno težo že omenjeni problematiki reprezentacije in participacije otrok in mladostnikov – pripadnikov etničnih in družbenih manjšin v medijih.

¹ Enako velja tudi za ostale v tem poglavju navedene dokumente, vkolikor ni izrecno povedano drugače.

Določila *Konvencije Združenih narodov o otrokovih pravicah* sprejema tudi regionalni evropski dokument z naslovom *Evropska konvencija o uresničevanju otrokovih pravic*. Tudi ta dokument znova izpostavlja pomen upoštevanja mnenj otrok, pri čemer pa še dodatno opozarja, da je treba »zagotoviti ustrezne informacije, da bi lahko spodbujali take potrebe in koristi« (Svet Evrope 1999: 361).

6.2 Dokumenti različnih mednarodnih oz. regionalnih organizacij, ki obravnavajo medijske vsebine za otroke in mladostnike oz. ki omejujejo vsebine množičnih medijev zaradi posebne ranljivosti otrok in mladostnikov

Priporočilo št. 1286 (1996) O evropski strategiji za otroke podobno kakor omenjeni konvenciji izpostavlja otrokovo pravico do svobodnega izražanja mnenja. V 8. členu omenjenega priporočila je namreč zapisano, da bi moral odbor ministrov Sveta Evrope države članice Sveta Evrope pozvati, da »omogočijo otrokom, da povedo svoje mnenje pri vsem, kar jih zadeva in jim na način, ki je primeren njihovim zmožnostim, omogočijo dejavno in odgovorno sodelovanje na vseh ravneh družbe« (Parlamentarna skupščina Sveta Evrope 1999a: 17-18). To določilo, kakor lahko opazimo, obravnava tudi vprašanje participacije otrok v družbi, kar v sodobnosti nujno vključuje tudi njihovo vključevanje in participacijo v medijih.

K dejavnejši vlogi otrok v družbi pa spodbujata tudi 16. in 17. člen *Priloge k Priporočilu Odbora ministrov Sveta Evrope št. R (98) 8 o sodelovanju otrok v družinskem in družbenem življenju*. Pospeševanje sodelovanja otrok v družinskem in družbenem življenju naj bi, kakor je zapisano v omenjenem 16. členu, spodbujale različne informativne in izobraževalne oddaje. 17. člen omenjenega dokumenta pa zopet izpostavlja pomen participacije otrok v medijih; v ta namen priporoča »sodelovanje otrok pri sestavljanju programov iz medijskih izdelkov, ki so namenjeni otrokom, ali pa so z njimi povezani, kakor tudi pri samem medijskem ustvarjanju« (Odbor ministrov Sveta Evrope 1999c: 129).

Mnogi mednarodni dokumenti pa obravnavajo tudi omejevanje določenih medijskih vsebin – predvsem prizorov (neupravičenega) nasilja, pornografije in oglaševalskih vsebin. Varovanje mladoletnih oseb pred programi, ki vsebujejo prizore nepotrebnega nasilja in pornografije, določa npr. *Direktiva Evropske unije "Televizija brez meja"* iz leta 1989 v svojem 22. členu (European Union 1999: 401). Podobna tem so tudi določila *Priporočila Evropske unije o varovanju mladoletnih oseb in*

človeškega dostojanstva v avdiovizualnih in informativnih servisih, sprejetega v Svetu Evropske unije l. 1998. Poleg že omenjenega se zavzema tudi za uporabo novih digitalnih metod, s katerimi bi starši lahko kontrolirali, katere vsebine elektronskih medijev spremljajo njihovi otroci, mlajši od 18 let (Council of the European Union 1999: 418).

Tudi EBU – Evropska zveza elektronskih medijev, katere član je tudi Javni zavod RTV Slovenija, je izdala vodila, ki omejujejo prikazovanje prizorov nasilja na predvajanje v poznih večernih terminih z namenom varovanja otrok (European Broadcasting Union 1999: 403).

Omejevanje vsebin, ki vključujejo prizore nasilja ali pornografijo, podrobneje določata tudi *Priporočilo Parlamentarne Skupščine Sveta Evrope št. 963 (1983) o kulturnih in vzgojnih sredstvih za zmanjšanje nasilja* (Parlamentarna skupščina Sveta Evrope 1999b: 293-299) in *Priporočilo odbora ministrov Sveta Evrope št. R (89) 7 o načelih glede razširjanja videogramov z nasilno, brutalno ali pornografsko vsebino* (Odbor ministrov Sveta Evrope 1999b: 313). Vsem zgoraj naštetim dokumentom je skupno, da se zavzemajo za omejevanje medijskih vsebin, ki vključujejo prizore (neupravičenega) nasilja oz. pornografije ob predpostavki, da tovrstne vsebine škodljivo vplivajo na otroke in mladostnike. Omenjeni temi (o tem kasneje) podrobno obravnava tudi slovenska zakonodaja.

Omejevanje določenih medijskih vsebin se pogosto nanaša tudi na oglaševalske vsebine. *Priporočilo Odbora ministrov Sveta Evrope št. R (84)3 o načelih televizijskega oglaševanja* poleg splošnega načela, da morajo biti oglasi »pripravljene s čutom odgovornosti do družbe« (Odbor ministrov Sveta Evrope 1999a: 306), posveča posebno skrb oglasom, namenjenim otrokom oz. oglasom, v katere so vključeni otroci in določa, da se morajo tovrstni oglasi »izogibati vsemu, kar bi lahko škodovalo njihovim koristim in oglasi bi morali spoštovati otrokovo fizično, duševno in moralno osebnost« (Odbor ministrov Sveta Evrope 1999a: 306-307).

6.3 Zakonodaja Republike Slovenije o množičnih medijih

Zakona Republike Slovenije, ki določata v tej nalogi obravnavano temo, tj. program, namenjen otrokom in mladostnikom na 1. in 2. programu Televizije Slovenija, sta *Zakon o medijih* in *Zakon o Radioteleviziji Slovenija*.

6.3.1 Zakon o medijih

Leta 2001 sprejeti Zakon o medijih »določa pravice, obveznosti in odgovornosti pravnih in fizičnih oseb ter Javni interes Republike Slovenije na področju medijev« (*Zakon o medijih* 2001). Glavne določbe *Zakona o medijih* glede otrok in mladostnikov v povezavi z mediji se nanašajo na omejevanje vsebin, ki vključujejo nasilje in izključevanje pornografskih vsebin, poleg tega pa vsebuje natančna določila glede oglaševanja, v kolikor so ciljno občinstvo le-tega otroci oz. oglaševanja, v katerem nastopajo otroci (prav tam).

49. člen *Zakona o medijih* tako določa, da

oglasi, katerih pretežno ciljno občinstvo so otroci, ali v katerih nastopajo otroci, ne sme vsebovati prizorov nasilja ali pornografije in drugih vsebin, ki bi lahko škodovale njegovemu zdravju ter duševnemu in telesnemu razvoju, ali kako drugače negativno vplivale na dovzetnost otrok« in, da »oglaševanje ne sme moralno ali psihično prizadeti otrok (prav tam).

Podobno tudi 84. člen *Zakona o medijih* vsebuje določbe, ki varujejo otroke pred vsebinami, ki bi lahko na njih imele škodljiv vpliv. Tako v 1. odstavku določa, da »televizijski programi ne smejo predvajati prizorov neupravičenega nasilja, pornografije ali drugih oddaj, ki bi lahko resno škodovale duševnemu, moralnemu ali telesnemu zdravju otrok in mladoletnikov« (prav tam). 4. odstavek istega člena *Zakona o medijih* pa določa tudi, da morajo biti programske vsebine, ki vključujejo elemente nasilja »jasno in razumljivo označene z vizualnim simbolom, pred začetkom njihovega predvajanja pa mora biti objavljeno akustično in vizualno opozorilo, da niso primerne za otroke in mladoletnike do 15. leta« (prav tam).

Zakon o medijih torej določa predvsem, kakšne vsebine ne smejo biti predvajane v množičnih medijih oz. kakšne vsebine smejo biti predvajane skupaj z jasno in razumljivo oznako z namenom varovanja interesa otrok oziroma mladostnikov. Tako *Zakon o medijih* omejuje predvajanje prizorov (neupravičenega) nasilja, prepoveduje predvajanje pornografije in omejuje določene oglaševalske vsebine (prav tam).

6.3.2 Zakon o Radioteleviziji Slovenija

Leta 2005 sprejeti *Zakon o Radioteleviziji Slovenija* določa osnovna načela oz. vodila pri oblikovanju programov Radiotelevizije Slovenija – kar seveda vključuje

programske vsebine, namenjene otrokom in mladostnikom na 1. in 2. programu TV Slovenija.

V 1. odstavku 4. člena *Zakon o Radioteleviziji Slovenija* določa, da RTV Slovenija zagotavlja »visokokakovostno produkcijo, namenjeno otrokom, mladostnikom in starostnikom« (*Zakon o Radioteleviziji Slovenija 2005*) in s tem predstavlja zakonsko podlago za zahtevo po zagotavljanju programskih vsebin, o katerih govorimo v tej nalogi.

Poleg tega pa *Zakon o Radioteleviziji Slovenija* podobno kakor *Zakon o medijih* vsebuje določila, ki naj bi varovale otroke in mladostnike pred določenimi vsebinami – za kar pa naj bi najbolj skrbeli novinarji in novinarke. Slednji naj bi pri svojem delu (tako 5. člen *Zakona o Radioteleviziji Slovenija*) varovali »otroke in mladino pred vsebinami, ki bi lahko škodljivo vplivale na njihov duševni in telesni razvoj« ter varovali »obče človeške vrednote« (prav tam).

6.4 Novinarska etika ter otroci in mladostniki

Debata o otrocih in mladostnikih ter medijih ni zaobšla novinarske etike. Tako so bili na mednarodni ravni in tudi na ravni Javnega zavoda RTV Slovenija že sprejeti nekateri dokumenti, ki urejajo omenjeno področje.

Parlamentarna skupščina Sveta Evrope je leta 1993 izdala *Priporočilo št. 1215 (1993) o novinarski etiki*, iz katerega lahko kvečjemu implicitno razberemo, da zagovarja participacijo otrok in mladostnikov v medijih in sicer s svojim priporočilom, naj bo v državah članicah Sveta Evrope zagotovljena pluralnost mnenj (Parliamentary Assembly of Council of Europe 2000: 161).

Pomemben korak naprej na področju novinarske etike pa predstavlja dokument, sprejet v Mednarodni zvezi novinarjev leta 1998 z naslovom *Otrokove pravice in mediji: vodila za novinarje*, ki spodbuja novinarje k upoštevanju visokih etičnih standardov pri poročanju o otrocih, kar med drugim vključuje tudi omogočanje aktivne participacije otrok v medijih ter izvajanje njihove pravice do svobodnega izražanja mnenj (International Federation of Journalists 1999: 416-417).

6.4.1 Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija

Pri obravnavi programa, ki ga otrokom in mladostnikom namenjata 1. in 2. program TV Slovenija, pa vsekakor najpomembnejši dokument na področju novinarske etike predstavljajo *Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija*.

V 13. členu tega dokumenta, ki nosi naslov *Otroci in mladostniki v programih RTV Slovenija*, so našteti načini vključevanja otrok in mladostnikov v programe RTV Slovenija. Poleg vloge otrok in mladostnikov kot sogovornikov, udeležencev ali »predmeta obravnave« (Kocijančič 2000) dokument predvideva tudi (občasno) vlogo otrok in mladostnikov kot »oblikovalcev programa« (prav tam), s čimer predpostavlja možnost aktivne participacije otrok in mladostnikov v programih RTV Slovenija (torej tudi v programih TV Slovenija).

V nadaljevanju dokument določa, da je treba »spoštovati zanimanje otrok kot gledalcev in poslušalcev programov RTV Slovenija, bodisi gre za programe, posebej namenjene njim ali pa za programe za vse gledalce« (prav tam), na čemer lahko utemeljemo potrebo po skrbno načrtovanih raziskavah med otroki in mladostniki kot gledalci programov TV Slovenija.

Dokument v 3. odstavku 13. člena določa, da je treba za intervjuvanje otrok oz. za njihovo vključevanje v oddaje zagotoviti dovoljenje staršev oz. zakonitih skrbnikov (prav tam), kar lahko obravnavamo kot varovalo pri ščitenju otrokovih pravic. Načela intervjuvanja otrok pa so skrbneje obravnavana v 12. odstavku 13. člena, ki med drugim vključuje zahtevo, da se programski delavci pri intervjuvanju do otrok ne smejo vesti pokroviteljsko (prav tam).

Poleg tega dokument opozarja programske delavce RTV Slovenija na skrbnost pri njihovem delu glede vpliva programa na otroke (prav tam), pri čemer (7. odstavek 13. člena) določa, da se morajo programski delavci o sodelovanju otrok posvetovati tudi s poklicnimi vzgojitelji in strokovnjaki (prav tam). Sklepamo, da bi morala biti tudi ta določila skrbno izpolnjevana in da bi vplivi teh posvetovanj morali imeti dovoljšno težo pri oblikovanju programa TV Slovenija.

Dokument v 9., 10. in 11. odstavku 13. člena podrobno obravnava zaščito zasebnosti otrok, vpletenih v nezakonito in/ali družbeno nesprejemljivo dejavnost (prav tam), prav tako pa dokument v 13. členu določa varovanje otrokove zasebnosti v posebnih primerih (odstavki 13-18 13. člena) (prav tam).

Poklicna merila in načela novinarske etike tako obširno in podrobno obravnavajo otrokove komunikacijske pravice v programih RTV Slovenija in bi kot taka morala predstavljati nujno osnovo dela programskih delavcev RTV Slovenija (kar vključuje tudi programske delavce TV Slovenija). Izvajanje določb dokumenta zlasti na področju vključevanja otrok in mladostnikov v programe TV Slovenija v njim namenjenih programskih vsebinah pa bo obravnavano v empiričnem delu naloge.

7. RAZISKAVA MEDIJSKE PRODUKCIJE

B. Marolt Meden je l. 1995 v svojem poročilu *Množična občila in otroci* ugotavljala, da po osamosvojitvi Slovenije ni prišlo o bistvenih sprememb na področju medijev za otroke (Marolt Meden 1995: 76). Kljub avtoričini moralizatorski drži pri pisanju poročil (govori npr. o »zasvojenosti« otrok s televizijo (Marolt Meden 1995: 80)) lahko razberemo dva njeni osnovni ugotovitvi o programu, ki ga je TV Slovenija pred dobrim desetletjem namenjala otrokom in mladostnikom, in sicer:

- količinsko preskromna ponudba oddaj za mladostnike – zlasti domače produkcije in
- preskromna ponudba programa za otroke, ki naj bi takrat znašala 80-90 minut dnevno.

Namen raziskave je ugotoviti, ali razmere produkcije na TV Slovenija omogočajo produkcijo programa, ki zadošča sodobnim merilom kvalitetnega programa za otroke in mladostnike. Ob tem smo se močno opirali na dejstvo, da je Javni zavod RTV Slovenija, katerega programska enota je TV Slovenija, medijska institucija s statusom javnega servisa. V analizi pa sem seveda upoštevala, da oddaje, ki so otrokom in mladostnikom namenjene na 1. in 2. programu TV Slovenija, niso zgolj rezultat produkcije omenjene institucije, temveč tudi oddaje oz. deli oddaj, ki jih je RTV Slovenija kupila za predvajanje, jih dobila v zamenjavo ali brezplačno (Kač 2006a).

7.1 Teoretski temelji raziskave produkcije

Pri izvedbi raziskave smo se oprli na tip raziskave, v literaturi omenjan kot »raziskava produkcije« (Buckingham 2003: 54; McQuail 2005: 276). Kakor povzema McQuail (2005: 276), so se raziskave medijske produkcije zgodovinsko gledano sprva ukvarjale predvsem z opisovanjem poklicev v medijih (zlasti z novinarstvom in poklici v filmu), kasneje pa so svoj spekter zanimanja razširile tudi na profesionalne kulture ter poklicni kontekst dela v medijih, saj naj bi le-ta vplival na končni (medijski) izdelek. To spoznanje bo upoštevano v raziskavi. Pri postavitvi raziskovalnih vprašanj pa je imela ključno vlogo Buckinghamova (2003: 54) predstavitev sedmih faktorjev, ki jih je treba upoštevati v raziskavi medijske produkcije. Na podlagi teh faktorjev smo z delnimi prilagoditvami (zaradi posebnih potreb predmeta raziskave) oblikovali raziskovalna vprašanja.

Buckingham (prav tam) našteva naslednjih sedem faktorjev, ki jih je treba upoštevati v proučevanju medijske produkcije:

- TEHNOLOGIJE – »Katere tehnologije so bile uporabljene v produkciji in kakšen je njihov vpliv na končni izdelek?« (prav tam),
- PROFESIONALNE PRAKSE – v proučevanju profesionalnih praks se osredotočimo na posameznike, ki se ukvarjajo z ustvarjanjem medijskih tekstov, na njihovo delo in njihovo medsebojno sodelovanje,
- INDUSTRIJA – proučevanje lastniških struktur ter ustvarjanje dobička z različnimi medijskimi produkti,
- POVEZAVE MED MEDIJI – osredotočili naj bi se na to, kako družbe prodajajo iste produkte preko različnih medijev,
- REGULACIJA – proučevanje kontrole produkcije in distribucije medijev, različnih zakonov, ki vplivajo na njihovo delovanje ter učinkovitost teh zakonov,
- CIRKULACIJA IN DISTRIBUCIJA – »Kako teksti dosegajo občinstvo?« in »Koliko izbire in kontrole ima občinstvo?«(prav tam) ter
- DOSTOP IN PARTICIPACIJA – Čigavi glasovi so v medijih slišani, čigavi glasovi pa izključeni in zakaj?

Buckingham (prav tam) predlaga, da medijsko produkcijo proučujemo prek študije primera.

V nadaljevanju smo teh sedem faktorjev, ki jih predlaga Buckingham (prav tam), prilagodili potrebam predmeta naše raziskave, tj. programa, namenjenega otrokom in mladostnikom na 1. in 2. programu TV Slovenija.

7.1.1 Tehnologije

Ta vidik je v dani raziskavi ostal deloma zožen na nekatere nujne deskripcije, saj se naloga ne ukvarja s tehničnimi vidiki medijskih vsebin.

7.1.2 Profesionalne prakse

Raziskava je vključevala devet poglobljenih intervjujev s programskimi delavci TV Slovenija, kar naj bi omogočilo natančnejši vpogled v profesionalne prakse².

² Več o tem v poglavju *Metodologija*.

Poseben poudarek je bil v dani raziskavi namenjen ravno proučevanju profesionalnih praks, saj, kakor ugotavlja Buckingham (prav tam), moramo imeti pred očmi dejstvo, da so medijski teksti zavestno proizvajani.

Dejansko je bilo delo programskih delavcev na televizijah ter tudi tistih, ki ključno vplivajo na medijske tekste, objavljene v drugih medijih, pogosto proučevano – poseben poudarek pa je bil pogosto dan ravno njihovemu odnosu do svojega občinstva. Ta odnos naj bi bil – tako Shoemaker in Reese (v McQuail 2005: 296) – nemalokrat celo problematičen, zaradi česar tudi v tem primeru ugotavljamo, kakšen je odnos intervjuvanih oseb, tj. programskih delavcev TV Slovenija, ki se ukvarjajo z oblikovanjem programa za otroke in mladostnike, do njihovega občinstva

V preteklosti je bil torej kar nekajkrat proučevan odnos med komunikatorji in občinstvom. Burns, Elliot in Schlesinger (v McQuail 2005: 295) so že v 70. letih 20. stoletja v zaključkih raziskav med programskimi delavci BBC ugotavljali, da so se vzpostavljale napetosti med profesionalizmom komunikatorjev (katere ključna značilnost naj bi bila avtonomija) ter občinstvom, ki naj bi to avtonomijo omejevalo. Podobno je Gans (prav tam) v svoji raziskavi med ameriškimi novinarji opazal »zgroženost nad pomanjkanjem občinstva, ki naj bi bilo po njihovem mnenju dobro občinstvo« (prav tam). Tudi Schultzeva je (konec 80. let 20. stoletja) (prav tam) v raziskavi med avstralskimi novinarji ugotavljala podobno kakor prej omenjeni Burns, Elliot in Schlesinger – namreč, da novinarji ugotavljajo, da ugajanje občinstvu negativno vpliva na njihovo avtonomnost. Še bolj skrajen odnos komunikatorjev do svojega občinstva pa je v svoji raziskavi zasledil Ferguson; med uredniki ženskih revij je zasledil celo aroganten odnos do njihovih občinstev (prav tam). Ob ugotovitvah navedenih raziskav nas zanima, kakšen je odnos programskih delavcev TV Slovenija, ki oblikujejo program za otroke in mladostnike, do občinstva.

7.1.3 Industrija

Na tej točki je treba Buckinghamovo (2004: 54) delitev faktorjev preoblikovati, saj obravnavam program, ki ga otrokom in mladostnikom ponujata 1. in 2. program TV Slovenija, ki je programska enota Javnega zavoda RTV Slovenija – torej medijske institucije s statusom javnega servisa. Buckinghamovo vprašanje o tem, kako medijska institucija ustvarja dobiček, torej ni na mestu, saj gre pri javnem servisu že po definiciji za institucijo z »neprofitnimi družbenimi in kulturnimi cilji« (McQuail 2005: 283).

Ker pa vseeno moramo upoštevati dejstvo, da družbene institucije (in s tem tudi javni servis) vplivajo na medijske vsebine, sem se na tej točki spraševali predvsem o vlogi javnega servisa.

Poleg tega pa nas je zanimalo tudi, ali so oddaje TV Slovenija, namenjene otrokom in mladostnikom, predvajane tudi v tujini.

7.1.4 Povezave med mediji

V danem primeru je smiselno opisati predvsem, kako so oddaje, namenjene otrokom in mladostnikom, dostopne na spletni strani Javnega zavoda RTV Slovenija.

7.1.5 Regulacija

Mednarodni in regionalni dokumenti, zakonodaja Republike Slovenije na področju medijev ter dokumenti, ki obravnavajo novinarsko etiko, so bili že obravnavani. Pri raziskovanju vpliva različnih regulacij pa se nisem spraševala le o vplivu določenih dokumentov, temveč tudi o vplivu mednarodnih organizacij kot takih; o vplivu delavnic, izobraževanj v tujini itd. ter o vplivu politike. Osnovno vprašanje regulacije sem torej razširila; saj »zunanje sile« (Gerbner v McQuail 2005: 281), med katerimi so pomembne tako zakonske kakor politične avtoritete, eksperti in druge institucije (prav tam) prav tako vplivajo na vsebine.

7.1.6 Cirkulacija in distribucija

Pri vprašanju o cirkulaciji in distribuciji so zanimivi termini predvajanj otrokom in mladostnikom namenjenega programa, raznolikost otrokom in mladostnikom ponujenih programskih vsebin na 1. in 2. programu TV Slovenija in gledanost otrokom in mladostnikom namenjenih odaj.

7.1.7 Dostop in participacija

Osrednji vprašanji, ki se nanašata na temo dostopa in participacije je Buckingham (2003: 54) oblikoval: »Čigavi glasovi so slišani v medijih? Čigavi so izključeni in zakaj?«

Ti osrednji vprašanji sem v pričujoči nalogi dopolnila z dvema vprašanjema, ki sta ključni za participacijo otrok in mladostnikov v medijih – namreč kakšno je stanje glede posvetovanja z otroki in mladostniki ter načrtnega raziskovanja pri ciljnih

občinstvih programa, namenjenega otrokom in mladostnikom na 1. in 2. programu TV Slovenija?

Poleg tega pa je izpostavljena tudi že omenjena tematika zadovoljevanja medijskih potreb nekaterih skupin otrok in mladostnikov – zlasti otrok in mladostnikov s posebnimi potrebami ter otrok in mladostnikov – pripadnikov etničnih manjšin v Sloveniji.

7.2 Temeljna omejitev raziskave

V našem primeru je bila raziskovana zgolj produkcija programa, ki je dejansko primarno namenjen otrokom in mladostnikom na 1. in 2. programu TV Slovenija – vendar pri tem ni nujno, da gre za programe, ki jih otroci in mladostniki dejansko gledajo, saj, kakor ugotavlja c. Feilitzen (1999: 19), otroci kljub temu, da obstajajo njim namenjene programske vsebine, zlasti od starosti osem-devet let naprej gledajo večino fikcije, primarno namenjene odraslemu občinstvu in nekatere informativne programe, primarno namenjene odraslemu občinstvu – tudi v poznih večernih terminih.

7.3 Metodologija

Program za otroke in mladostnike na 1. in 2. programu TV Slovenija smo proučili z metodo t. i. študije primera – gre za (predvsem) kvalitativno metodo, ki omogoča zbiranje podatkov iz različnih virov informacij – in sicer iz intervjujev, opazovanj, proučevanj dokumentov in avdiovizualnih materialov (Creswell 1998:36). Tovrstno zbiranje relevantnih informacij iz različnih virov zagotavlja večjo veljavnost podatkov (Toš in Hafner-Fink 1998: 202).

Ključnega pomena pri študiji primera je tako določitev (in omejitev) samega primera – tj. »zaokroženega sistema« (Creswell 1998: 37), kakor tudi natančen opis konteksta, v katerega je izbrani primer umeščen (Creswell 1998: 36). V dani študiji proučevani primer predstavljajo produkcijske prakse otrokom in mladostnikom namenjenega programa na 1. in 2. programu TV Slovenija.

Poleg tega pa je v študiji treba omeniti predvsem naslednje kontekstualne dejavnike:

1. študija vključuje zgolj produkcijo programa, primarno namenjenega otrokom in mladostnikom – torej programa Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija (Otroški in mladinski program ni samostojno uredništvo TV Slovenija, ampak je del Kulturnih in umetniških programov

(Služba za odnose z javnostjo RTV Slovenija 2006: 9-14)). Ne smemo pa pozabiti, da so otrokom in mladostnikom na voljo tudi druge vsebine, ki jih ponujata omenjena programa TV Slovenija - ki pa niso primarno namenjene otrokom oz. mladostnikom;

2. tudi komercialne televizijske postaje predvajajo programske vsebine, namenjene otrokom oz. mladostnikom. Prav tako komercialne televizijske postaje predvajajo vsebine, ki primarno niso namenjene otrokom in mladostnikom, pa jih le-ti spremljajo;
3. TV Slovenija je programska enota Javnega zavoda RTV Slovenija in je kot taka zavezana zakonskim standardom, določenimi z *Zakonom o Radioteleviziji Slovenija* in etičnim standardom, določenimi s *Poklicnimi merili in načeli novinarske etike v programih RTV Slovenija*;
4. Otrokom in mladostnikom so na voljo tudi drugi tiskani in elektronski mediji.

Za dano študijo je najprimernejši tip študije primera t. i. prava študija primera (ang.: »intrinsic case study«), pri kateri je raziskovalčeva primarna naloga razlaga posameznega primera; raziskovalca bolj kot posploševanje zanima sam primer (Stake 2003: 136).

7.3.1 Oblike podatkov, zbranih za študijo primera

Pri razvrščanju oblik podatkov, zbranih za študijo primera, smo se opirali na Creswellovo (1998: 36) tipologijo podatkov. Creswell (prav tam) je podatke, zbrane za študijo primera, razdelil na štiri kategorije: intervjuji, opazovanja, dokumenti in avdiovizualni materiali.

7.3.1.1 Poglobljeni intervju

Ključni in najpomembnejši del raziskave za pričujoče študije je predstavljalo devet poglobljenih intervjujev s programskimi delavci TV Slovenija – osem intervjujev z uredniki posameznih oddaj na Otroškem in mladinskem programu TV Slovenija in intervju z urednikom Otroških in mladinskih programov na TV Slovenija. V Otroškem in mladinskem programu namreč nastaja večina programa, ki je namenjen otrokom in mladostnikom na TV Slovenija.

Opravljeni intervjuji so bili nestrukturirani poglobljeni intervjuji, ki po mnenju Fontane in Freya (2005: 705) omogočajo večjo širino od ostalih tipov intervjuja. Intervjuji so potekali z eno intervjuvarko in eno intervjujvano osebo hkrati. Ta način – kakor K.

Erjavec in Z. Volčič (2000b: 53) povzemata Wimmerja - »omogoča več natančnosti pri odgovorih na občutljive teme.« Tovrstna oblika intervjuja je zlasti ustrezna za pridobivanje podatkov, ki se nanašajo na »mnenja, vrednote, motivacije, spomine, izkušnje in čustva respondentov preko verbalne in neverbalne komunikacije« (prav tam).

Intervjuji so potekali v stavbi RTV Slovenija in v bližnji okolici med 10. in 22. novembrom 2006. Posamezni intervjuji so trajali od 20 do 57 minut in so potekali na podlagi vprašanj odprtega tipa. Intervjuji so bili snemani s pomočjo diktafona. Zvočni zapisi intervjujev so bili kasneje zapisani. Ti zapisi intervjujev so bili kasneje uporabljeni za analizo.

Osem intervjuvanih oseb je bilo naključno izbranih izmed vseh urednikov posameznih oddaj za otroke in mladostnike Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija. Upoštevajoč Milesovo in Hubermanovo tipologijo strategij namenskega vzorčenja (v Creswell 1998: 119) so bile intervjuvane osebe izbrane kriterijsko – vse intervjuvane osebe so ustrezale izbranemu kriteriju (so uredniki oz. urednice posamezne oddaje na Otroškem in mladinskem programu TV Slovenija). Tudi deveta intervjuvana oseba je bila izbrana kriterijsko – kot urednik Otroških in mladinskih programov TV Slovenija.

Upoštevajoč A. Kezar (2003: 395) je šlo v danem primeru za t. i. »intervju elit« - »posameznikov, ki so na pozicijah moči znotraj družbenih oz. organizacijskih sistemov« (prav tam). Kakor A. Kezar (2003: 395) povzema Odendahla in Shawa, je v primeru intervjujev elit najustreznejši tip intervjuja intervju z odprtimi vprašanji, ki omogoča, da intervjuvana oseba »poudari svojo definicijo, strukturo in podatke, relevantne za dano situacijo« (prav tam).

Wimmer (v Erjavec in Volčič 2000b: 53) opozarja na dve možni pomanjkljivosti metode poglobljenega intervjuja. Opozarja, da na respondente (tj. intervjuvane osebe) lahko vplivata okolica intervjuja in opredeljenost intervjuvarja. V danem primeru poglobljenih intervjujev sem opazila naslednje pomanjkljivosti metode poglobljenega intervjuja:

1. nekatere intervjuvane osebe so izrazito zadržano govorile o sodelovanju in komuniciranju v Otroškem in mladinskem programu TV Slovenija, v čemer bi lahko zaznala, da očitno obstajajo določeni konflikti, o katerih te intervjuvane osebe niso želele eksplicitno govoriti oz. so mogoče celo čutile strah pred sankcijami, če bi o tem govorile – popolnoma jasnega odgovora

pa ni bilo mogoče razbrati. Poleg tega je ena izmed intervjuvanih oseb že pred začetkom poglobljenega intervjuja izrazila željo, da intervju ne bi zajemal tem, ki se kakor koli nanašajo na delo celotnega Otroškega in mladinskega programa oz. na sodelovanje in komuniciranje v Otroškem in mladinskem programu, saj naj kot oseba s statusom zunanjega sodelavca ne bi imela kompetenc, da govori o teh temah,

2. podobno so nekatere intervjuvane osebe zadržano odgovarjale na vprašanje o odnosu vodstva Javnega zavoda RTV Slovenija do Otroškega in mladinskega programa. Sklepamo, da niso želele razkriti morebitnih konfliktov, ki bi zaradi konkretnih kritičnih odgovorov lahko nastali med intervjuvanimi osebami in vodstvom Javnega zavoda RTV Slovenija. Odgovori na ta vprašanja so večkrat zelo abstraktni in
3. družbeno zaželeni odgovori na vprašanja o vplivih mednarodnih določil ter mednarodnih srečanj, delavnic in drugih oblik mednarodnega izobraževanja na delo intervjuvanih oseb; več intervjuvanih oseb je vse te oblike izobraževanj ocenjevalo kot nujna ter koristna, vendar so le nekatere intervjuvane osebe pojasnile, kako ta izobraževanja konkretno vplivajo na njihovo delo.

Zaradi varovanja anonimnosti intervjuvanih oseb so bile posamezne transkripcije intervjujev označene z zaporednimi črkami abecede (A, B, C, D, E, F, G, H in I). Skladno s tem se v analizi ob izjavah iz intervjujev ne pojavljajo imena in priimki intervjuvanih oseb, ampak so posamezne izjave pripisane npr. intervjuvani osebi A, intervjuvani osebi B itd.

7.3.1.2 Opazovanje

V poteku raziskave sem uporabila tudi metodo opazovanja na terenu, pri čemer sem opazovala zgolj kot opazovalka in ne kot udeleženka. Kot opazovalka sem se udeležila snemanj naslednjih oddaj Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija: *Tekma* (snemanje je potekalo 15. novembra 2006), *Jasno in glasno* (snemanje je potekalo 23. novembra 2006) in *Martina in ptičje strašilo* (snemanje je potekalo 25. novembra 2006). Poleg tega sem opazovala tudi sestanek ožje izvedbene ekipe pred snemanjem oddaje *Jasno in glasno*, ki je potekal 15. novembra 2006. Vsa opazovanja so potekala v prostorih RTV Slovenija. Informacije o

opazovanju sem zapisala v opazovalni protokol. Te informacije so zajemale tako deskriptivne podatke kakor tudi opazovalne refleksije.

Informacije, pridobljene z opazovanji, so se izkazale kot uporabne zgolj pri opazovanju skupinske narave dela pri sestanku in snemanjih.

7.3.1.3 Dokumenti

V poteku raziskave sem zbrala več dokumentov ter opisov posameznih oddaj, namenjenih otrokom in mladostnikom, ki so stalno dostopni na spletni strani Javnega zavoda RTV Slovenija, in sicer: *Javni zavod RTV Slovenija: Letno poročilo 2005*, *Sporedi TV Slovenija*, *Otroški infokanal* in *Jasno in glasno*.

7.3.1.4 Avdiovizualno gradivo

Avdiovizualno gradivo, zbrano za raziskavo, smo razdelili v dve skupini, in sicer:

1. ogled naključno izbranih oddaj Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija, ki so bile predvajane na 1. in 2. programu TV Slovenija v novembru in v 1. polovici decembra 2006 in
2. korespondenca z zaposlenimi TV Slovenija prek elektronske pošte. Osebe, s katerimi sem vodila korespondenco, so bile izbrane po postopku, ki ga Miles in Huberman (v: Creswell 1998: 119) poimenujeta »snežna kepa« oz. »veriga«. V danem primeru so mi intervjuvane osebe posredovale kontakte oseb, ki bi lahko razpolagale z določenimi informacijami, potrebnimi za raziskavo. Kasneje smo te ljudi kontaktirali in jih prosili za določene podatke, ki se nanašajo na delovanje Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija.

7.4 Predstavitev rezultatov analize

Predstavitev rezultatov analize poteka po (v prejšnjem poglavju predstavljenih) vsebinskih sklopih, in sicer:

- profesionalne prakse v Otroškem in mladinskem programu TV Slovenija – ta vsebinski sklop zajema analizo informacij, pridobljenih v poglobljenih intervjujih, ki se nanašajo na naravo dela v Otroškem in mladinskem programu, na sodelovanje in komuniciranje v otroškem in mladinskem programu, razumevanje občinstva (tj. otrok in mladostnikov) s strani intervjuvanih oseb ter na oceno kvalitete oddaj (intervjuvane osebe so bile

naprošene, da same ocenijo kvaliteto oddaj), namenjenih otrokom in mladostnikom na TV Slovenija,

- Javni zavod Radiotelevizija Slovenija – v tem vsebinskem sklopu je povzeta analiza informacij, pridobljenih v poglobljenih intervjujih, ki se nanašajo na razumevanje koncepta javnega servisa pri intervjuvanih osebah ter na razumevanje odnosa med vodstvom Javnega zavoda Radiotelevizija Slovenija ter Otroškim in mladinskim programom,
- Povezave med mediji – ta vsebinski sklop zajema podatke o tem, kako so oddaje Otroškega in mladinskega programa, predvajane na 1. in 2. programu TV Slovenija na voljo preko svetovnega spleta,
- Regulacije – nekatere formalne regulacije, ki se nanašajo na oblikovanje programskih vsebin, namenjenih otrokom in mladostnikom, so bile navedene že v prvem delu naloge – ta vsebinski sklop pa se nanaša na informacije, pridobljene v poglobljenih intervjujih. Intervjuvane osebe so bile vprašane, katere regulacije vplivajo na njihovo delo in kako; pri tem pa se nismo omejevali zgolj na formalne regulacije, zapisane v nekaterih dokumentih, temveč tudi na tiste, ki so jih intervjuvane osebe videle kot pomembne za svoje delo,
- Cirkulacija in distribucija – ta vsebinski sklop zajema podatke o gledanosti in o količini programa, namenjenega otrokom in mladostnikom na 1. in 2. programu TV Slovenija (ti podatki so bili pridobljeni v osebni korespondenci preko elektronske pošte), podatke o terminih predvajanja, informacije, pridobljene z ogledom oddaj, namenjenih otrokom in mladostnikom na 1. in 2. programu TV Slovenija (več o tem v poglavju *Metodologija*) ter informacije, pridobljene v poglobljenih intervjujih, ki so se nanašale na (ne)zadovoljstvo intervjuvanih oseb s termini predvajanja programa za otroke in mladostnike ter z raznolikostjo programskih vsebin, namenjenih otrokom in mladostnikom na 1. in 2. programu TV Slovenija, in
- participacija – ta vsebinski sklop zajema predvsem informacije o možnostih otrok in mladostnikov za bolj ali manj aktivno participacijo v sooblikovanju njim namenjenih programskih vsebin, predvajanih na 1. in 2. programu TV Slovenija. V nadaljevanju so povzete informacije o odnosu intervjuvanih oseb do participacije otrok in mladostnikov v sooblikovanju njim namenjenih programskih vsebin. Obravnavana je tudi pozornost, ki jo TV

Slovenija (na 1. in 2. programu) posveča otrokom in mladostnikom s posebnimi potrebami ter otrokom in mladostnikom, pripadnikom narodnostnih manjšin.

7.4.1 Profesionalne prakse v otroškem in mladinskem programu Televizije Slovenija

Ključno vprašanje v tem vsebinskem sklopu je: kakšne so produkcijske prakse v Otroškem in mladinskem programu TV Slovenija? Pri tem se opiram na informacije, pridobljene v poglobljenih intervjujih.

7.4.1.1 Uredniki posameznih oddaj Otroškega in mladinskega programa: njihove naloge in odgovornost

Intervjuvane osebe po svojih lastnih navedbah v Otroškem in mladinskem programu večkrat ne opravljajo zgolj dela urednika/urednice posamezne oddaje ali celo več oddaj za otroke oz. mladostnike, ampak poleg tega opravljajo tudi druge naloge, med katerimi so naštele pisanje in oblikovanje scenarijev, pomoč pri selekciji animiranega programa za otroke, urejanje spletne strani oddaje in realizacijo posameznih oddaj (posamezni uredniki opravljajo eno ali več izmed zgoraj naštetih nalog).

Kot glavno značilnost svojega dela so intervjuvane osebe navajale odgovornost. Pri tem lahko zasledimo, da so odgovornost intervjuvane osebe opisovale kot:

- a) procesno odgovornost, tj. odgovornost, da delo pri posamezni oddaji poteka tekoče. Intervjuvana oseba B je svojo procesno odgovornost opisala kot odgovornost za ustrezen potek dela pri projektu (oblikovanju posamezne oddaje) ter zagotavljanje ustreznih delovnih pogojev, česar končni produkt naj bi bila oddaja, primerna za predvajanje:

Vloga urednice je – si kot nekakšen – bdiš nad vsem, skratka. Ti si tisti, ki je odgovoren – vsaj jaz tako dojemam moje delo – da projekt lepo teče, da so vsi, ki sodelujejo na njem, zadovoljni. Da je z moje strani profesionalno, da je urejeno, da so pač vsi pogoji snemanja uredni. Skratka, da pripeljem oddajo do konca, da sem pod njo podpisana zadnja in da rečem: -Ja, ta izdelek je primeren, da gre v predvajanje.

- b) odgovornost do občinstva: program naj bi ustrezal občinstvu – otrokom in mladostnikom. Pri tem so zlasti intervjuvane osebe – uredniki oz. urednice oddaj za otroke poudarjale, da naj bi bile oddaje, namenjene otrokom in mladostnikom, v svojem upovedovanju prilagojene občinstvu. Intervjuvana oseba F je poudarila, da odgovornost urednika oz. urednice oddaje za otroke

vidi v oblikovanju oddaj, ki so primerne za otroško občinstvo in ki so temu občinstvu prilagojene – torej vsebin, ki vsebujejo otrokom razumljive informacije:

Otroku, še tako majhnemu, lahko neko določeno stvar predstaviš – poenostavljeno, njemu razumljivo. Ampak vedno pa moraš biti do njega pošten in mu – kar koli mu poveš – povedati tako, da bo lahko potem kasneje na tem gradil. Da dobi tako informacijo, ki jo bo lahko nadgrajeval – skratka – ne mu dati napačne informacije.

- c) odgovornost do sodelavcev: to značilnost svojega dela je izpostavilo manj intervjuvanih oseb. Intervjuvana oseba D je hkrati opisovala že omenjeno procesno odgovornost urednika oz. urednice oddaje ter njegovo oz. njeno odgovornost do sodelavcev. Odgovornost urednika oz. urednice je intervjuvana oseba D opisala kot odgovornost za to, da so odnosi med sodelavci (pri oblikovanju posamezne oddaje) demokratični – vendar pa naj bi še vedno glavna odgovornost pripadla uredniku oz. urednici:

Gre za to, da moraš kot urednik vzpostaviti eno demokratično vzdušje, v katerem se mora jasno vedeti, kdo je odgovoren na koncu – če gre kaj narobe. In glede tega imaš potem seveda zadnjo besedo ti – če so spori.

7.4.1.2 Sodelovanje in komuniciranje v Otroškem in mladinskem programu

Pomemben podatek pri obravnavanju sodelovanja in komuniciranja v Otroškem in mladinskem programu je že omenjeno dejstvo, da so tri intervjuvane osebe izrazito zadržano odgovarjale na vprašanja o sodelovanju in komuniciranju med sodelavci Otroškega in mladinskega programa. To zadržanost lahko razlagamo kot strah pred nastankom še neobstoječih konfliktov ali pa kot strah pred razkritjem že obstoječih konfliktov. Poleg tega je ena intervjuvana oseba zavrnila pogovor o temah, ki se kakor koli nanašajo na delo celotnega Otroškega in mladinskega programa ali sodelovanje in komuniciranje v Otroškem in mladinskem programu, saj naj zaradi statusa zunanjega sodelavca v Otroškem in mladinskega programa ne bi imela kompetenc, da o teh temah govori.

Pri odgovorih na vprašanja o sodelovanju in komuniciranju v Otroškem in mladinskem programu lahko zasledimo dva prevladujoča vzorca odgovorov. Šest intervjuvanih oseb je sodelovanje in komuniciranje v Otroškem in mladinskem programu ocenilo kot izrazito dobro; te intervjuvane osebe so to mnenje tudi kasneje v intervjujih večkrat argumentirale. Tako je intervjuvana oseba B poudarila, da je

komuniciranje na Otroškem in mladinskem programu uspešno, za kar naj bi bili dani dobri pogoji – sodelavci naj bi bili pripravljene pomagati:

Pisarne so odprte, ljudje so odprti, dostopni. Kar se tega tiče, pa res ni problema.

Druge intervjuvane osebe – predvsem tri, ki so zadržano govorile o sodelovanju in komuniciranju v Otroškem in mladinskem programu – so na različne načine nakazale obstoj določenih konfliktov – ko so odgovarjale na vprašanja o teh temah, so govorile tiše, informacije so podajale abstraktno (konkretni obstoječi konflikti niso bili omenjeni), hitro so menjavale temo pogovora. Te intervjuvane osebe so svoja mnenja o morebitnih konfliktih hitro korigirale – intervjuvana oseba I je tako na zelo nevtralen način dala misliti na obstoj (mogoče celo latentnih) konfliktov, ki pa jih je tudi hitro korigirala – o sodelovanju je povedala:

Z nekaterimi sodelavci je izvrstno, z nekaterimi manj. Ampak veš, to je komunikacija med nami in to v ustvarjalnem duhu.

Dve izmed zgoraj omenjenih treh intervjuvanih oseb, ki so zadržano odgovarjale na vprašanja o sodelovanju in komuniciranju, sta tudi implicitno govorili o obstoju kritik, vendar se kljub mojim vprašanjem nista želeli jasno izraziti, ali se viri teh kritik nahajajo v samem Otroškem in mladinskem programu ali drugje v Javnem zavodu RTV Slovenija. Intervjuvana oseba I je tako zelo abstraktno govorila o obstoju kritik svojega dela oz. pripomb nad svojim delom – ni pa navedla, kdo konkretno naj bi bil vir teh kritik in kakšen vpliv imajo te kritike na njeno delo:

Včasih je treba premagati predsodke, da nam gre za lastno slavo – da gre samo za kvalitetno opravljeno delo – da so pripombe lažje sprejemljive.

Če povzamemo, odklanjanje jasne artikulacije kritik in konfliktov tako znotraj Otroškega in mladinskega programa kakor v Javnem zavodu RTV Slovenija ter podajanje implicitnih informacij o določenih problemih v komunikaciji kaže na določene probleme v komunikaciji.

7.4.1.3 Pomanjkljiva informiranost o delu v Otroškem in mladinskem programu

Dve intervjuvani osebi pa sta nakazali, da opažata (organizacijski) problem v Otroškem in mladinskem programu – namreč, pomanjkanje rednih sestankov urednikov Otroškega in mladinskega programa, na katerih bi se medsebojno seznanjali z delom, ki ga opravljajo in problemi, s katerimi se pri svojem delu soočajo. Pri tem je zanimivo, da je ena izmed oseb, ki sta izrazili potrebo po tovrstnih sestankih, v splošnem komuniciranje v Otroškem in mladinskem programu

ocenjevala kot uspešno. Intervjuvana oseba B je izrazila željo po rednih sestankih urednikov in urednic Otroškega in mladinskega programa, kjer bi se medsebojno seznanjali z delom ter se seznanjali z mnenji sodelavcev o svojem delu:

Včasih me malo žalosti to, ker se nekako uredniki med sabo – kolikor pač imamo te osebne vezi, pa da se pogovarjamo; ni nekih sestankov, na katerih bi se videvali, na katerih bi diskutirali o svojih oddajah in mogoče tudi kritično analizirali. Ker včasih je fino slišati kako kritiko profesionalca, ki se najbolj spozna na te zadeve. To je včasih žalostno, ker zveš, da se kaka oddaja pripravlja, ko se snema.

7.4.1.4 Skupinska produkcijska praksa v Otroškem in mladinskem programu

Intervjuvanim osebam je bilo postavljeno tudi vprašanje, v kolikšni meri je njihovo delo individualno in v kolikšni meri skupinsko. Prevladali so odgovori, da je delo v Otroškem in mladinskem programu predvsem skupinsko. Kot izrazit primer skupinskega dela so te intervjuvane osebe navajale predvsem snemanje. Tudi pri opazovanju snemanj se je izkazalo, da pri snemanjih prevladuje skupinsko delo in da je dobro sodelovanje pri snemanju znotraj delovne skupine zelo pomembno.

Kljub temu pa sta dve intervjuvani osebi opozorili tudi na to, da je delo urednika oz. urednice lahko v posameznih fazah razmeroma individualno ter da so snemanja prej izjemen primer, kjer prevladuje skupinsko delo. Intervjuvana oseba I je ugotavljala, da pri njenem delu prevladuje individualno delo – česar pa ni vrednostno ocenjevala kot dobro ali slabo:

Teoretično se mešata individualno in timsko delo. Praktično je večinoma zelo individualno, potem pa pride kakšna faza dela, ki je zelo timska. Ampak mislim, da je narava mojega dela individualna. Kar ni prav nič narobe – včasih se tudi spopadam s pisanjem scenarijev in da pridem do prave vsebine, je potrebno pravo raziskovalno delo.

7.4.1.5 Avtonomnost urednikov in urednic v Otroškem in mladinskega programa pri njihovem delu

Analiza intervjujev je pokazala, da so vsaj na deklarativni ravni intervjuvane osebe v velikem delu govorile, da so pri svojem delu izrazito avtonomne (tako je zatrdilo kar osem od skupno devetih intervjuvanih oseb). To svojo avtonomnost so intervjuvane osebe argumentirale predvsem s svobodo pri izbiri tem, voditeljev ali igralcev. Pomen te avtonomnosti pri svojem delu pa so izpostavljale zlasti tiste intervjuvane osebe, ki so tudi sicer sodelovanje in komuniciranje na Otroškem in mladinskem programu ocenjevale kot izrazito dobro. Intervjuvana oseba G je ugotavljala, da je pri svojem

delu popolnoma avtonomna, pri tem pa je izpostavila naklonjenost (svojim) novim idejam v Otroškem in mladinskem programu:

Mi je pa kul, kako naše uredništvo res živi na svobodi. Prideš in imaš to idejo. Zdaj – če boš to idejo sposoben sam realizirati, boš dobil možnost od drugih; te bodo podprli, da jo realiziraš.

Zelo podobno je bilo tudi mnenje intervjuvane osebe B – tudi ona je poudarila naklonjenost novim idejam kot ključno značilnost Otroškega in mladinskega programa ter svojo avtonomnost pri oblikovanju novih oddaj:

Če kak urednik dobi idejo za novo oddajo, pride k uredniku in jo predlaga. In če jo je dejansko možno izvesti, se jo potem vključi v program čez leto, dve in potem izpelje na tak način.

Samo ena intervjuvana oseba ni eksplicitno govorila o avtonomnosti pri svojem delu oz. je implicitno celo nakazovala na pomanjkanje le-te – in sicer je šlo v tem primeru za eno izmed intervjuvanih oseb, ki so bile tudi sicer pri pogovoru o sodelovanju in komuniciranju v Otroškem in mladinskem programu razmeroma zadržane v svojih odgovorih.

Poleg tega pa je pet oseb, ki so sicer govorile o avtonomnosti pri svojem uredniškem delu, ugotavljalo, da je le-ta kljub vsemu omejena finančno – kar štiri izmed teh petih oseb pa so ugotavljale, da (prenizka) finančna sredstva, namenjena njihovem delu, ključno vplivajo na oddaje, katerih uredniki oz. urednice so.

7.4.1.6 Razumevanje občinstva

Kar sedem intervjuvanih oseb je eksplicitno izrazilo, da so za delo za otroke oz. mladostnike visoko osebno motivirani, pri nekaterih med njimi lahko opazamo entuziazem pri opravljanju poklica urednika oz. urednice oddaj, namenjenih otrokom ali mladostnikom. O visoki osebni motiviranosti za svoje delo je poročala tudi intervjuvana oseba B:

Je pa res, da sem si v življenju vedno želela delati z otroki. Zdaj pač delam za otroke, kar se mi zdi ekvivalentno.

Kljub visoki motiviranosti pri svojem delu pa razumevanje otrok kot občinstva pri intervjuvanih osebah, urednikih oz. urednicah oddaj za otroke ni enoznačno. Medtem ko so nekatere intervjuvane osebe tudi s primeri, navedenimi v intervjujih, pokazale dobro poznavanje razvojnih značilnosti ciljnega (otroškega) občinstva, se je izkazalo, da je pri dveh intervjuvanih osebah poznavanje (otroškega) občinstva zelo nejasno. Zlasti tiste intervjuvane osebe, ki so pokazale boljše poznavanje lastnosti otroškega občinstva, so zagovarjale uporabo načina upovedovanja, v strokovni literaturi poimenovanega »edutainment« (Buckingham in Scanlon 2001; Addis 2005). Ta

pojem označuje konvergenco izobraževanja in zabave v medijskih tekstih (Addis 2005: 730) – kar je predvsem značilno za sodobne medijske tekste, namenjene otrokom. Značilno za te izobraževalno-zabavne medijske tekste je, da poleg očitnega kombiniranja poučnih in zabavnih vsebin običajno uporabljajo narativne formate, ki bolj spominjajo na igro (Buckingham in Scanlon 2001: 282).

Tak zabaven način upovedovanja poučnih vsebin je močno zagovarjala intervjuvana oseba I:

Od otrok ne moremo pričakovati – in tudi ne zahtevati, da bodo mentalno in intelektualno zapopadli vsebino. Ampak je treba čim bolj duhovito, na način igre, zabave posredovati – pa naj bo še tako težka – saj otroci lahko razumejo marsikaj.

Pomen tovrstne konvergence poučnega in zabavnega je poudarila tudi intervjuvana oseba C, ki je tudi opozorila na mnenje, da morajo biti tudi poučne vsebine oblikovane na način, ki je otrokom privlačen in ki ni izrazito didaktičen:

Sploh v otroškem programu je ta learn by fun najbolj popularna oblika dela za otroke, ker čisto vsi vemo, da če ti žugaš s prstom in hočeš otroku nekaj dopovedati, si že falil. Če pa ti skozi zabavno formo podajaš neke vsebine in skušaš na napakah učiti, je pa to ponavadi dosti uspešno.

Bolj enoznačno je bilo pri intervjuvanih osebah razumevanje mladostniškega občinstva. Intervjuvane osebe, ki so govorile o mladostniškem občinstvu, so zlasti izpostavile njegovo nepredvidljivost ter raznolikost. Na vprašanje, kaj želijo mladostnikom posredovati prek njim namenjenih oddaj, pa sta dve intervjuvani osebi izpostavili, da želita mladostnikom prek njihove participacije v oblikovanju medijskega diskurza ponuditi možnost vodenja dialoga, ubesedovanja svojih misli in idej. Skladno s Havighurstovo (v Zupančič 2004a: 522) teorijo o razvojnih nalogah v mladostništvu sta ti dve intervjuvani osebi torej ugotavljali, da je naloga televizije tudi pomoč pri oblikovanju dveh izmed teh nalog – tj. razvoja socialno odgovornega vedenja in razvoja vrednotne usmeritve.

Intervjuvana oseba G je izrazila naklonjenost participaciji mladostnikov v medijih in njihovega sooblikovanja medijskega diskurza:

Če imam jaz možnost dobiti 50 minut od nacionalne televizije, bom ta prostor odprl mulcem, kjer bodo prihajali, kjer bodo necenzurirano govorili, kar hočejo.

Na splošno ugotavljamo, da intervjuvane osebe ne podajajo mnenj o tem, da občinstvo kakorkoli omejuje njihovo avtonomnost, kar je bilo sicer ugotovljeno v nekaterih predhodnih tujih raziskavah, omenjenih v prvem delu naloge.

7.4.1.7 Ocena kvalitete oddaj, ki so na 1. in 2. programu TV Slovenija namenjene otrokom in mladostnikom

Intervjuvane osebe so bile v intervjujih naprošene, da ocenijo kvaliteto oddaj, oblikovanih v Otroškem in mladinskem programu. V splošnem je prevladalo mnenje, da so oddaje, namenjene otrokom in mladostnikom, kvalitetne, medtem ko sta dve intervjuvani osebi ugotavljali tudi, da kvaliteta nekaterih predvajanih oddaj ni dovolj visoka. Gre za osebi, ki sta sicer poročali o dobrem poznavanju lastnosti ciljnega občinstva. Intervjuvana oseba B je ocenjevala, da je večina oddaj, namenjenih otrokom in mladostnikom na 1. in 2. programu televizije Slovenija, kvalitetnih – vendar te ocene ni posplošila na vse, vseeno pa tudi ni konkretizirala, katere vsebine se ji ne zdijo dovolj kvalitetne:

Verjamem, da imamo zelo veliko kvalitetnih oddaj – je pa tudi precej med njimi takih, ki iz raznih razlogov niso najbolj privlačne za otroke in jih pač otroci ne gledajo v tolikšni meri.

Konkretnih odgovorov, katere oddaje naj bi bile manj kvalitetne domnevno zaradi izogibanja morebitnim konfliktom, ni želela povedati.

Dve intervjuvani osebi, katerih delo med drugim zajema tudi selekcijo oddaj oz. delov oddaj »tuje proizvodnje« (tj. oddaj oz. insertov, ki jih je RTV Slovenija »kupila za predvajanje«, »dobila kot zamenjavo« ali »dobila brezplačno« (Kač 2006a)), sta podali tudi mnenje o oddajah oz. delih oddaj »tuje proizvodnje«, ki so predvajane na 1. in 2. programu TV Slovenija v okviru Otroškega in mladinskega programa. Mnenja obeh omenjenih intervjuvanih oseb o teh oddajah oz. delih oddaj so bila zelo pozitivna. Intervjuvana oseba F je celo ugotavljala, da gre (konkretno pri programskih vsebinah, ki jih je RTV Slovenija dobila v zamenjavo) za medijske izdelke najboljše kvalitete:

Tile prispevki, ki jih gledamo v teh oddajah, je nekje najboljše, kar se zunaj dela

7.4.2 Javni zavod RTV Slovenija

Televizija Slovenija je programska enota Javnega zavoda Radiotelevizija Slovenija. Otroški in mladinski program ni samostojno uredništvo na Televiziji Slovenija, ampak je del Kulturnih in umetniških programov (Služba za odnose z javnostjo RTV Slovenija 2006: 9-14).

7.4.2.1 Razumevanje koncepta javnega servisa

Ker v dani nalogi obravnavam Javni zavod RTV Slovenija kot medijsko institucijo s statusom javnega servisa, me je zanimalo, kako intervjuvane osebe razumejo koncept javnega servisa in kako razumejo vlogo javnega servisa v odnosu do občinstva.

Izkazalo se je, da je vseh devet intervjuvanih oseb izražalo visoko naklonjenost idealom javnega servisa, ena intervjuvana oseba pa je celo izpostavila delo v javnem servisu kot elitno. Intervjuvana oseba I je poleg elitne vloge, ki jo daje programskim delavcem javni servis, poudarila tudi njihovo odgovornost, da oblikujejo kvalitetne programske vsebine:

Zame je delo na javnem servisu ogromen privilegij. Predvsem, ker delam za otroke. No, tudi za odrasle se mi zdi delo na Javnem zavodu privilegij. Je to delo čast in prestiž. In mi bi morali ves čas paziti na to, da delamo le najboljše, ker smo le odraz družbe, naroda; kultura bi se morala odražati, pa duhovni nivo nacije – vse to.

Dve intervjuvani osebi sta posebej izpostavili tudi pomen, ki ga ima javni servis za otroke in mladostnike – zagotavljanje kvalitetnih vzgojnih vsebin. Intervjuvana oseba I je ugotavljala celo, da ima javni servis v odnosu do otrok kot svojega občinstva tako vzgojno vlogo kakor tudi vlogo izobraževanja mladih državljanov:

Kar se pa publike tiče – vzgajamo odraslo publiko, vzgajamo državljane, pravzaprav pomagamo oblikovati odrasle osebnosti.

Intervjuvana oseba E je izpostavila, da je pomembna vloga javnega servisa zagotavljanje programskih vsebin za otroke in mladostnike. Ugotavljala je, da so te vsebine »nacionalno pomembni segmenti programa« in s tem izpostavila eno izmed ključnih lastnosti javnega servisa, kakor jih je navedel Oddelek za raziskave pri BBC (v Volčič 1999a: 37) – namreč, skrb za nacionalno identiteto in skupnost.

7.4.2.2 Razumevanje vloge javnega servisa v odnosu do komercialnih medijev

Prav tako sem pri intervjuvanih osebah opazila poudarjanje vloge javnega servisa kot nasprotja komercialnih medijev, zlasti komercialnih televizijskih postaj. V nekaj primerih so intervjuvane osebe nakazovale na izrazito odklonilen odnos do medijskih vsebin, ki jih predvajajo komercialne televizijske postaje. V tem odklanjanju omenjene intervjuvane osebe programskih vsebin, namenjenih otrokom in mladostnikom na komercialnih televizijskih postajah, sploh ne omenjajo kot konkurenčnih.

Dve intervjuvani osebi sta ob tem izpostavili eno izmed ključnih lastnosti javnega servisa – namreč, da morajo biti oddaje, ki jih predvaja javna televizija, konkurenčne v kvaliteti in ne v kvantiteti (Broadcasting Research Unit v Volčič 1999: 38). Pri tem je intervjuvana oseba G izpostavljala zlasti, da delo v javnem servisu daje več avtonomnosti, saj programski delavci niso omejeni s tem, da bi morale oddaje nujno dosegati visoko gledanost ter obravnavati določene teme:

Na nacionalki je dobro delati, na javnem servisu – zato, ker delaš vsebine za mlade, ki ni nujno, da so gledane oziroma ni nujno, da se dotikajo popularnih smernic, popularnega življenja.

Ena intervjuvana oseba je kot posebej pozitivno lastnost javnega servisa v nasprotju s komercialnimi mediji poudarila še eno nujno značilnost javnega servisa, ki jo navaja Oddelek za raziskave pri BBC (v Volčič 1999a: 36), in sicer neodvisnost javnega servisa od zasebnih interesov ter od interesov vlade:

Naš program, program za otroke, ne sme podlegati vplivu denarja ali ljudi, ki bi za tem denarjem stali s svojimi usmeritvami.

Intervjuvana oseba E pa je implicitno navedla tudi prepričanje, da mora javni servis skrbeti za vse interese in okuse – kar je tudi ena izmed značilnosti javnega servisa, ki jih navaja pogosto citirani seznam Oddelka za raziskave pri BBC (prav tam); vendar se je pri tem bolj osredotočila na vsebine, ki jih komercialne televizije ne ponujajo – bi jih pa moral ponujati javni servis:

Javne televizije igrajo neko vlogo higienskega tampona – da sproducirajo zadeve, ki jih komercialke enostavno nimajo – so pa ključne za formacijo človekih vrednot ali pa iskanja identitete v tem globalnem svetu.

7.4.2.3 Primerjava položaja Javnega zavoda RTV Slovenija z javnimi servisi v tujini

Intervjuvane osebe so bile znotraj sklopa vprašanj, nanašajočih se na razumevanje koncepta javnega servisa, naprošene tudi, da primerjajo položaj Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija s položajem tujih televizijskih postaj s statusom javnega servisa.

Tiste intervjuvane osebe, ki so v svojih odgovorih tudi sicer pogosto opozarjale na to, da so Otroškemu in mladinskemu programu namenjena pre nizka finančna sredstva, so se pri primerjavi večinoma osredotočale na primerjavo v finančnem pogledu. Ugotavljale so, da je pomanjkanje finančnih sredstev v evropskih javnih servisih zelo splošen pojav in da položaj Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija v tem

ni izjema. Kot so omenjale tri intervjuvane osebe, naj bi bile tem problemom vseeno manj podvržene skandinavske javne televizijske postaje, rezultat tega pa so po njihovem mnenju kvalitetnejše programske vsebine, namenjene otrokom in mladostnikom.

Dve osebi, ki sta tudi sicer imeli deloma kritična mnenja do nekaterih oddaj, oblikovanih v Otroškem in mladinskem programu, sta ugotavljali, da so v primerjavi z javnimi servisi v tujini na Otroškem in mladinskem programu ter tudi sploh na TV Slovenija standardi kvalitete programskih vsebin preohlapni, preabstraktni in tako omogočajo predvajanje manj kvalitetnih oddaj. Po njunem mnenju naj bi bila ta problematika v tujih (zlasti zahodnih) javnih servisih bolj temeljito obravnavana.

Intervjuvana oseba I je poudarila oba omenjena problema – pomanjkanje finančnih sredstev in pomanjkanje meril kvalitete, ki bi vplivala na (ne)objavo določenih vsebin. O primerjavi Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija s sorodnimi programi tujih javnih servisov je ugotavljala:

Enako. Vsi imajo finančne težave. Razen v tem, da so kriteriji kvalitete bolj jasno določeni in je selekcija bolj odvisna od kvalitete.

7.4.2.4 Razumevanje odnosa vodstva Javnega zavoda RTV Slovenija do Otroškega in mladinskega programa

Izmed devetih intervjuvanih oseb sta samo dve (ki sta tudi sicer zelo poudarjali avtonomnost pri svojem delu) ugotavljali, da je odnos vodstva Javnega zavoda RTV Slovenija do Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija spoštljiv.

Pet intervjuvanih oseb je zelo skopo odgovarjalo na vprašanje o odnosu vodstva Javnega zavoda RTV Slovenija do Otroškega in mladinskega programa – vendar odnosa nikakor niso problematizirali.

Drugačno pa je bilo mnenje dveh intervjuvanih oseb, ki sta tudi sicer na več mestih v intervjujih opozorili na pomanjkanje finančnih sredstev v Otroškem in mladinskem programu. Namenjanje prenizkih finančnih sredstev (dejansko sta govorili o »krčenju« finančnih sredstev) Otroškemu in mladinskemu programu naj bi po njunem kazalo na to, da vodstvo Javnega zavoda RTV Slovenija premalo ceni delo Otroškega in mladinskega programa. Ena izmed teh dveh intervjuvanih oseb pa je ugotavljala, da so premajhna finančna sredstva, namenjena Otroškemu in mladinskemu programu, le eden od pokazateljev premalo pozornega odnosa vodstva Javnega zavoda RTV Slovenija do Otroškega in mladinskega programa:

Drugo je to, kar dejansko prihaja z vrhov hiše – in to je pač vedno znova to, da nam krčijo sredstva, s katerimi ustvarjamo. Mi dopovedujemo, da brez nič ni nič, ampak na koncu vedno nekaj čaramo. Na sploh se mi pa vseeno zdi, da je na žalost otroški program – ah – saj oni so tam, pa delajo, pa se noben kaj dosti ne briga za njih /.../ se mi zdi, da ima tudi sama naša hiša tak odnos do tega, da se nihče prav zelo dosti ne ukvarja z nami; tako smo nekako kar malo prepuščeni sami sebi – na srečo imamo urednika, ki poskuša te stvari po svojih najboljših zmožnostih voditi.

7.4.3 Povezave med mediji

Javni zavod RTV Slovenija omogoča neposredno spremljanje oddaj lastne produkcije Otroškega in mladinskega programa tudi preko svoje spletne strani. Poleg tega so na spletni strani Javnega zavoda RTV Slovenija dostopne tudi arhivi naslednjih oddaj Otroškega in mladinskega programa: *Bisergora*, *Enajsta šola*, *Iz popotne torbe*, *Jasno in glasno*, *Knjiga mene briga*, *Male sive celice*, *Pepi vse ve*, *Pod klobukom*, *Potepanja*, *Radovedni Taček*, *Slovenski vodni krog*, *Šport Špas*, *Štafeta mladosti*, *Tekma*, *Trpljenje mladega Igorja*, *Umko* in *Z glavo na zabavo* (TV Oddaje 2006). Arhivi naštetih oddaj omogočajo njihov ogled preko spletne strani Javnega zavoda RTV Slovenija kadarkoli.

Poleg naštetega imajo posamezne oddaje Otroškega in mladinskega programa tudi svoje spletne strani, in sicer so te oddaje: *Bisergora* (*Bisergora* 2006), *Iz popotne torbe* (*Iz popotne torbe* 2006), *Jasno in glasno* (*Jasno in glasno* 2006), *Radovedni Taček* (*Taček* 2006), *Tekma* (*Tekma* 2006) in *Umko* (*Umko* 2006). Skupno spletno stran pa imajo tudi risanke, predvajane iz Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija in oddaja *Martina in ptičje strašilo* (*Risanke* 2006).

7.4.4 Regulacije

Dokumenti, ki formalno (bolj ali manj zavezujoče) regulirajo oblikovanje programa za otroke in mladostnike, so bili že obravnavani v prvem delu naloge. S poglobljenimi intervjuji pa sem skušala ugotoviti, kateri dejavniki (tako formalni kakor manj formalni; eksplicitni in implicitni) dejansko vplivajo na oblikovanje programskih vsebin, namenjenih otrokom in mladostnikom na 1. in 2. programu TV Slovenija, ki so oblikovane v Otroškem in mladinskem programu TV Slovenija.

Dejavnike, ki vplivajo na oblikovanje teh vsebin, smo razdelili v tri sklope, in sicer: 1. dejavniki znotraj Javnega zavoda RTV Slovenija, 2. zakonodaja Republike Slovenije, ki ureja področje medijev ter vplivi politike in 3. mednarodni dejavniki.

7.4.4.1 Reguliranje znotraj Javnega zavoda RTV Slovenija

Na formalni ravni oblikovanje otrokom in mladostnikom namenjenih programskih vsebin znotraj Javnega zavoda RTV Slovenija najpomembneje vpliva že omenjeni dokument *Poslovna merila in načela etike v programih RTV Slovenija*.

Analiza poglobljenih intervjujev kaže, da intervjuvane osebe ta merila v splošnem dobro poznajo ter jih podpirajo. Ob tem sta dve intervjuvani osebi opozarjali na neobstoj meril kvalitete, ki bi vplivale na (ne)objavo posameznih vsebin. Pri tem sta poudarjali potrebo po konkretizaciji meril kvalitete. Potrebo po konkretnih merilih kvalitete je izrazila intervjuvana oseba I, ki je tudi sicer izrazila kritičnost do nekaterih (neimenovanih) oddaj, predvajanih iz Otroškega in mladinskega programa. O merilih kvalitete je tako ugotavljala:

Ker se mi zdi, da jih ni. To je ravno tisto, kar bi bilo treba bolj natančno določiti. Si mislim. In si želim. Da bi bilo to dovolj jasno. Ker končno – vse te omejitve, vodila obstajajo. Na načelni ravni je to kar urejeno. Konkretno pa premalo.

Na drugi strani pa je – kakor je bilo že omenjeno – več intervjuvanih oseb opozarjalo na pomanjkanje finančnih sredstev, kar naj bi po mnenju treh intervjuvanih oseb vplivalo na kvaliteto oddaj, namenjenih otrokom in mladostnikom. Na tem mestu torej lahko govorimo celo o finančni regulaciji vsebin. Dejansko eksplicitno nobena izmed teh treh intervjuvanih oseb ne govori o samocenzuri na podlagi razpoložljivih finančnih sredstev, vendar pa vse tri na več mestih opozarjajo, da so oddaje večkrat manj kvalitetne, kakor bi si želele, zaradi pomanjkanja finančnih sredstev. Intervjuvana oseba B je tako ugotavljala, da prenizka razpoložljiva sredstva vplivajo na končni izdelek – oddajo za otroke ali mladostnike:

Nekako te ves čas silijo, da razmišljaš v stilu – da imaš ves čas v glavi tisti denar; da ne razmišljaš, kaj lahko, ampak, kaj lahko za ta denar, ki ga imaš.

Podobno kritično je bilo tudi mnenje intervjuvane osebe I, ki je prav tako ugotavljala, da prenizka finančna sredstva vplivajo na oblikovanje oddaj, namenjenih otrokom in mladostnikom:

Smo že navajeni sami sebe reducirati pri domišljiji in idejah /.../ ne rečem, da je to neka finančna cenzura – si niti ne drznemo razmišljati preko naših zmožnosti.

Ugotavljamo torej lahko, da se je neke vrste konflikt med institucijo in nekaterimi zaposlenimi – intervjuvanimi osebami izoblikoval na točki, kjer te intervjuvane osebe menijo, da finančne omejitve vplivajo na kvaliteto oddaj, katerih urednice oz. uredniki so.

7.4.4.2 Vplivi zakonodaje Republike Slovenije in vplivi politike

Zakon o medijih ter *Zakon o Radioteleviziji Slovenija* sta bila podrobneje obravnavana že v prvem delu naloge. V analizi poglobljenih intervjujev me je zanimalo predvsem, kako intervjuvane osebe razumejo vpliv zakonodaje na svoje delo in ali menijo, da na njihovo delo vpliva politika.

Izkazalo se je, da je poznavanje zakonodaje na področju medijev pri intervjuvanih osebah razmeroma skromno. S tem bi tudi lahko razlagali, da se intervjuvane osebe praktično niso opredeljevale glede določil omenjenih zakonov.

Prav tako je večina (osem) intervjuvanih oseb ugotavljala, da politika nima vpliva na njihovo delo – edino ena izmed intervjuvanih oseb pa je izrazila prepričanje, da se v posameznih primerih lahko zgodi, da politika poseže tudi v delo na Otroškem in mladinskem programu. To je argumentirala s konkretnim primerom, ko naj določen državni organ ne bi dovolil objave že posnetega materiala v eni izmed oddaj Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija. Neimenovane osebe iz Ministrstva Republike Slovenije za notranje zadeve naj bi namreč zahtevale neobjavo določenega avdiovizualnega materiala, posnetega za oddajo *Jasno in glasno* na temo *Azil*.

7.4.4.3 Mednarodni vplivi na delo Otroškega in mladinskega programa

V prvem delu naloge so bili podrobneje obravnavani nekateri mednarodni dokumenti, ki obravnavajo tudi oblikovanje medijskih vsebin, namenjenih otrokom in mladostnikom – ključnega pomena med njimi je gotovo *Konvencija združenih narodov o otrokovih pravicah*. V poglobljenih intervjujih intervjuvane osebe niso toliko poudarjale pomena omenjenih dokumentov; izpostavile pa so velik vpliv različnih mednarodnih izobraževanj, predavanj, srečanj in delavnic. Kar šest izmed devetih intervjuvanih oseb je trdilo, da imajo prav te mednarodne dejavnosti največji vpliv na njihovo delo. Pri tem je intervjuvana oseba F poudarila pomen novih znanj, pridobljenih na teh mednarodnih srečanjih na svoje delo v Otroškem in mladinskem programu:

To je zelo pozitivno. Človek dobi eno širino – da pogledaš čez plot, pa vidiš, kaj drugod delajo. Gotovo dobiš eno veliko širino in večjo tolerantnost – v tem smislu: toleranco do različnih pristopov in tudi ta srečanja ti veliko dajo; postajaš bolj občutljiv na podrobnosti. Dejansko se potem vse to prenese v praktično uporabo; da si na primer v vsakem stavku občutljiv na uporabljeno besedo; tehtaš nianse, katero uporabiti, da boš dal otroku tisto pravo.

7.4.5 Cirkulacija in distribucija

Med drugim nas je zanimalo tudi, kako oddaje, namenjeni otrokom in mladostnikom, dosegajo občinstvo ter koliko izbire in kontrole ima občinstvo.

7.4.5.1 Podatki o gledanosti

Agencija AGB Nielsen Media Research za Programski kontroling RTV Slovenija pripravlja podatke o gledanosti, ki so pripravljene na vzorcu 450 gospodinjstev (upoštevani so le starejši od štirih let) (Kač 2006a). Podatki o gledanosti oddaj, predvajanih iz Otroškega in mladinskega programa na 1. in 2. programu TV Slovenija, so bili posredovani izključno za potrebe dane naloge.

V nadaljevanju so naštetih nekateri podatki o gledanosti (natančneje o številu gledalcev) in deležu nekaterih premiernih oddaj, namenjenih otrokom in mladostnikom t. i. »lastne proizvodnje« (tj. »oddaje, nastale s produkcijskimi kapacitetami in finančnimi sredstvi RTV Slovenija« oz. »oddaje, ki so nastale po naročilu RTV Slovenija« oz. »oddaje, ki so nastale v sodelovanju RTV Slovenija in drugih partnerjev« (Kač 2006a)) in t. i. »tuje proizvodnje« (tj.: »oddaje, ki jih je RTV Slovenija kupila za predvajanje« oz. »oddaje, ki jih je RTV Slovenija dobila kot zamenjavo«, oz. »oddaje, ki jih je RTV Slovenija dobila brezplačno« (Kač 2006a)).

Pred tem moramo določiti tudi pomen pojma »**število gledalcev**«. »Število gledalcev je število posameznikov, ki so videli oddajo« (prav tam) (točneje: gre za gledanost v odstotkih (tj. »odstotek posameznikov, ki so videli oddajo«, pri čemer 100% predstavljajo »vsi prebivalci Slovenije, stari nad štiri leta«), izražena absolutno (prav tam)).

Med premiernimi oddajami lastne proizvodnje so v letu 2005 najvišjo gledanost (nad 100 000 gledalcev) dosegle oddaje Otroškega in mladinskega programa *Bizgeci*, *Totalna razprodaja*, *Zvesti prijatelji*, *Življenje kot v filmu* in *Ciak Junior* (Kač 2006b). V spodnji tabeli so razvrščene nekatere oddaje Otroškega in mladinskega programa glede na povprečno število gledalcev premiernih oddaj v letu 2005:

Tabela 7.1: Gledanost premiernih oddaj lastne proizvodnje, predvajanih v letu 2005 (Kač 2006b)

Povprečno število gledalcev premiernih oddaj lastne proizvodnje, predvajanih v letu 2005	Oddaje Otroškega in mladinskega programa
Od 30 000 do 50 000	<i>Enajsta šola, Iz popotne torbe, Male sive celice, Obisk v akvariju, Pod klobukom, Slovenski vodni krog, Šport Špas</i>
Od 50 001 do 65 000	<i>Martina in ptičje strašilo, Miška Smetiška, Pozabljene knjige naših babic, Jasno in glasno, Knjiga mene briga, Štafeta mladosti</i>

Izmed premiernih oddaj lastne proizvodnje so v letu 2005 najvišjo povprečno gledanost dosegle oddaje *Zajček Bine*, *Hrček Miha pripoveduje* in *Miška Smetiška* (prav tam).

Izmed premiernih oddaj tuje proizvodnje je v letu 2005 visoko gledanost doseglo veliko animiranih serij, kot npr. *Čarli in Mimo*, *Jani Nani*, *Lokomotivček Tomaž in prijatelji*, *Pingu* in *Zakaj* (vse naštetje serije so v letu 2005 dosegle povprečno gledanost premiernih oddaj nad 100 000 gledalcev) (Kač 2006c).

7.4.5.2 Količina programa za otroke in mladostnike

Po podatkih Programskega kontrolinga RTV Slovenija (Kač 2006a) je bil delež Otroškega in mladinskega programa v skupnem predvajanem programu TV Slovenija v letu 2005 10,2 %. V prvih desetih mesecih leta 2006 je bil ta delež višji in je znašal 12,4 %. V letu 2005 in v prvih desetih mesecih leta 2006 so bile na programih TV Slovenija dnevno predvajane tri ure Otroškega in mladinskega programa (prav tam).

Intervjuvane osebe so bile naprošene, da izrazijo svoje mnenje o količini programske ponudbe, namenjene otrokom in mladostnikom. Večina intervjuvanih oseb je izrazilo mnenje, da je na TV Slovenija programa za otroke in mladostnike dovolj. Le ena intervjuvana oseba je menila, da je programa za mladostnike odločno premalo.

Če primerjamo dostopne podatke o predvajanem programu na TV Slovenija v letu 2005, lahko kot izrazito problematično označimo predvsem dejstvo, da je odstotkovno gledano delež Otroškega in mladinskega programa v skupnem predvajanem programu (10,2 % (Kač 2006a)) relativno blizu deležu, ki so ga v letu

2005 v programski ponudbi TV Slovenija predstavljali oglasi in TV-prodaja (ta je v letu 2005 znašal 8,0 % (Služba za odnose z javnostjo RTV Slovenija 2006: 21)).

7.4.5.3 Termini predvajanja Otroškega in mladinskega programa na Televiziji Slovenija

Ob pregledu *Sporedov TV Slovenija*, dostopnih na spletni strani RTV Slovenija (*Sporedi TV Slovenija 2006*) ugotavljam, da je Otroški in mladinski program predvajan med delavniki na 1. programu TV Slovenija v jutranjem bloku (od 09:05 do približno 10:30), popoldanskem bloku (od 15:40 do približno 17:00) in večernem bloku (začetek variira med 18:35 in 18:40 do 18:55). Večerni blok sestavljata dve animirani oddaji za otroke.

Ob sobotah in nedeljah je na 1. programu TV Slovenija Otroški in mladinski program predvajan v dveh blokih, in sicer v jutranjem (od 07:00 do 10:50) ter v večernem bloku, namenjenem izključno animiranim serijam za otroke (od 18:40 do 18:55).

Zunaj omenjenih terminov so na 1. programu TV Slovenija predvajane naslednje oddaje, ki nastajajo v Otroškem in mladinskem programu: *Jasno in glasno* (vsak drugi četrtek od 17:30 do 18:20 s ponovitvijo isti večer po polnoči), *Knjiga mene briga* (vsak četrtek od 22:50 do 23:10) in *Štafeta mladosti* (vsak drugi četrtek od 17:30 do 18:15 s ponovitvijo isti večer po polnoči) (prav tam).

Na 2. programu TV Slovenija sta ob ponedeljkih popoldne (točna ura variira) predvajani oddaji Otroškega mladinskega programa *Tekma* in *Z glavo na zabavo*. Ponovitvi obeh oddaj sta na 2. programu TV Slovenija na sporedu ob sredah popoldne (točna ura variira) (prav tam).

Ob petkih popoldne so na 2. programu TV Slovenija predvajane ponovitve oddaj *Jasno in glasno* oziroma *Štafeta mladosti* ter ponovitev oddaje *Šport špas* (prav tam). Poleg programske ponudbe Otroškega in mladinskega programa je otrokom namenjen tudi *Otroški infokanal* – televizijski program, ki ga pripravlja Multimedijijski center RTV Slovenija. Ta program je predvajan ob delavnikih, običajno med 11:30 in 12:30 na 2. programu Televizije Slovenija (prav tam).

Ugotavljamo pa lahko, da nobena izmed stalnih oddaj Otroškega in mladinskega programa ni predvajana v osrednjem večernem času, tj. med 19. in 23. uro zvečer (Služba za odnose z javnostjo RTV Slovenija 2006: 20) – oziroma, da je občasno del oddaje *Knjiga mene briga* predvajan ob koncu tega osrednjega večernega časa (*Sporedi TV Slovenija 2006*).

V poteku poglobljenih intervjujev so bile tudi intervjuvane osebe vprašane, če se jim zdijo termini, v katerih so predvajane oddaje Otroškega in mladinskega programa, ustrezni. Da so termini na sploh ustrezni, sta menili samo dve intervjuvani osebi, ki tudi sicer v intervjujih nista omenjali nikakršnih konfliktov. Dve intervjuvani osebi sta sicer izrazili mnenje, da so termini deloma neustrezni, vendar nista konkretizirali, kateri termini naj ne bi bili ustrezni – pri tem sta kot razlog navedli, da naj Otroški in mladinski program ne bi imel vpliva na programsko shemo TV Slovenija.

Pet intervjuvanih oseb pa je izrazilo nezadovoljstvo s termini, v katerih so predvajane oddaje Otroškega in mladinskega programa. Ob tem je intervjuvana oseba E izrazila nezadovoljstvo z majhno fleksibilnostjo pri določanju terminov, v katerih so predvajane oddaje Otroškega in mladinskega programa:

To je pa že dolgo eden izmed perečih problemov slovenske televizije – da se pravzaprav ustvari na prvem programu neka programska geta; se pravi, da imamo strogo začrtane pasove, v katerih se ti programi pojavljajo in, da je včasih treba precej napora vložiti v to, da kakšne oddaje ali pa cikli oddaj pridejo v druge časovne pasove.

Štiri izmed intervjuvanih oseb, ki so izrazile mnenje, da termini predvajanja oddaj Otroškega in mladinskega programa večkrat niso ustrezni, so opozarjale predvsem na to, da bi morale biti oddaje za mladostnike predvajane v kasnejših popoldanskih ali v osrednjih večernih terminih.

7.4.5.4 Raznolikost programskih vsebin, namenjenih otrokom in mladostnikom

Ob pregledu *Sporedov TV Slovenija (Sporedi TV Slovenija 2006)* ter ogledu programske ponudbe za otroke in mladostnike na 1. in 2. programu TV Slovenija ugotavljamo pomanjkanje informativnih oddaj, namenjenih otrokom in mladostnikom. Problem sicer ni specifičen; več raziskovalcev je že ugotavljalo, da kljub dejstvu, da televizija otrokom pogosto predstavlja prvi kontakt s svetom politike (Buckingham 2000: 11), otrokom in mladostnikom pogosto ni na voljo dovolj informativnih vsebin, v katerih bi bili tudi kriteriji za izbiro novic prilagojeni mlajšemu občinstvu (Matthews 2003: 132; Buckingham 2000:11).

Svoja mnenja o raznolikosti programskih vsebin, namenjenih otrokom in mladostnikom na 1. in 2. programu TV Slovenija, so izrazile tudi intervjuvane osebe. Prevladalo je mnenje, da so programske vsebine dovolj raznolike; le ena intervjuvana oseba je opozorila na premajhno raznolikost vsebin, namenjenih mladostnikom. Odgovori intervjuvanih oseb na vprašanje, s kakšnimi vsebinami bi želeli povečati

raznolikost programske ponudbe za otroke in mladostnike, so bili izredno raznoliki – med njimi so bile navedene npr. oddaje o ekologiji ter odnosu do sočloveka; glasbena oddaja za mladostnike, kviz za predšolske otroke – le ena intervjuvana oseba pa je ugotavljala potrebo po informativni oddaji za otroke, na katero smo opozorili zgoraj.

7.4.5.5 Distribucija oddaj Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija v tujini

Informacije, pridobljene za to poglavje niso bile pridobljene znotraj poglobljenih intervjujev, zato so podatki, pridobljeni v pogovorih oz. v elektronski korespondenci z odgovornimi na Otroškem in mladinskem programu TV Slovenija objavljeni z imeni in priimki posameznikov - virov posameznih informacij.

Po informacijah Milana Dekleve, urednika Otroškega in mladinskega programa (informacije so bile posredovane na sestanku 04. 12. 2006), je nekatere oddaje Otroškega in mladinskega programa mogoče videti tudi na tujih javnih televizijskih postajah. Večina teh oddaj je po besedah Milana Dekleve posredovanih tujim javnim televizijskim postajam prek izmenjav v okviru EBU (European Broadcasting Union) in v okviru mednarodnega festivala Ciak Junior. V okviru slednjega vse televizijske postaje, ki na tem festivalu predstavijo svoj kratki film, dobijo pravico predvajanja vseh ostalih kratkih filmov, predvajanih na festivalu. Ali, kje in kdaj so kratki filmi Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija, dejansko objavljeni, ni znano.

Po informacijah Petra Povha, urednika oddaje *Jasno in glasno* ter odgovornega za informacije o sodelovanju Otroškega in mladinskega programa z EBU (informacije so bile posredovane preko elektronske pošte 05. 12. 2006) bodo dokumentarni film *Monika* (namenjen otrokom od 9. do 12. leta) Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija predvajali na javnih televizijskih postajah v Bolgariji, na Islandiji, v Bosni in Hercegovini, Izraelu, na Hrvaškem, v Španiji, Srbiji, na Nizozemskem, v Poljski, Grčiji, Turčiji, Jordaniji, Finski, Egiptu, na Danskem in v Nemčiji. Poleg tega bo kratki igrani film Otroškega in mladinskega programa Televizije Slovenija *Dihaj z mano* (namenjen otrokom od 6. do 9. leta) predvajan na javnih televizijskih postajah v Srbiji, Bolgariji, Turčiji, Egiptu, Nemčiji in na Nizozemskem.

Podatke o preteklih odkupih produkcije Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija je posredovala Suzana Prosenc z Otroškega in mladinskega programa Televizije Slovenija (informacije so bile posredovane preko elektronske pošte 11. 12.

2006). Pravica predvajanja nadaljevanj Otroškega in mladinskega programa Televizije Slovenija *Junaki petega razreda* in *Moj prijatelj Arnold* sta bili prodani ruskemu distributerju Mosfilm. Pravica predvajanja slednje nadaljevanke je bila prodana tudi hrvaški javni televiziji HRT, enako velja za nadaljevanke *Waitapu* Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija. V preteklosti je bila po informacijah Suzane Prosenc najbolj prodajana pravica do predvajanja animirane serije *Bojan* Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija. Pravico do predvajanja te animirane serije so odkupile javne televizijske postaje iz Kanade, Italije, Avstrije, Švedske, Finske, Hrvaške in Poljske.

Po informacijah Irene Struna Arko (informacije so bile posredovane preko elektronske pošte 11. 12. 2006) pa so inserti – prispevki Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija na srečanjih evropskih, azijskih, afriških in latinskoameriških televizijskih postaj v Erfurtu, večkrat vključeni v različne oddaje (predvsem) magazinskega tipa več na tem srečanju sodelujočih televizijskih postaj. Točnejših podatkov o predvajanju teh oddaj ni bilo mogoče dobiti.

7.4.6 Participacija otrok in mladostnikov v sooblikovanju medijskega diskurza

Participacija otrok in mladostnikov v oblikovanju njim namenjenih programskih vsebin je bila že na več mestih v tej nalogi omenjena kot nujna značilnost kvalitetnih sodobnih medijskih vsebin, namenjenih otrokom in mladostnikom.

Ob ogledu programske ponudbe 1. in 2. programa TV Slovenija za otroke ugotavljamo, da otroci niso dovolj vključeni v aktivno oblikovanje medijskega diskurza. Otroci sicer lahko nastopijo v kvizih *Umko* in *Male sive celice*, podobno lahko nastopajo tudi v oddajah *Enajsta šola*, *Šport Špas* in *Pod klobukom*. Poleg tega je v oddaji *Otroški infokanal* otrokom omogočena objava njihovih likovnih del. Vendar participacija otrok v teh oddajah ni dovolj aktivna ter zajema le participacijo v posameznih fazah nastajanja programa.

Izjemo v omogočanju aktivne in kreativne participacije otrok oz. mladostnikov v oblikovanju programskih vsebin pa predstavlja vsakoletni razpis, ki ga objavlja Otroški in mladinski program TV Slovenija za sodelovanje na mednarodnem srečanju Ciak Junior. Otroci in mladostniki (stari od deset do 15 let) lahko prispevajo na natečaj predlog scenarija. Po zmagovalnem scenariju je kasneje v okviru Otroškega

in mladinskega programa posnet kratki film (podatki so bili pridobljeni v enem izmed poglobljenih intervjujev).

Mladostnikom pa je aktivnejša participacija omogočena tudi v okviru pogovornih oddaj Otroškega in mladinskega programa *Tekma* in *Jasno in glasno*. Oddaja *Jasno in glasno* mladostnike vključuje kot sogovornike v studiu, omogoča jim sodelovanje v debati prek telefona in elektronske pošte, vključuje mladostnike kot sodelavce pri oblikovanju oddaj; poleg tega pa na svoji spletni strani omogoča predlaganje teme pogovora v oddajah (*Jasno in glasno* 2006).

Med intervjuvanimi osebami sicer prevlada naklonjenost participaciji otrok v oblikovanju njim namenjenih oddaj. Vseeno pa pri dveh intervjuvanih osebah zaznamo tudi pokroviteljsko držo do otrok ter do njihove aktivnejše participacije. Intervjuvana oseba H, ki je sicer eksplicitno zagovarjala participacijo otrok v njim namenjenih oddajah (vendar zgolj manj aktivno participacijo), je ugotavljala, da otroci ne bi mogli opravljati nekaterih – sicer aktivnejših, vendar manj zahtevnih nalog: to svoje mnenje pa upravičuje s mnenjem, da bi otroci te naloge opravili (pre)počasi in, da bi jih ovirala trema:

Če bi to puščali otrokom, bi to verjetno bilo predolgo, malo treme, tako naprej – ker smo seveda vezani na minutažo – zaradi tega.

Poleg tega pa so tri intervjuvane osebe, sicer močno naklonjene aktivnejši participaciji, opozarjale, da le-to večkrat ovira pomanjkanje znanj in veščin (tako pri otrocih kakor pri mladostnikih), nujnih za njihovo aktivnejšo participacijo. Tako je intervjuvana oseba G opozorila na pomanjkanje znanj in veščin, potrebnih za nastopanje na televiziji pri mladostnikih – o aktivnejši participaciji je ugotavljala:

Kar je velik problem – zaradi tega, ker mulci ne vedo, kaj je televizija; nimajo osnovnih znanj, kako se nastopa – nič nimajo; imajo polno treme.

Na tem mestu moramo opozoriti na pomen vzgoje za medije, ki bi z večjim pomenom znotraj šolskega sistema lahko pripomogla, da bi otroci in mladostniki pridobili vsaj nekatera znanja in veščine, ki so nujno potrebne za njihovo aktivnejšo in bolj kreativno participacijo v medijih.

7.4.6.1 Povratne informacije otrok in mladostnikov na njim namenjene oddaje

Intervjuvane osebe so bile vprašane tudi o tem, če prejemajo odziv gledalcev na oddaje, katerih urednice oz. uredniki so, in kakšen pomen pripisujejo tem povratnim

informacijam. Intervjuvane osebe so ugotovljale, da zlasti veliko odzivov prejemajo preko elektronske pošte in da gre običajno za pozitivne kritike.

Poleg tega sta dve intervjuvani osebi izpostavili tudi pomen kritik – tako o pozitivnih kakor tudi o negativnih – ki jih dobivata v osebnih stikih z otroki, ki jih osebno poznata.

7.4.6.2 Skrb za otroke in mladostnike, pripadnike narodnostnih manjšin

Ob ogledu oddaj, namenjenih otrokom in mladostnikom, ter po informacijah, pridobljenih v poglobljenih intervjujih, ugotavljamo, da Otroški in mladinski program TV Slovenija ne pripravlja posebnih vsebin, namenjenih otrokom in mladostnikom – pripadnikom narodnostnih manjšin – niti vsebin, ki bi posebej izpostavljala probleme, s katerimi se otroci in mladostniki – pripadniki narodnostnih manjšin – soočajo. Sicer je med intervjuvanimi osebami prevladalo mnenje, da bi bilo tovrstne vsebine nujno uvrstiti v programsko shemo; ena intervjuvana oseba je sporočila tudi, da so bile ideje o podnaslavljanju posameznih vsebin v romski jezik že predstavljene.

Vseeno pa na drugi strani opazimo mnenje dveh intervjuvanih oseb, ki potreb po posebnih oddajah ali delih odaj, namenjenih otrokom in mladostnikom – pripadnikom narodnostnih manjšin – nista videli. Ena izmed teh dveh intervjuvanih oseb je problematiko celo banalizirala.

7.4.6.3 Skrb za otroke in mladostnike s posebnimi potrebami

Največja skrb otrokom in mladostnikom s posebnimi potrebami je – kakor opažam ob ogledu oddaj – namenjena slušno motenim otrokom in mladostnikom. Le-tem je ogled velike večine oddaj Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija omogočen s posebnimi podnapisi; izjeme, ki tega ne omogočajo, so oddaje *Šport špas*, *Štafeta mladosti* ter *Jasno in glasno* (oddaja je sicer posneta v živo, vendar podnapisi za slušno motene niso na voljo niti pri ponovitvah) (*Sporedi TV Slovenija* 2006). Poleg tega je slušno motenim otrokom namenjena tudi oddaja *Zgodbe iz školjke*. Oddajo sestavljajo že posnete oddaje za otroke, ki so prevedene v znakovni jezik (informacije so bile pridobljene v enem izmed poglobljenih intervjujev). Poleg tega pa je slušno in govorno moteno otrokom omogočena tudi participacija v njim namenjeni oddaji *Praznične zgodbe iz školjke*. Gre za oddajo, ki je v Otroškem in mladinskem snemana enkrat letno, v njej pa nastopajo slušno in govorno moteni otroci (prav tam).

Med oddajami za mladostnike pa izstopa oddaja *Jasno in glasno*, v kateri so večkrat gostje tudi mladostniki s posebnimi potrebami (informacije so bile pridobljene v enem izmed poglobljenih intervjujev).

Intervjuvane osebe so izrazile visoko naklonjenost predvajanju vsebin, namenjenih otrokom in mladostnikom s posebnimi potrebami ter tudi kazale dobro seznanjenost s problematiko njihove medijske reprezentacije.

7.4.6.4 Produkcijske raziskave

Poglobljeni intervjuji so vsebovali tudi vprašanje, če se znotraj Otroškega in mladinskega programa oz. znotraj Javnega zavoda RTV Slovenija izvajajo poglobljene raziskave, na podlagi katerih bi kasneje potekalo delo Otroškega in mladinskega programa. Izkazalo se je, da razen izjem (ena taka raziskava za eno izmed oddaj Otroškega in mladinskega programa je bila po informacijah, pridobljenih v enem izmed poglobljenih intervjujev, izpeljana v letu 2005) tovrstnih raziskav ni.

Dve intervjuvani osebi sta opozorili, da je bilo stanje na tem področju boljše celo v 80. letih 20. stoletja – takrat naj bi potekala razna sodelovanja z razvojnimi psihologi ter vzgojiteljicami v vrtcih, zlasti pri oddajah *Radovedni Taček* in *Vrtec na obisku*.

Kar pet intervjuvanih oseb je močno poudarilo potrebo po izvajanju tovrstnih raziskav – dve intervjuvani osebi (ki sta tudi sicer kazali visoko raven ekspertnega znanja ter teoretično poznavanje značilnosti ciljnega občinstva) sta ugotavljali, da bi take raziskave morale potekati stalno in predstavljati stalen del dela Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija. Nasproti temu pa sta dve intervjuvani osebi (ki tudi sicer nista problematizirali dela Otroškega in mladinskega programa) izrazili mnenje, da tovrstne raziskave niso potrebne ter, da ekspertna mnenja, ki jih dobivata, zadostujejo pri njunem delu.

7.5 Diskusija

V tem poglavju želim predstaviti dva prevladujoča vzorca odgovorov v poglobljenih intervjujih, v nadaljevanju pa tudi predstaviti ključne probleme pri produkciji otrokom in mladostnikom namenjenega programa na TV Slovenija.

7.5.1 Raznolikost pogledov na produkcijsko prakso

Ob analizi intervjujev smo opazili dva izstopajoča vzorca odgovorov, in sicer odgovori štirih intervjuvanih oseb kažejo na razmeroma dobro poznavanje lastnosti ciljnega

občinstva, kakor jih opisuje strokovna literatura (predvsem poznavanje razvojnih in kognitivnih lastnosti ciljnega občinstva). Kljub temu sta mestoma dve izmed teh intervjuvanih oseb implicitno nakazovali tudi pokroviteljski odnos do občinstva. Poleg tega je bil omenjenim intervjuvanim osebam skupen entuziastičen odnos do njihovega dela; imele so tudi bolj jasno izdelano sliko o tem, kaj želijo posredovati občinstvu. Vse te štiri osebe so opozarjale, da se pri ustvarjanju programa za otroke in mladostnike soočajo s pomanjkanjem finančnih sredstev, tri izmed teh intervjuvanih oseb pa so to pomanjkanje finančnih sredstev, namenjenih ustvarjanju programskih vsebin, ocenile kot kritično in ugotovljale, da te omejitve dejansko negativno vplivajo na njihovo delo. Vse izmed omenjenih štirih intervjuvanih oseb so izražale naklonjenost aktivnejši participaciji otrok in mladostnikov v oblikovanju programskih vsebin. Intervjuvane osebe, umeščene v to skupino, so ugotovljale potrebo po (večji) skrbi za otroke in mladostnike, pripadnike narodnostnih manjšin in/ali otroke in mladostnike s posebnimi potrebami. Te intervjuvane osebe so se poleg naštetega strinjale tudi v prepričanju o potrebi po načrtnem raziskovanju ciljnih občinstev.

Na drugi strani pa so (sicer manj značilno) izstopali odgovori dveh intervjuvanih oseb. Sodeč po njunih odgovorih v intervjujih imata ti dve intervjuvani osebi manj jasno sliko o ciljnem občinstvu ter njegovih ključnih značilnostih. Ti dve intervjuvani osebi nista izpostavili vpliva pomanjkanja finančnih sredstev na svoje delo. Nasprotovanja aktivnejši participaciji otrok in mladostnikov sicer na deklarativni ravni tudi ti dve intervjuvani osebi nista izražali, vendar je ena izmed teh dveh intervjuvanih oseb nakazala v pogovoru o aktivnejši participaciji pokroviteljski odnos do otrok. Prav tako ti dve intervjuvani osebi nista izpostavljali problema pomanjkanja programa za otroke narodnostnih manjšin; pri eni izmed teh dveh intervjuvanih oseb je bilo celo opaziti nepoznavanje omenjene problematike.

Odgovori ostalih intervjuvanih oseb so bili bolj raznoliki; nekatere izmed teh intervjuvanih oseb so posebej ekstenzivno govorile le o nekaterih izmed omenjenih vsebinskih sklopov – kar bi lahko pripisali temu, da omenjenim vsebinskim sklopom pripisujejo večjo težo ali se čutijo bolj kompetentne v nekaterih obravnavanih temah.

7.5.2 Problemi

Ob analizi podatkov, zbranih za študijo primera, ugotavljam, da so ključni problemi pri produkciji medijskih tekstov za otroke in mladostnike na Otroškem in mladinskem

programu TV Slovenija naslednji: pomanjkljivo poznavanje specifičnih lastnosti ciljnega občinstva, vprašanje svobode programskih delavcev pri njihovem delu, ozko določeni termini predvajanja oddaj, namenjenih otrokom in mladostnikom, pomanjkljiva raznolikost programskih vsebin, namenjenih otrokom in mladostnikom; pomanjkanje aktivne ter kreativne participacije otrok in mladostnikov v oblikovanju njim namenjenih oddaj, pomanjkanje posvečanja posebne skrbi otrokom in mladostnikom – pripadnikom narodnostnih manjšin in odsotnost skrbno načrtovanega ter kontinuiranega raziskovanja ciljnih občinstev.

7.5.2.1 Pomanjkljivo poznavanje specifičnih lastnosti ciljnega občinstva, njihovih potreb in želja

Na svoje pomanjkljivo poznavanje lastnosti ciljnega občinstva sta sicer implicitno nakazali le dve intervjuvani osebi. Vendar pa tudi ostalim intervjuvanim osebam, kakor tudi programskim delavcem Otroškega in mladinskega programa na splošno, njihovi pogoji dela ne omogočajo poznavanja specifičnih lastnosti ciljnega občinstva, saj celostna, kontinuirana raziskovalna praksa in intenzivna posvetovanja s strokovnjaki niso nujni in integralni deli produkcijskih praks otrokom in mladostnikom namenjenih medijskih tekstov.

Problem je zlasti pereč ob upoštevanju dejstva, da otroci in mladostniki niso »pomajšani odrasli«, temveč razvijajoči se posamezniki s specifičnimi potrebami (Berry 1993a: 2) – med katerimi moramo izpostaviti tudi medijske potrebe. Te specifične potrebe občinstva bi morali programski delavci dobro poznati, ne le na teoretični, temveč tudi na izkustveni ravni, saj bi le tako poznavanje omogočilo, da TV Slovenija otrokom in mladostnikom nudi maksimalno količino pozitivnih izkušenj ter da bi bile vsebine dejansko občinstvu zanimive.

Na tem mestu se izpostavljajo tri potrebe:

- potreba po širokem teoretičnem poznavanju lastnosti ciljnega občinstva – ta cilj je deloma že dosežen pri nekaterih intervjuvanih osebah,
- potreba po skrbno načrtovanem in kontinuiranem raziskovanju ciljnega občinstva, njihovih potreb in želja ter po upoštevanju raziskovalnih izsledkov pri oblikovanju in selekciji oddaj in
- stalno sodelovanje z različnimi strokovnjaki (vsaj na ravni posvetovanj) – zlasti zato, ker se z raziskovanjem otrok in mladostnikov ukvarjajo tudi druge znanstvene discipline (npr. sociologija, psihologija, pedagogika in vzgoja z

medije) in ker bi izsledki teh raziskav lahko doprinesli k boljšemu poznavanju otroškega in mladinskega občinstva TV Slovenija.

7.5.2.2 Vprašanje svobode programskih delavcev pri njihovem delu

Eno izmed načel javne televizije, ki jih je predstavil Oddelek za raziskave pri BBC (v Branston in Stafford 1996: 265 in Volčič 1999a: 38) je tudi, da mora biti javna televizija vodena po načelih, ki omogočajo svobodo programskih delavcev pri njihovem delu. Ob upoštevanju rezultatov opravljene študije primera, kjer so v poglobljenih intervjujih tri osebe implicitno nakazovale na obstoj problemov v sodelovanju oz. komuniciranju (z zadržanostjo pri odgovorih, abstraktnimi odgovori in hitrim spreminjanjem tem pogovora), ena pa je celo implicitno nakazala na premajhno stopnjo avtonomnosti pri svojem delu, lahko sklepamo, da potrebi po dovolj visoki meri svobode programskih delavcev ni zadoščeno. Vendar gre pri tem lahko tudi za komunikacijski problem. Na to sta opozorili dve intervjuvani osebi, ki sta poudarjali željo po formalnejšem rednem medsebojnem seznanjanju z delom, sodelovanjem in medsebojnem svetovanju na sestankih.

Svobodo programskih delavcev pri njihovem delu pa omejuje tudi že omenjeno pomanjkanje finančnih sredstev, ki bi omogočala oblikovanje kvalitetnejših oddaj za otroke in aktivnejšo participacijo otrok in mladostnikov v medijih. A. Home (1999: 409) je v *Listini o televiziji za otroke* posebej poudarila, da morajo biti ustvarjanju televizije za otroke (kjer so kot otroci razumljeni nepolnoletni posamezniki) namenjena dovolj visoka finančna sredstva – v opravljenih poglobljenih intervjujih pa so tri intervjuvane osebe eksplicitno poudarile, da teh sredstev ni dovolj. V tem pomanjkanju sredstev bi lahko prepoznali tudi odraz krize sodobnih javnih servisov. S. Bašić Hrvatinić (2002: 63) možen odraz te krize sicer vidi v neposrednem krčenju programa za otroke. V raziskovanem primeru ne moremo govoriti o tovrstnem krčenju; lahko pa govorimo o pomanjkanju produkcijskih sredstev, namenjenih oblikovanju tega programa.

7.5.2.3 Termini predvajanja

Ugotovili smo, da so v splošnem stalno predvajane oddaje, namenjene otrokom in mladostnikom, izločene iz »osrednjega večernega časa« (Služba za odnose z javnostjo RTV Slovenija 2006: 22), tj. med 19. in 23. uro. Na ta problem so opozarjale tudi nekatere intervjuvane osebe.

A. Home (1999: 409) je v *Listini o televiziji za otroke* izpostavila tudi potrebo po prilagajanju terminov predvajanja otrokom; oddaje naj bi bile predvajane takrat, ko jih otroci dejansko lahko gledajo.

Poleg tega pa primer širše gledano nakazuje na prevladujoč vzorec, po katerem »kultura, v kateri mediji predstavljajo vse večji del, na ta način odseva hierarhije moči v družbi in kulturno težo in pomen različnih skupin populacije« (Feilitzen 1999: 18) – oddaje, namenjene otrokom in mladostnikom, so namreč izločene iz »osrednjega večernega časa« (Služba za odnose z javnostjo RTV Slovenija 2006: 22), v katerem so predvajane oddaje, primarno namenjene odraslemu občinstvu.

7.5.2.4 Raznolikost

Informacije, pridobljene v intervjujih in podatki *Letnega poročila 2005* (Služba za odnose z javnostjo RTV Slovenija 2006: 22) sicer pričajo o povečani raznolikosti vsebin oddaj za otroke in mladostnike, vendar lahko še vedno opazamo pomanjkanje informativnih oddaj, namenjenih otrokom in mladostnikom. V tem sicer lahko vidimo odraz splošnega pojava, da televizija ne izkoristi potenciala, da bi otroke in mladostnike (dovolj) naslavljala kot državljane. Kakor ugotavlja Meyrowitz (v Matthews 2003: 132) množični mediji danes otrokom pokažejo svet, še preden smejo sami čez cesto – izpostavi pa problem, da so otroci ob tem soočeni predvsem z vsebinami, primarno namenjenimi odraslemu občinstvu.

Na posebno potrebo po informiranju otrok in mladostnikov pa opozarjajo tudi različni mednarodni dokumenti, med drugim tudi *Konvencija Združenih narodov o otrokovih pravicah* (Generalna skupščina Združenih narodov 1999: 35) in *Priporočilo Odbora ministrov Sveta Evrope št. R (98)8 o sodelovanju otrok v družinskem in družbenem življenju* (Odbor ministrov Sveta Evrope 1999c: 128-129).

Če hočemo izboljšati televizijo za otroke in mladostnike, moramo gledati preko ozke definicije njim namenjenih programskih vsebin; raziskati moramo, kaj otroci in mladostniki dejansko gledajo (Stipp 1993: 298, 301) in s pomočjo izsledkov tovrstnih raziskav oblikovati pestrejši, bolj raznolik program za otroke in mladostnike, pri čemer se moramo osredotočiti na teme, ki otroke in mladostnike dejansko zanimajo (Matthews 2003: 133).

7.5.2.5 Potreba po aktivnejši in kreativnejši participaciji otrok in mladostnikov v oblikovanju njim namenjenih programskih vsebin

Upoštevaloč informacije, pridobljene v poglobljenih intervjujih ter ogledu oddaj, namenjenih otrokom in mladostnikom, ugotavljamo, da nekatere oblike participacije otrok oz. mladostnikov že obstajajo na ravni posameznih oddaj, vendar je ta le izjemoma aktivna in kreativna. Kreativnejša participacija bi otrokom in mladostnikom omogočila, da bi »slišali in videli svojo kulturo, jezik in življenjske izkušnje« (Home 1999: 409), poleg tega pa bi lahko vodila tudi k preseganju pasivnosti mladih in njihovega umikanja mladih iz javnih prostorov, o katerih govori M. Ule (2000b: 177).

Eksplicitno k aktivnejši participaciji otrok in mladostnikov spodbuja tudi *Priporočilo Odbora ministrov Sveta Evrope št. R (98)8 o sodelovanju otrok v družinskem in družbenem življenju* – v *Prilogi* dokumenta je opozorjeno k sodelovanju »otrok pri sestavljanju programov iz medijskih izdelkov, ki so namenjeni otrokom, ali pa so z njimi povezani, kakor tudi pri samem ustvarjanju« (Odbor ministrov Sveta Evrope 1999c: 129).

Pri tem moramo opozoriti tudi na oviro kreativne participacije otrok in mladostnikov v oblikovanju programskih vsebin, na katero so opozarjale tudi tri intervjuvane osebe – na pomanjkanje znanj in veščin (pri otrocih in mladostnikih), ki bi jim omogočile kreativnejšo participacijo. Tu vidim predvsem pomen popularizacije vzgoje za medije – zlasti njene produkcijske plati, ki bi izboljšala znanje otrok in mladostnikov na področju komuniciranja z drugimi preko množičnih medijev, hkrati pa bi otrokom in mladostnikom tudi omogočila »kritično refleksijo medijskih vsebin in podob« (Košir 1999: 130).

7.5.2.6 Pomanjkanje posebne skrbi za otroke in mladostnike, pripadnike narodnostnih manjšin v Sloveniji

Ugotavljamo, da otrokom in mladostnikom – pripadnikom narodnostnih manjšin v Sloveniji – ni posvečeno dovolj skrbi pri oblikovanju otrokom in mladostnikom namenjenega programa; prav tako pa sta kljub temu, da je večina intervjuvanih oseb izrazila zavedanje problema, dve intervjuvani osebi problem implicitno banalizirali.

Kakor opozarjajo Browne in Graves (19993: 179) in B. Luthar (1995: 35), tako sistematično zapostavljanje lahko rezultira med drugim tudi v nizki samooceni otrok in mladostnikov, pripadnikov teh narodnostnih manjšin.

Na potrebo po posebni skrbi opozarja tudi *Konvencija Združenih narodov o otrokovih pravicah* (Generalna skupščina Združenih narodov 1999: 36), ki v 17. členu poziva k spodbujanju množičnih medijev k povečani pozornosti za potrebe otrok, pripadnikov manjšinske skupnosti.

Na tem mestu moramo torej opozoriti na potrebo po pestrejšem razponu kulturnih raznolikosti v oddajah, namenjenih otrokom in mladostnikom na 1. in 2. programu TV Slovenija.

7.5.2.7 Odsotnost skrbno načrtovanega in kontinuiranega raziskovanja ciljnih občinstev

Ugotovili smo, da strokovno, skrbno načrtovano in kontinuirano raziskovanje ciljnih občinstev ni redna praksa pri oblikovanju otrokom in mladostnikom namenjenega programa na TV Slovenija. Naključni stiki z otroki in mladostniki in naključne povratne informacije otrok in mladostnikov ter njihovih staršev so pri tem preveč subjektiven pokazatelj njihovih želja in potreb.

Ker smo ugotovili, da nedvomno obstaja potreba po ugotavljanju specifičnih lastnosti ciljnega občinstva. Da bi jih prepoznali, je nujno potrebno strokovno, skrbno načrtovano in kontinuirano raziskovanje kot integralni del procesa oblikovanja programa, namenjenega otrokom in mladostnikom.

Tudi pri tej zahtevi bi se lahko oprli na *Priporočilo Parlamentarne skupščine Sveta Evrope 1286 (1996) o evropski strategiji za otroke*, ki navaja, da bi bilo treba omogočiti otrokom, »da povedo svoje mnenje pri vsem, kar jih zadeva in jim na način, ki je primeren njihovim zmožnostim, omogoča dejavno in odgovorno sodelovanje na vseh ravneh družbe« (Parlamentarna skupščina Sveta Evrope 1999a: 18).

8. SKLEP

Želeli smo izvedeti, kakšna je produkcijska praksa Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija oz. kakšne so razmere dela na TV Slovenija. Izvedeni so bili poglobljeni intervjuji z devetimi programskimi delavci Otroškega in mladinskega programa TV Slovenija, opazovan potek snemanj treh oddaj in enega sestanka na Otroškem in mladinskem programu, analizirani različni dokumenti, dostopni na spletni strani Javnega zavoda RTV Slovenija in analizirana različna avdiovizualna gradiva. Prišli smo do ugotovitve, da ne moremo zavrni v uvodu postavljene teze, saj ugotavljamo, da pogoji produkcije na TV Slovenija ne omogočajo produkcije programa, ki ustreza sodobnim merilom kvalitetnih programov za otroke in mladostnike. Ugotovili smo pomanjkanje kontinuirane strokovne prakse raziskovanja kot integralnega dela procesa oblikovanja otrokom in mladostnikom namenjenih programskih vsebin (ki je med drugim tudi eden izmed vzrokov pomanjkljivega poznavanja specifičnih lastnosti ciljnega občinstva pri intervjuvanih osebah – programskih delavcih in delavkah TV Slovenije). Svoboda programskih delavcev pri opravljanju njihovega dela je vprašljiva, na oblikovanje otrokom in mladostnikom namenjenih oddaj pa vpliva pomanjkanje finančnih sredstev. Televizijski program, namenjen otrokom in mladostnikom, je večkrat predvajan v neustreznih terminih; premajhna je raznolikost vsebin, namenjenih otrokom in mladostnikom; pereče pa je tudi pomanjkanje posebne skrbi, namenjene otrokom in mladostnikom – pripadnikom narodnostnih manjšin ter pomanjkanje aktivne in kreativne participacije otrok in mladostnikov.

Ugotavljamo, da je v prihodnosti treba podrobneje raziskati področje reprezentacij družbenih in kulturnih manjšin na TV Slovenija in v medijih na splošno. Poleg tega bi bilo smiselno z natančnejšimi tekstualnimi analizami raziskati raznolikost otrokom in mladostnikom namenjenih vsebin na TV Slovenija. Smiselno pa bi bilo izvesti tudi primerjalne študije medijske ponudbe za otroke in mladostnike v slovenskih medijih na splošno. Prav tako ne smemo zanemariti kontinuiranega raziskovanja različnih aspektov medijske pismenosti otrok in mladostnikov.

9. VIRI IN LITERATURA

Addis, Michaela (2005) New technologies and cultural consumption – edutainment is born!. *European Journal of Marketing* 39(7/8), 729-736.

Asamen, Joy Keiko (1993) What children learn from television and how they learn it. V Gordon L. Berry in Joy Keiko Asamen (ur.) *Children and Television: Images in a Changing Sociocultural World*, 308-310. Newbury Park, London, New Delhi: Sage.

Bašič Hrvatini, Sandra (1995) Otrok in nasilje v medijih. V Manca Košir (ur.) *Otrok in mediji: Informacije ZPMS 3/95*, 37-42. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.

Bašič Hrvatini, Sandra (2002) *Državni ali javni servis: perspektive javne radiotelevizije v Sloveniji*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Berry, Gordon L. (1993a) Television as a Worldwide Cultural Tapestry. V Gordon L. Berry in Joy Keiko Asamen (ur.) *Children and Television: Images in a Changing Sociocultural World*, 1-4. Newbury Park, London, New Delhi: Sage.

Berry, Gordon L. (1993b) Public Television Programming and the Changing Cultural Landscape. V Gordon L. Berry in Joy Keiko Asamen (ur.) *Children and Television: Images in a Changing Sociocultural World*, 291-294. Newbury Park, London, New Delhi: Sage.

Bisergora (2006) Dostopno na: <http://www.rtv slo.si/bisergora> (10. december 2006).

Blumler, Jay G. In Wolfgang Hoffmann-Reim (2002) New Roles of Public Service Television. V Denis McQuail (ur.) *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*, 201-210. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

Branston, Gill in Roy Stafford (1996) *The Media Student's Book*. London, New York: Routledge.

Browne Graves, Sherryl (1993) Television, the Portrayal of African Americans, and the Development of Children's Attitudes. V Gordon L. Berry in Joy Keiko Asamen (ur.) *Children and Television: Images in a Changing Sociocultural World*, 179-189. Newbury Park, London, New Delhi: Sage.

Buckingham, David in Margaret Scanlon (2001) Parental pedagogies: an analysis of British 'edutainment' magazines for young children. *Journal of Early Childhood Literacy* 1(3), 281-299.

Buckingham, David (2000) *The Making of Citizens: Young People, News and Politics*. London, New York: Routledge.

Buckingham, David (2003) *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge, Oxford, Malden: Polity.

Carlsson, Ulla (1999) Foreword. V Cecilia von Feilitzen in Ulla Carlsson (ur.) *Children and Media: Image, Education, Participation*, 9-11. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom.

Chen, Milton (1995) Šest mitov o televiziji in otrocih. V Manca Košir (ur.) *Otrok in mediji: Informacije ZPMS 3/95*, 59-64. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.

Cottle, Simon (2003) Media Organisation and Production: Mapping the Field. V Simon Cottle (ur.) *Media Organisation and Production*, 3-24. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

Council of the European Union (1999) Recommendation on the Protection of Minors and Human Dignity in Audiovisual and Information Services. V Cecilia von Feilitzen in Ulla Carlsson, (ur.) *Children and Media: Image, Education, Participation*, 419-420. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom.

Creswell, John W. (1998) *Qualitative Inquiry and Research Design. Choosing Among Five traditions*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.

Dijk, Teun van (1995) The Mas Media Today: Discourses of Domination or Diversity. *Javnost/The Public* 2(2), 27-45.

Doubleday, Catherine N. In Kristin Droege (1993) Cognitive Developmental Influences on Children's Understanding of Television. V Gordon L. Berry in Joy Keiko Asamen (ur.) *Children and Television: Images in a Changing Sociocultural World*, 23-37. Newbury Park, London, New Delhi: Sage.

Elektronsko dopisovanje z Ireno Struna Arko (urednico oddaj *Popotna torba* in *Zgodbe iz školjke* na Otroškem in mladinskem programu Televizije Slovenija), Petrom Povhom (urednikom oddaje *Jasno in glasno* na Otroškem in mladinskem programu Televizije Slovenija) in Suzano Prosenc (odgovorno za informacije o prodaji pravic predvajanja oddaj Otroškega in mladinskega programa Televizije Slovenija)

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

Erjavec, Karmen in Zala Volčič (2000a) Media Education: A Need for Curriculum Development of the Course. V Karmen Erjavec in Liana Kalčina (ur.) *Media Education = Vzgoja za medije = Medijski odgoj = Medijsko obrazovanje = Mediumska edukacija*, 7-14. Ljubljana: Informacijsko dokumentacijski center Sveta Evrope pri Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani in Open Society Institute Slovenia.

Erjavec, Karmen in Zala Volčič (2000b) »Who wants to be a Media Literate?«: Defining the Notion of Media literacy and Applying it to the Public. V: Karmen Erjavec in Liana Kalčina (ur.) *Media Education = Vzgoja za medije = Medijski odgoj = Mediumska edukacija*, str. 47-66. Ljubljana: Open Society Institute Slovenia in Informacijsko dokumentacijski center Sveta Evrope pri Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani.

Erjavec, Karmen (1999a) Otrokovo razumevanje televizije. V Karmen Erjavec in Zala Volčič (ur.) *Research on Media Education = Zbornik raziskav o medijskih vplivih na otroke*, 16-19. Ljubljana: Zavod za odprto družbo in Fakulteta za družbene vede.

Erjavec, Karmen (1999b) Stereotipiziranje družbenih vlog. V Karmen Erjavec in Zala Volčič (ur.) *Research on Media Education = Zbornik raziskav o medijskih vplivih na otroke*, 20-34. Ljubljana: Zavod za odprto družbo in Fakulteta za družbene vede.

Erjavec, Karmen (1999c) Vpliv televizije na agresivno obnašanje. V Karmen Erjavec in Zala Volčič (ur.) *Research on Media Education = Zbornik raziskav o medijskih vplivih na otroke*, 35-47. Ljubljana: Zavod za odprto družbo in Fakulteta za družbene vede.

Erjavec, Karmen (1999d) Ali televizijsko oglaševanje vpliva na otroke? V Karmen Erjavec in Zala Volčič (ur.) *Research on Media Education = Zbornik raziskav o medijskih vplivih na otroke*, 48-58. Ljubljana: Zavod za odprto družbo in Fakulteta za družbene vede.

Erjavec, Karmen (1999e) Televizija – otrokov učitelj? V Karmen Erjavec in Zala Volčič (ur.) *Research on Media Education = Zbornik raziskav o medijskih vplivih na otroke*, 59-69. Ljubljana: Zavod za odprto družbo in Fakulteta za družbene vede.

European Broadcasting Union (1999) The European Broadcasting Union's Guidelines for Programmes When Dealing with the Portrayal of Violence. V Cecilia von Feilitzen in Ulla Carlsson (ur.) *Children and Media: Image, Education, Participation*, 403-406. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom.

European Union (1999) Directive »Television Without Frontiers«. V Cecilia von Feilitzen in Ulla Carlsson, (ur.) *Children and Media: Image, Education, Participation*, 401-402. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom.

Feilitzen, Cecilia von (1999) Media Education, Children's Participation and Democracy. V Cecilia von Feilitzen in Ulla Carlsson (ur.) *Children and Media: Image, Education, Participation*, 15-29. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom.

Fekonja, Urška (2004) Razvoj otroške igre. V Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič (ur.) *Razvojna psihologija*, 382-393. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.

Fekonja, Urška in Tina Kavčič (2004) Čustveni razvoj v srednjem in poznem otroštvu. V Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič (ur.) *Razvojna psihologija*, 428-439. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.

Fitch, Marguerite, Aletha C. Houston in John C. Wright (1993) From Television Forms to Genre Schemata: Children's Perceptions of Television Reality. V Gordon L. Berry in Joy Keiko Asamen (ur.) *Children and Television: Images in a Changing Sociocultural World*, 38-52. Newbury Park, London, New Delhi: Sage.

Fontana, Andrea in James H. Frey (2005) *The Interview: From Neutral Stance to Political Involvement*. V: Norman K. Denzin in Yvonna S. Lincoln (ur.) *The Sage Handbook of Qualitative Analysis, 3rd Ed.*, 695-727. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.

Generalna skupščina Združenih narodov (1999) *Konvencija Združenih narodov o otrokovih pravicah*. V Liana Kalčina (ur.) *Otrokove pravice v Evropi*, 29-51. Ljubljana: Informacijsko dokumentacijski center Sveta Evrope pri Narodni in univerzitetni knjižnici in Zveza prijateljev mladine Slovenije.

Hobbs, Renee (1995) *Učenje medijske pismenosti: Hej! Ti je tole kaj poznano?* V Manca Košir (ur.) *Otrok in mediji: Informacije ZPMS 3/95*, 18-24. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.

Home, Anna (1999) *The Children's Television Charter*. V Cecilia von Feilitzen in Ulla Carlsson (ur.) *Children and Media: Image, Education, Participation*, 409. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom.

International Federation of Journalists (1999) *Child Rights and the Media: Guidelines for Journalists*. V Cecilia von Feilitzen in Ulla Carlsson (ur.) *Children and Media: Image, Education, Participation*, 416-417. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom.

Iz popotne torbe (2006) Dostopno na: <http://www.rtv slo.si/popotnatorba> (10. december 2006).

Jasno in glasno (2006) Dostopno na: <http://www.rtv slo.si/jasnoinglasno> (12. november 2006).

Kač, Marija (2006a) *Delež Otroškega in mladinskega programa predvajanega na TV Slovenija*. Programski kontroling RTV Slovenija – Evidenca predvajanega TV programa: neobjavljeno gradivo.

Kač, Marija (2006b) *Povprečna gledanost premiernih oddaj druge proizvodnje predvajanih iz Otroškega in mladinskega programa v letu 2005*. Programski kontroling RTV Slovenija – Evidenca predvajanega TV programa: neobjavljeno gradivo.

Kač, Marija (2006c) *Povprečna gledanost premiernih oddaj lastne proizvodnje predvajanih iz Otroškega in mladinskega programa v letu 2005*. Programski kontroling RTV Slovenija – Evidenca predvajanega TV programa: neobjavljeno gradivo.

Kavčič, Tina in Urška Fekonja (2004) *Čustveni razvoj v zgodnjem otroštvu*. V Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič (ur.) *Razvojna psihologija*, 334-349. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.

Kezar, Adriana (2003) Transformational Elite Interviews: Principles and Problems. *Qualitative Inquiry* 9 (3), 395-415.

Kocijančič, Janez (2000) *Poklicna merila in načela etike v programih RTV Slovenija*. Dostopno na: http://www.rtvlo.si/modload.php?&c_mod=static&c_menu=1048035122#13 (20. december 2006).

Košir, Manca (1999) Why Educate for Media? V Karmen Erjavec in Zala Volčič (ur.) *Research on Media Education = Zbornik raziskav o medijskih vplivih na otroke*, 125-131. Ljubljana: Zavod za odprto družbo in Fakulteta za družbene vede.

Kunkel, Dale (1993) Policy and the Future of Children's Television. V Gordon L. Berry in Joy Keiko Asamen (ur.) *Children and Television: Images in a Changing Sociocultural World*, 273-290. Newbury Park, London, New Delhi: Sage.

Lesser, Gerald S. (1996) *Programmes for Young Children*. Val David: EBU Workshop.

Los Angeles Butista, Feny de (1999) The Media and Our Children. V Cecilia von Feilitzen in Ulla Carlsson (ur.) *Children and Media: Image, Education, Participation*, 267-276. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom.

Luthar, Breda (1995) Ponudba identitet na TV. V Manca Košir (ur.) *Otrok in mediji: Informacije ZPMS 3/95*, 27-36. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.

Marjanovič Umek, Ljubica in Maja Zupančič (2004) Teorije psihičnega razvoja. V Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič (ur.) *Razvojna psihologija*, 28-63. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.

Marjanovič Umek, Ljubica in Matija Svetina (2004) Spoznavni in govorni razvoj v srednjem in poznem otroštvu. V Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič (ur.) *Razvojna psihologija*, 408-427. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.

Marjanovič Umek (2004a) Spoznavni razvoj v zgodnjem otroštvu. V Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič (ur.) *Razvojna psihologija*, 291-314. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.

Marjanovič Umek (2004b) Socialni in moralni razvoj v zgodnjem otroštvu. V Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič (ur.) *Razvojna psihologija*, 363-381. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.

Marolt Meden, Biserka (1995) Množična občila in otroci. V Marija Stroj in (ur.) *Položaj otroka v Sloveniji danes*, 76-85. Ljubljana: Slovenski odbor za UNICEF.

Matthews, Julian (2003) Cultures of Production: Making Children's News. V Simon Cottle (ur.) *Media Organisation and Production*, 131-145. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

McQuail, Dennis (2005) *McQuail's Mass Communication Theory, 5th Ed.* London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

Mead, Francis (1999) The Convention Goes Live: UNICEF's International Children's Day of Broadcasting and Voices of Youth. V Cecilia von Feilitzen in Ulla Carlsson (ur.) *Children and Media: Image, Education, Participation*, 277-286. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom.

Milosavljevič, Marko (2005) Prihodnost javne radiotelevizije – RTV Slovenija. V Slavko Splichal in Ivan Hvala (ur.) *Za javno Radiotelevizijo Slovenije*, 108-113. Ljubljana: Društvo občanski forum.

Murray, John P. (1993) The Developing Child in a Multimedia Society. V Gordon L. Berry in Joy Keiko Asamen (ur.) *Children and Television: Images in a Changing Sociocultural World*, 9-22. Newbury Park, London, New Delhi: Sage.

Odbor ministrov Sveta Evrope (1999a) Priporočilo št. R (84) 3 o načelih televizijskega oglaševanja. V Liana Kalčina ur. (1999) *Otrokove pravice v Evropi*, 305-307. Ljubljana: Informacijsko dokumentacijski center Sveta Evrope pri Narodni in univerzitetni knjižnici in Zveza prijateljev mladine Slovenije.

Odbor ministrov Sveta Evrope (1999b) Priporočilo št. R (89) 7 o načelih glede razširjanja videogramov z nasilno, brutalno ali pornografsko vsebino. V Liana Kalčina ur. (1999) *Otrokove pravice v Evropi*, 313-317. Ljubljana: Informacijsko dokumentacijski center Sveta Evrope pri Narodni in univerzitetni knjižnici in Zveza prijateljev mladine Slovenije.

Odbor ministrov Sveta Evrope (1999c) Priporočilo št. R (98) 8 o sodelovanju otrok v družinskem in družbenem življenju. V Liana Kalčina ur. (1999) *Otrokove pravice v Evropi*, 125-130. Ljubljana: Informacijsko dokumentacijski center Sveta Evrope pri Narodni in univerzitetni knjižnici in Zveza prijateljev mladine Slovenije.

Oddaje (2006) Dostopno na http://www.rtv slo.si/modload.php?&c_mod=rtvod daje (12. december 2006).

Otroški infokanal (2006) Dostopno na: http://www.rtv slo.si/modload.php?&c_mod=rtvod daje&op=web&func=read&c_id=24659 (27. november 2006)

Parlamentarna skupščina Sveta Evrope (1999a) Priporočilo št. 1286 (1996) o evropski strategiji za otroke. V Liana Kalčina (ur.) *Otrokove pravice v Evropi*, 15-19. Ljubljana: Informacijsko dokumentacijski center Sveta Evrope pri Narodni in univerzitetni knjižnici in Zveza prijateljev mladine Slovenije.

Parlamentarna skupščina Sveta Evrope (1999b) Priporočilo št. 963 (1983) o kulturnih in vzgojnih sredstvih za zmanjšanje nasilja. V Liana Kalčina (ur.) *Otrokove pravice v Evropi*, 293-299. Ljubljana: Informacijsko dokumentacijski center Sveta Evrope pri Narodni in univerzitetni knjižnici in Zveza prijateljev mladine Slovenije.

Parliamentary assembly of Council of Europe (2000) Recommendation 1215 (1993) On the ethics of journalism. V Karmen Erjavec in Liana Kalčina, (ur.) *Media Education = Vzgoja za medije = Medijski odgoj = Medijsko obrazovanje = Mediumska edukacija*, 161-162. Ljubljana: Informacijsko dokumentacijski center Sveta Evrope pri Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani in Open Society Institute Slovenia.

Peijun, Jia (1999) Children and Television in China. V Cecilia von Feilitzen in Ulla Carlsson (ur.) *Children and Media: Image, Education, Participation*, 299-301. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom.

Poglabljeni intervjuji z uredniki in urednicami oddaj Otroškega in mladinskega programa Televizije Slovenija (potekali med 10. in 22. novembrom 2006).

Poglabljeni intervju z urednikom Otroških in mladinskih programov na Televiziji Slovenija (potekal 16. novembra 2006).

Risanke (2006) Dostopno na: <http://www.rtv slo.si/risanke> (10. december 2006).

Rumphorst, Werner (2001) Public Broadcasting Legislation: Basic Requirements. V Jana Urbas (ur.) *International Workshop »Legislation in the field of Broadcasting – Public Service and Commercial TV and Radio«*, 19-25. Ljubljana: Inštitut za medijsko pravo.

Scannell, Paddy (1992) Public Service Broadcasting and Modern Public Life. V Paddy Scannell, Philip Schlesinger in Colin Sparks (ur.) *Culture and Power*, 317-348. London, Newbury Park, New Delhi: Sage.

Schneider, Cy (1987) *Children's Television: The Art, The Business and How it Works*. Lincolnwood: NTC Business Books.

Sestanek z Milanom Deklevo (urednikom Otroških in mladinskih programov Televizije Slovenija) in Zoranom Leskovškom (producentom Otroških in mladinskih programov Televizije Slovenija) v prostorih RTV Slovenija (potekal 4. decembra 2006).

Signiorelli, Nancy (1993) Television, the Portrayal of of Women, and Children's Attitudes. V Gordon L. Berry in Joy Keiko Asamen (ur.) *Children and Television: Images in a Changing Sociocultural World*, 229-242. Newbury Park, London, New Delhi: Sage.

Služba za odnose z javnostjo RTV Slovenija (2006) *Javni zavod RTV Slovenija: Letno poročilo 2005*. Dostopno na: http://www.letno_porocilo/rtv_lp_low_2005.pdf (10. december 2006).

Splichal, Slavko (1995) Prihodnost javnih medijev v Sloveniji. V Veljko Rus (ur.) *Slovenija po letu 1995: razmišljanja o prihodnosti*, 171-190. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Sporedi TV Slovenija (2006) Dostopno na:
http://www.rtv slo.si/modload.php?&c_mod=rsponsored-v2 (10. december 2006)

Stake, Robert E. (2003) Case Studies. V: Norman K. Denzin in Yvonna S. Lincoln (ur.) *Strategies of Qualitative Inquiry*, 134-164. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

Stipp, Horst (1993) The Challenge to Improve Television for Children. V Gordon L. Berry in Joy Keiko Asamen (ur.) *Children and Television: Images in a Changing Sociocultural World*, 296-302. Newbury Park, London, New Delhi: Sage.

Svet Evrope (1999) Evropska konvencija o uresničevanju otrokovih pravic. V Liana Kalčina (ur.) *Otrokove pravice v Evropi*, 361-371. Ljubljana: Informacijsko dokumentacijski center Sveta Evrope pri Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani in Zveza prijateljev mladine Slovenije.

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

Ule, Mirjana (2000a) Mladi v družbi novih tveganj in negotovosti. V Mirjana Ule (ur.) *Socialna ranljivost mladih*, 15-89. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport, Urad Republike Slovenije za mladino.

Ule, Mirjana (2000b) Social vulnerability of youth. V Mirjana Ule (ur.) *Socialna ranljivost mladih*, 175-189. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport, Urad Republike Slovenije za mladino.

Volčič, Zala (1999a) RTV sistemi. V Karmen Erjavec in Zala Volčič (ur.) *Odraščanje z mediji: rezultati raziskave »Mladi in mediji«*, 35-51. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.

Volčič, Zala (1999b) Vpliv televizije na otroka in razmerje s starši. V Karmen Erjavec in Zala Volčič (ur.) *Research on Media Education = Zbornik raziskav o medijskih vplivih na otroke*, 90-113. Ljubljana: Zavod za odprto družbo in Fakulteta za družbene vede.

Zakon o medijih, objavljen v Ur. L. RS št. 35/2001, 11. maja 2001 Dostopno na:
<http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200135&stevilka=2043> (24. december 2006).

Zakon o Radioteleviziji Slovenija, objavljen v Ur. L. Št. 96/2005, 28. oktobra 2005.
Dostopno na: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200596&stevilka=4191> (24. december 2006).

Zongo, François (1999) Children's Participation in Radio, Burkina Faso. V Cecilia von Feilitzen in Ulla Carlsson (ur.) *Children and Media: Image, Education, Participation*, 345-346. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom.

Zupančič, Maja in Janez Justin (1991) *Otrok, pravila, vrednote*. Radovljica: Didakta.

Zupančič, Maja in Matija Svetina (2004a) Spoznavni razvoj v mladostništvu. V Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič (ur.) *Razvojna psihologija*, 525-545. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.

Zupančič, Maja in Matija Svetina (2004b) Socialni razvoj v mladostništvu. V Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič (ur.) *Razvojna psihologija*, 589-611. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.

Zupančič, Maja (2004a) Predmet in zgodovina razvojne psihologije. V Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič (ur.) *Razvojna psihologija*, 6-27. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.

Zupančič, Maja (2004b) Opredelitev razvojnega obdobja in razvojne naloge v mladostništvu. V Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič (ur.) *Razvojna psihologija*, 511-524. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.