

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Katja Koželj**

**VKLJUČENOST MLADIH V MEDIJE**

**Diplomsko delo**

**Ljubljana, 2006**

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Katja Koželj**

**Mentorica: doc. dr. Karmen Erjavec**

**VKLJUČENOST MLADIH V MEDIJE**

**Diplomsko delo**

**Ljubljana, 2006**

## **Zahvala**

Za vso ljubezen in podporo se zahvaljujem mojemu Mateju, mami, Janji, Nadi in vsem, ki ste na kakršenkoli način obogatili moje življenje.

Hvala mentorici Karmen Erjavec za potrpežljivost in pomoč pri izdelavi diplomskega dela.

In hvala vsem ostalim, ki so mi pomagali na tej poti.

### **Vključenost mladih v medije**

S participacijo v medijih mladi pridobijo samozavest, kritično razumevanje družbe in sveta, postanejo bolj medijsko kompetentni in pismeni, naučijo se razumeti svojo in druge kulture, bolj se povežejo z lokalno skupnostjo. Aktivno sodelovanje v medijih je tudi njihova temeljna pravica, zapisana v Konvenciji o otrokovih pravicah. Koliko so slovenski mediji naklonjeni participaciji mladih? Koliko imajo mladi možnosti aktivno sodelovati in oblikovati medije, namenjene njim? Analizirala sem dve televizijski oddaji (*Jasno in glasno* ter *Tekma*), tri radijske oddaje (*Sence adolescence*, *Gymnasium* in *Knjižnica za mlade*), ter štiri mladinske revije (*Smrklja*, *Cool*, *Frka* in *Delo Maturant&ka*). Ugotovila sem, da je vključenost mladih v tiskanih medijih precej posredna, in sicer mladi sodelujejo predvsem preko pisem bralcev z različnimi predlogi in pri nekaterih revijah z objavo svojih izdelkov (zgodbe, pesmi ipd.). A njihova participacija je razen v mesečniku *Delo Maturant&ka*, kjer mladi s prispevki, fotografijami itd. aktivno sooblikujejo časopis, enkratna. Tudi participacija v televizijskih in radijskih oddajah RTV Slovenija je delna, saj mladi aktivno sooblikujejo le oddaji *Jasno in glasno* ter *Knjižnica za mlade*. V drugih oddajah, tako televizijskih kot radijskih pa mladi sodelujejo kot sogovorci, ki s svojimi mnenji sicer sooblikujejo oddajo, vendar ne sodelujejo pri idejni zasnovi, pripravi, izbiri gostov, vodenju, njihova participacija pa je enkratna.

Ključne besede: *mladostniki, participacija, mediji*

### **Youth participation in media**

From participation in media young people can gain self-confidence, critical understanding of society and the world, they become media competent and literate; they learn to understand their own culture as well as other cultures, and become more involved in the local community. Participation in the media is also their fundamental right, written in the Convention on the Rights of the Child. In my thesis I tried to find answers to the following questions: How open are the Slovene media toward youth participation and to what extent does young people participation's influence the media designed for them? I analyzed two TV shows (*Jasno in glasno* and *Tekma*), three radio shows (*Sence adolescence*, *Gymnasium*, *Knjižnica za mlade*) and four youth magazines (*Smrklja*, *Cool*, *Frka* and *Delo Maturant&ka*). I found out that youth participation in print media is very indirect. Young people participate mostly through readers' letters with suggestions and with their own work (stories, poems, etc.), but their participation is single, except in *Delo Maturant&ka*, where young people actively and regularly create newspaper with their stories, photos etc. Participation is also partial on TV and radio – only shows *Jasno in glasno* and *Knjižnica za mlade* actively involve young people's work. In other shows young people participate as guests. They do, however, participate with their opinions, but they do not create shows or the plan, they do not choose guests, nor they host shows and their participation is only single.

Key words: *youth, participation, media*

## KAZALO

1. Uvod.....	6
2. Metodologija.....	8
3. Značilnosti mladih oz. mladostnikov.....	10
4. Značilnosti medijev.....	15
5. Medijska participacija.....	17
5.1 Pomembnost mladostniške participacije v medijih.....	18
5.2 Mednarodni dokumenti o mladih in medijih.....	19
5.2.1 Konvencija o otrokovih pravicah.....	19
5.2.2 Otroška listina o televiziji.....	20
5.2.3 Azijska deklaracija o otrokovih pravicah in medijih.....	21
5.2.4 Afriška listina o otrocih v elektronskih medijih.....	21
5.2.5 Otroška listina o elektronskih medijih.....	21
5.2.6 Deklaracija azijsko-pacifiškega televizijskega foruma o otrocih in mladostnikih.....	22
5.2.7 Thessaloniška deklaracija: Mediji in otroci: obveza za prihodnost.....	23
5.2.8 Riodejaneirska listina: Mediji od vseh, mediji za vse.....	23
5.2.9 Radijski manifest.....	23
6. Mednarodni dan otrok v medijih – ICDB.....	25
6.1 Primeri uspešne mladostniške participacije v medijih v tujini.....	26
6.1.1 Časopis: <i>Youth Outlook (YO!)</i> v ZDA.....	26
6.1.2 Televizija: <i>Troc</i> v Albaniji.....	27
6.1.3 Radio: Burkina Faso.....	29
6.1.4 Časopis, radio, TV, splet: <i>Children's Express</i> iz VB.....	29
7. Analiza participacije mladih v mladinskih programih RTV Slovenija in mladinskih tiskanih medijih.....	31
7.1 Namen in metode raziskovanja.....	31
7.2 Predmet raziskovanja in raziskovalno vprašanje.....	31
7.3 Rezultati analize.....	33
7.3.1 <i>Smrklja</i> .....	34
7.3.2 <i>Cool</i> .....	35
7.3.3 <i>Frka</i> .....	35
7.3.4 <i>Delo Maturan&amp;ka</i> .....	36
7.3.5 <i>Jasno in glasno</i> .....	37
7.3.6 <i>Tekma</i> .....	38
7.3.7 <i>Senca adolescence</i> .....	39
7.3.8 <i>Gymnasium</i> .....	39
7.3.9 <i>Knjižnica za mlade</i> .....	40
8. Mladostniška participacija v medijih pri nas in v tujini – primerjava.....	41
9. Zaključek.....	44
10. Viri in literatura.....	46

## 1. Uvod

Participacija mladih v medijih je pomembna iz več razlogov: Mladi s participacijo v medijih pridobijo ponos, občutek moči, samozavest, kritično razumevanje medijev, postanejo bolj medijsko kompetentni in pismeni, naučijo se razumeti svojo in druge kulture, bolj si želijo postati del lokalne skupnosti in v njej aktivno sodelovati (Von Feilitzen, Bucht 2001: 73). Poleg tega naj bi postali bolj odgovorni, se naučili časovnega planiranja, dela v skupini in učinkovitega komuniciranja oz. sporočanja svojih idej (Kinkade, Macy 2003: 25). Obenem pa je aktivno sodelovanje v medijih tudi njihova temeljna pravica, zapisana v Konvenciji o otrokovih pravicah (Zajec 2002).

Koliko pa mladi v Sloveniji dejansko sooblikujejo medije, namenjene njim? Koliko je v Sloveniji medijev, ki bi mladim ponudili možnost sodelovanja? Eden izmed takih, ki so po Zakonu o Radioteleviziji Slovenija iz leta 2005 (4. člen) mladostnikom dolžni zagotavljati visoko kakovostno lastno produkcijo, je prav gotovo nacionalni medij (Zakon o Radioteleviziji Slovenija 2005). Koliko pa imajo mladi besede pri tem? Kaj pa tiskani mediji? Koliko možnosti imajo mladi sooblikovati revije in časopise, ki so namenjeni njim in njihovim vrstnikom? Na ta vprašanja bom poskušala odgovoriti v diplomskem delu.

V diplomskem delu sem postavila naslednjo tezo: Mladi v Sloveniji nimajo dovolj možnosti aktivnega sooblikovanja medijev, namenjenih njim.

V analizo sem vključila mladinske medije, in sicer mladinska programa Televizije Slovenija in Radia Slovenija ter mladinske tiskane medije.

Definicij, kaj je mladostnik in kaj je mladost, je veliko. Osredotočila sem se na populacijo srednješolcev (tj. od 15 do 18 let), ki jih Ljubica Marjanovič Umek (Marjanovič Umek, Zupančič 2004) postavlja v obdobje srednjega mladostništva. To obdobje je namreč začetek izrazitega iskanja identitete, ločitve od staršev in družbenih norm, oblikovanja svojega mnenja, odraščanja. Iz obravnave sem izločila študente, ker je njihova participacija drugačna, na drugi ravni. Medtem ko je veliko srednješolčeve pozornosti usmerjene v vsakdanje šolske aktivnosti, lahko študent med letom več časa posveti drugim stvarem, v tem primeru medijem.

Po podatkih Popisa prebivalstva 2002 v Sloveniji mladi od 15 do 19 let predstavljajo 6,6 odstotka\* vsega prebivalstva (Popis prebivalstva 2002). Ker predstavljajo dokaj velik del prebivalstva in naj bi bili enakovredni člani družbe, bi morale biti njihove pravice enako upoštevane kot pravice odraslih. Ker imajo po Konvenciji o otrokovih pravicah (Zajec 2002), ki jo je leta 1989 podpisala, kasneje pa še ratificirala tudi Slovenija, otroci pravico do prostega izražanja mnenj (12. člen), do svobode izražanja (13. člen) ter pravico do informacij in gradiv iz domačih in mednarodnih virov (17. člen), bi morale biti te pravice tudi izpolnjene.

V nalogi bom navedla tudi nekaj primerov dobre prakse mladinske participacije v medijih v tujini in jih v zadnjem delu naloge primerjala s primeri participacije v slovenskih medijih.

---

\* 130.029 mladih

## 2. Metodologija

Diplomsko delo je razdeljeno na tri dele. Prvi del je teoretičen, v drugem je opravljena analiza mladostniške participacije v slovenskih medijih (mladinski program nacionalne televizije in radia ter mladinski tiskani mediji), v zadnjem delu pa je primerjava mladinske participacije v medijih v Sloveniji in v tujini ter predlog izboljšanja participacije pri nas.

V prvem delu sem uporabila deskriptivno analizo obstoječe literature o mladosti, mladinski participaciji in medijih. Za poudarek pomembnosti participacije mladih v medijih sem dodala še najpomembnejše mednarodne dokumente, ki so bili sprejeti na mednarodnih srečanjih, forumih in vrhah od leta 1989 pa do danes.

V drugem delu sem za analizo mladostniške participacije v slovenskih medijih, in sicer mladinskega programa Radia in Televizije Slovenija ter mladinskih tiskanih medijev uporabila metodo, imenovano poglobljeni intervju.

Po Sarantakosu (2005: 282) je poglobljeni intervju nestrukturirana in zelo prilagodljiva raziskovalna metoda. Pri tem načinu pridobivanja informacij vprašanja niso vnaprej pripravljena, temveč nastajajo sproti in ko so potrebna. Ponavadi so takšni intervjuji dolgi in razširjeni na dve ali več srečanj.

*»Poglobljeni intervju vključuje enega ali več ljudi; izvaja se na terenu; je neformalen; ni usmerjen v nobeno določeno smer; izgleda bolj kot prijateljski klepet, le da je več intervjujskih vprašanj; konec intervjuja ni določen – lahko se nadaljuje kdaj drugič; prilagojen je različnim ljudem in situacijam (nima formalne oblike); vprašanja so odprtega tipa; upošteva se socialni kontekst intervjuja, ki je pomemben pri interpretaciji odgovorov.« (Neuman 2003: 390-391)*

Po Sarantakosu (2005: 282) so prednosti poglobljenega intervjuja: vzpostavitev odnosa med intervjuvancem in spraševalcem, zaradi česar se intervjuvanec počuti pomembnega; nestrukturiran proces intervjuja, ki ponuja možnosti dotakniti se tem in področij, ki niso bila načrtovana; fleksibilnost, svoboda temeljitega raziskovanja in evalvacija vedenja med intervjujem; visoka kakovost pridobljenih informacij; zmožnost spraševalca, da kot pomembni orodji v interakciji uporabi poslušanje in empatijo. Slabosti pa so: odvisnost od izkušenj, vrednot/norm in ideologije intervjuvanca; nezmožnost posploševanja ugotovitev; nezmožnost primerjanja z

drugimi primeri, ker se intervju razlikuje od primera do primera; velika poraba časa in sredstev.

Poleg tega sem pri televizijski oddaji *Jasno in glasno* uporabila tudi opazovanje z udeležbo, da bi ugotovila, kolikšna je na uredniških sestankih participacija voditelja, ki je srednješolec (oz. je od oktobra 2006 študent) in kolikšna mladih, ki s svojimi mnenji kot gostje sodelujejo v oddaji. Opazovanje z udeležbo sem uporabila samo pri tej oddaji, ker je edina radijska in televizijska oddaja, kjer srednješolci sodelujejo tudi kot voditelji oz. soustvarjalci oddaje.

*»Opazovanje je ena najstarejših metod družboslovnega raziskovanja. Pri opazovanju gre za zbiranje podatkov preko vida kot glavnega vira. Lahko se uporablja sama kot tehnika zbiranja podatkov ali pa skupaj z drugimi tehnikami, kot so poglobljeni intervju, dokumentarna študija ali študije primera. Kljub temu, da se opazovanje kot raziskovalna metoda uporablja za preučevanje ljudi, se osredotoča tudi na predmete, ki so proizvodi človekovega delovanja ali pa so le deli fizičnega okolja.« (Sarantakos 2005: 220)*

Po Sarantakosu (2005: 220) se pri opazovanju z udeležbo raziskovalec pridruži skupini, ki jo proučuje, in jo opazuje od znotraj. Kot člani neke skupine lahko poleg ostalih stvari preučujejo njihovo strukturo, delovni proces, težave in vedenje – neposredno in tako kot jih doživljajo člani skupine. A raziskovalec nikoli ne sodeluje aktivno v skupini, ki jo proučuje. Opazovanje z udeležbo ni preveč formalno, temveč je sproščeno sodelovanje med obema udeleženenima stranema.

Takšno opazovanje po Sarantakosu (2005: 231) predstavlja proučevanje vsakodnevnih dogodkov in se preučuje v naravnem okolju ter tako ostane naravno in avtentično. Poleg tega pa zahteva osebno zbiranje podatkov, realnost pa je predstavljena v interpretativni obliki. Raziskovalec, ki uporabi to metodo, doživlja realnost skozi interakcijo in komunikacijo med udeleženci.

### 3. Značilnosti mladih oz. mladostnikov

Mladost, mladostništvo in mladi ljudje so kategorije, ki se skozi čas spreminjajo. Tako kot se spreminja svet, družba, življenje samo. Prav tako je pojem mladosti različen v Evropi, Afriki, na Kitajskem in drugod po svetu. Vsaka družba sama definira pojem mladih. Uletova (1996: 10) pravi, da pojma mladost in mladina predstavljata kompleksni družbeni pojmovni, ideološki in simbolni konstrukciji, s katerima skuša družba opredeliti proces prisvajanja in sprejemanja obstoječe kulture in družbe pri novih generacijah, pa tudi člani teh generacij skušajo s temi pojmi razumeti sami sebe in svoj življenjski proces.

Kakšne pa so značilnosti mladih oz. mladosti v evropskih kulturah? V naši družbi je mladost večinoma predstavljena kot prehodno obdobje med otroštvom in odraslostjo (Roche, Tucker 1997: 24).

»Mladostništvo ali s tujko adolescenca je razvojno obdobje med koncem otroštva in začetkom zgodnje odraslosti, torej med približno 11.-12. in 22.-24. letom starosti. To razvojno obdobje se začne s predpuberteto in puberteto, obdobjem pospešenega telesnega razvoja, vključno z razvojem reproduktivne zrelosti, ki sledi intenzivni telesni rasti, in se nadaljuje v zgodnja dvajseta leta.« (Marjanovič Umek, Zupančič 2004: 511)

Zaradi različnih podobdobji lahko mladostništvo razdelimo tudi na (Marjanovič Umek, Zupančič 2004: 512):

- a) zgodnje mladostništvo (do približno 14. leta starosti)
- b) srednje mladostništvo (do približno 17. ali 18. leta)
- c) pozno mladostništvo (do približno 22. ali 24. leta).

V diplomskem delu sem preučevala populacijo mladih od 15. do 18. leta, tj. mladih v obdobju srednjega mladostništva, torej srednješolcev.

V obdobju adolescence se mladostniki spreminjajo, saj to od njih zahtevata tako družba kot njihov razvoj. V tem obdobju prehajajo iz otroštva, ki je obdobje odvisnosti, zaščitnosti in primarne navezanosti na družino, v odraslo obdobje, kjer so pomembne lastnosti samostojnost, neodvisnost, odgovornost zase in za druge ter navezanost na partnerja drugega spola. To obdobje večini ljudi predstavlja obdobje

iskanja samega sebe. Adolescente pa doživljamo kot ljudi, ki imajo probleme s seboj in ki tudi drugim povzročajo občutke zbežanosti in razdraženosti v boju za oblikovanje lastne identitete. (Horvat, Magajna 1987: 233)

Za našo kulturo je značilno, da predstavljajo otroci in odrasli dve različni socialni skupini, med njima pa obstaja obdobje nestabilnega, nihajočega vedenja. Čim večje zahteve po intelektualni, čustveni in socialni zrelosti postavlja družba ter čim višja je njena civilizacijska in tehnološka stopnja, dlje bo trajalo to obdobje. (Horvat, Magajna 1987: 234)

»Mnogi strokovnjaki menijo, da bi bil prehod mnogo bolj kontinuiran, če bi si družba prizadevala, da bi bolj zgodaj in postopoma omogočila otrokom čedalje zrelejše socialne izkušnje. Mladostnikom bi morali omogočiti večje možnosti sodelovanja pri pomembnih odločitvah v družbi, samostojnega odločanja in lastne iniciative ter postopno uvajanje v širše okolje.« (Horvat, Magajna 1987: 234) Sem pa sodi tudi participacija mladih v medijih, predvsem v vsebinah, namenjenih njim.

Proces duševnega dozorevanja pred adolescenta postavlja mnoge razvojne naloge, ki zahtevajo tako telesno kot tudi intelektualno in predvsem čustveno dozorevanje, in sicer (Horvat, Magajna 1987: 234-237):

1. ustvariti nove in zrelejše odnose z vrstniki obeh spolov,
2. oblikovati svojo spolno vlogo in spolno identiteto,
3. sprejemanje lastnega telesa in učinkovito uporabljanje svojega telesa,
4. oblikovanje čustvene neodvisnosti od staršev in drugih odraslih,
5. pripravlanje na zakon in družinsko življenje,
6. oblikovanje odnosa do dela in priprava na poklicno udejstvovanje,
7. oblikovanje lastnega vrednostnega sistema vrednot in etičnih načel,
8. želja in sposobnost opravljati družbeno odgovorne dejavnosti in doseganje družbeno odgovornega obnašanja.

Adolescenca je tudi obdobje, ko mladostnik preide z ravni konkretnologičnih operacij na višjo raven formalnologičnih operacij. Osebe, ki mislijo na formalnologični ravni, lahko postavljajo domneve, deducirajo posledice in te dedukcije uporabljajo za preverjanje domnev. Take osebe so tudi nagnjene k temu, da izhajajo iz »mogočega« in ne več samo realnega. Vedno postavijo vse možne

rešitve v obzir in se ne omejuje samo na tisto, ki se zdi v realnosti najbolj verjetna. Za razliko od otroka adolescent že konstruira različne teorije, ki so najpogosteje kratkotrajne, nespretne in predvsem neizvirne. Ti sistemi omogočajo mladostniku intelektualno in moralno vklapljanje v svet odraslih in mladostnik jih nujno potrebuje, da lahko osvoji ideologijo družbe in razvije svojo družbeno identiteto. (Horvat, Magajna 1987: 241-243)

Obdobje mladostništva je tudi obdobje osamosvajanja, neodvisnosti od staršev, kar se kaže v vedno pomembnejši vlogi vrstnikov, ki začnejo zadovoljevati vrsto potreb, za katere je v prejšnjih obdobjih skrbela pretežno družina. Z osamosvajanjem od družine začne mladostnik odklanjati dotlej sprejete vrednote in načine obnašanja ter iskati lastno identiteto, vrstniki pa mu pri tem nudijo potrebno oporo, stališča in načela, postanejo vir novih motivov in interesov, pomenijo pa tudi pomoč pri skupnem osamosvajanju. Mladostnik poskuša svojo pripadnost skupini vrstnikov izraziti s podrejanjem stališčem, normam in načinom vedenja, ki veljajo v določeni skupini. Življenje med vrstniki mladostniku nudi tudi velike možnosti za socialno učenje, pridobivanje novih spretnosti in veščin, ki jih odrasla oseba potrebuje pri premagovanju življenjskih težav (sodelovanja, tekmovanja, izražanja čustev in reševanja konfliktov, vživljanja, podrejanja in vodenja, prenašanja neuspehov). V zgodnjem adolescentnem obdobju potrebujejo fantje za oblikovanje zdrave spolne identitete skupino približno enako starih fantov, med katerimi vladajo dokaj površne čustvene vezi (ne globlja prijateljstva), dekleta pa potrebujejo predvsem izkušnjo zaupnega in tesnega prijateljstva z drugim dekletom. (Horvat, Magajna 1987: 245)

Osamosvajanje mladostnika pa v družini velikokrat sproži nemalo konfliktov in trenj. Mladostnik namreč prehaja od položaja odvisne osebe v položaj neodvisne in samostojne osebe, ki sama odgovarja za svoja dejanja, se samostojno odloča, se zanaša predvsem nase in je sposobna skrbeti tudi za druge. V tem obdobju mladostnik pogosto niha med željo po varnosti, ki jo doseže tako, da se podreja družinskemu okolju, in neodvisnostjo, ki lahko pomeni tudi nekaj neznanega, ogrožajočega. Mladostnikovo prizadevanje za samostojnost ima pogosto obliko upora in kljubovanja. Še posebej so občutljivi za neskladnosti med tem, kaj kdo

izjavlja, in njegovim dejanskim vedenjem. Mladostnik v družino prinese nove vrednote, vrednote svoje generacije in jih je pogosto pripravljen odločno zagovarjati. Tako prihaja na vseh področjih neprestano do burnih nasprotovanj in konfliktov. (Horvat, Magajna 1987: 246-247)

Pri pojmu mladosti/mladine lahko razlikujemo več dimenzij, ki se medsebojno prepletajo (Ule 1996: 10):

- a) fazo v življenjskem poteku posameznika ali posameznice,
- b) socialno skupino, ki jo označujejo določene oblike vedenja (v vsakdanjem življenju, kulturi, politiki itd.),
- c) nepopolni socialni status («neodraslost»),
- d) starostno kohorto ali zgodovinsko strukturirano generacijsko enoto,
- e) idealni vrednotni pojem; npr. mladostnost v smislu vitalnosti, duševne svežine in živahnosti.

Mladost je torej prostor mnogih nasprotij ter silovite želje po njihovem uravnovešenju ali preseganju. Danes pa jo še bolj določa njena izrazita prehodnost in vmesnost. Mladost je prehod, t. i. tranzicija. Je biografski prehod iz otroštva k odraslosti, ki pa povzema več drugih pomembnih prehodov (Ule, Miheljsek 1995: 16):

- prehod od fluidne in disperzne zavesti posameznika o sebi k zgrajeni podobi o sebi in o svojem mestu v družbi (identiteta),
- prehod od razmeroma omejenega spektra socialnih vlog otroka in mladostnika h kompleksnim in celostnim socialnim vlogam odraslega človeka,
- prehod od šolskih dejavnosti in pretežno porabniško in pristočasno usmerjenih dejavnosti k svetu dela in zaposlitve,
- prehod od ekonomske odvisnosti od drugih k ekonomski neodvisnosti in samoodgovornosti,
- prehod od pretežnega sprejemanja znanja in informacij k njihovi uporabi,
- prehod od pravno in politično nekompetentne osebe k politični polnoletnosti in pravno odgovorni osebi.

Mejo med mladostništvom in odraslostjo je težko določiti, saj jo mladi tudi različno dosegajo oz. presegajo. V sodobnih družbah za to določitev uporabljamo enega ali več izmed naslednjih meril (Marjanovič Umek, Zupančič 2004: 511):

- a) pravno legalno (v Sloveniji 18 let);
- b) sociološko (zaključek obdobja, v katerem ima posameznik neopredeljeno socialno vlogo);
- c) ekonomsko (ekonomska neodvisnost od primarne družine);
- d) psihološko (razrešitev razvojnih nalog mladostništva, doseganje relativne spoznavne, čustvene, socialne in moralne zrelosti).

*»Pomembna komponenta statusnega premika od otroštva in mladosti v odraslost je tudi socialna promocija. Od mladega človeka se pričakuje, da bo vsaj dosegel, če ne presegele, socialni status, kakršnega so dosegli njegovi starši. To pričakovanje ima praviloma močan vpliv na življenje mladih ljudi. Deluje lahko kot pomembna spodbuda, motivacija za premagovanje težav in ovir ali kot obremenitev, frustracija.«*  
(Ule, Mihelj 1995: 16)

Med družbami in posameznimi družbenimi skupinami znotraj neke družbe pa se merila opredelitve odrasle vloge razlikujejo. Ta merila navadno vključujejo vsaj enega izmed naštetih normativnih dogodkov: zaključek izobraževanja, vstop na delovno mesto, vodenje neodvisnega »gospodinjstva«, oblikovanje razmeroma stabilne partnerske zveze ali zakona in starševstvo. Za odrasle lastnosti pa se navajajo še sprejemanje odgovornosti za posledice lastnih dejanj, samostojno odločanje glede osebnih zadev, prepričanost in vrednot, vzpostavljanje egalitarnega odnosa s starši, doseganje ekonomske neodvisnosti od staršev in življenje v »lastnem gospodinjstvu«. (Marjanovič Umek, Zupančič 2004: 512, 513)

#### 4. Značilnosti medijev

V Zakonu o medijih iz leta 2001 je v 2. členu zapisana sledeča definicija medijev (Zakon o medijih 2001):

1. Mediji po tem zakonu so časopisi in revije, radijski in televizijski programi, elektronske publikacije, teletekst ter druge oblike dnevnega ali periodičnega objavljanja uredniško oblikovanih programskih vsebin s prenosom zapisa, glasu, zvoka ali slike, na način, ki je dostopen javnosti.
2. Programske vsebine po tem zakonu so informacije vseh vrst (vesti, mnenja, obvestila, sporočila ter druge informacije) in avtorska dela, ki se razširjajo prek medijev z namenom obveščanja, zadovoljevanja kulturnih, izobraževalnih in drugih potreb javnosti ter množičnega komuniciranja.
3. Mediji niso bilteni, katalogi ali drugi nosilci objavljanja informacij, ki so namenjeni izključno oglaševanju, poslovnemu komuniciranju, izobraževalnemu procesu ali notranjemu delu gospodarskih družb, zavodov in ustanov, društev, političnih strank, cerkvenih in drugih organizacij, šolska glasila, Uradni list Republike Slovenije, uradna glasila lokalnih skupnosti in druge uradne objave, plakati, letaki, prospekti in transparenti, ter video strani brez žive slike (neplačana obvestila), razen če je s tem zakonom določeno drugače.

Če smo najprej navedli zakonsko definicijo množičnih medijev, pa navedimo zdaj še znanstveno.

»Množični mediji so sredstva (posredniki, kanali), ki kvantitativno omogočajo povečanje obsega produkcije (običajno posredovanja, razširjanja) sporočil, torej razširjajo krog sočasno komunicirajočih s premagovanjem časovne in prostorske distance med ljudmi.« (Splichal v Košir 1988: 14)

Najprej pogledjmo, kaj so funkcije tradicionalnih medijev. Erjavčeva in Volčičeva (1999: 10) navajata štiri osnovne: a) informacijska (omogoča seznanjanje občinstva z dogodki), b) interpretacijska (omogoča občinstvu, da si oblikuje mnenje), c) socializacijska/izobraževalna (omogoča prenos znanja z ene generacije na drugo) in d) zabavna (omogoča razvedrilo in sprostitev občinstva).

Splichal (1981: 122) pa navaja, da so funkcije medijev tudi a) podeljevanje statusa javnim pojavom, osebam, organizacijam in družbenim gibanjem; b) izpostavljanje dokaj znane deviacije javnemu pogledu in po pravilu ta izpostavitve vsiljuje določeno stopnjo javne akcije proti tistemu, kar se zasebno tolerira, s čimer ponovno uveljavljajo (sicer že obstoječe) družbene norme; c) izpostavljenost poplavi informacij lahko bolj uspava kot pa aktivira povprečnega bralca ali poslušalca.

Večina današnjih medijev si želi doseči čim večje število uporabnikov. Želijo komunicirati čim bolj množično. Kakšno komuniciranje pa je to? Množično komuniciranje je (Erjavec, Volčič 1999: 9, 10):

- a) namenjeno razmeroma velikemu (komunikator ni zmožen s člani občinstva vzpostaviti osebnega stika), heterogenemu (novice so namenjene posameznikom različnih družbenih slojev, let, spolov, izobrazbe, geografskega področja ipd.) in anonimnemu (komunikator ne pozna posameznikov iz občinstva) občinstvu;
- b) javno: sporočila niso naslovljena na točno določeno osebo;
- c) hitro: sporočila skušajo doseči veliko občinstvo v razmeroma kratkem času ali celo v istem trenutku;
- d) minljivo: vsebina je oblikovana tako, da se lahko takoj uporabi, ne pa, da se shrani na trajni zapis (izjeme so filmske knjižnice, radijski in video trakovi);
- e) organizirano: komunikator dela v kompleksni organizaciji, ki zaposluje veliko delovne sile in ima velike stroške.

Splichal (1981: 24) pravi, da je množično komuniciranje posebna, od preteklih razlikujoča se razvojna stopnja komuniciranja, ki je določena s celoto produkcijskih odnosov v konkretnem zgodovinskem družbenem okolju. Razvije se na tisti stopnji razvoja produktivnih sil, ki omogoča množično produkcijo za svetovni trg.

## 5. Medijska participacija

Najprej opredelimo, kaj je medijska participacija.

*»Participacija v polnem pomenu besede pomeni vsak način izražanja. V komunikaciji poslušanje in govorjenje tvorita celoto prav tako kot branje in pisanje. Znotraj katere koli skupnosti (družina, šola, vas, soseska) je tudi zavedanje potreb in mnenj drugih znotraj skupine pomemben kazalec participacije. Mediji (tiskani, TV, radio, splet) predstavljajo osnovni portal za mlade, kjer lahko popolnoma sodelujejo v lokalnem okolju. So forum za izmenjavo mnenj in vključevanje cele vrste glasov, ki se lahko združijo in delajo z namenom za večjo toleranco in odprtost družbe. S participacijo v obliki svobode do izražanja in dostopa do medijev bodo prihajajoče generacije lahko zgradile koncepte državljanstva in odgovornosti.« (McNeill v Von Feilitzen, Carlsson 1999: 353)*

Participacija mladih ne pomeni, da mora biti vse, kar mladi rečejo, nekritično in brezpogojno sprejeto ali da lahko delajo, kar želijo. Čeprav je poudarek na avtonomiji mladih, naj bi ti večkrat sodelovali z odraslimi. Predvsem je pri tem pomemben dialog med mladimi in odraslimi, izmenjava mnenj, izražanje potreb, da lahko mladi nato sprejmejo odgovornosti, postanejo aktivni, tolerantni in demokratično delujoči. Mladim je treba prisluhniti in jim dati priložnost, da razumejo nekatere odločitve in poti odraslih, nikakor pa ni prav, ignorirati jih. O koristni participaciji govorimo takrat, ko odrasli razvijajo neke rešitve skupaj z mladimi in se pri tem ne pretvarjajo, da poznajo vse odgovore. (The Participation Rights of Adolescents 2001: 13)

Participacija ima različne pomene. Naštejmo jih nekaj (The Participation Rights of Adolescents 2001: 11):

- iskanje informacij, oblikovanje mnenj in izražanje idej;
- sodelovanje pri aktivnostih in procesih;
- igranje različnih vlog, vključno s poslušanjem, razmišljanjem, raziskovanjem, govorjenjem;
- biti obveščen in vprašan za nasvet o odločitvah;
- predlaganje idej, procesov, načrtov, projektov;
- analiziranje situacije in sprejemanje odločitev;

- spoštovanje drugih in dostojanstveno ravnanje z drugimi.

### **5.1 Pomembnost mladostniške participacije v medijih**

Participacija mladih v medijih je pomembna, in sicer iz več razlogov (Von Feilitzen, Bucht 2001: 73):

1. Mladi preko medijske participacije pridobijo moč, ponos in samozavest, ker imajo občutek, da je njihovim glasovom vredno prisluhniti, da pripadajo svoji skupnosti ter da so si pridobili razumevanje drugih in svoje kulture.
2. Mladi svoja mnenja izražajo eksplicitno in ta kažejo na to, da si mladi v medijih želijo videti svoje sanje in lokalno, družbeno, etnično kulturo ter svojo realnost.
3. Ojača njihovo radovednost in kritično razumevanje medijev ter medijsko kompetentnost.
4. Participacija v avdio-vizualnih medijih se je izkazala za posebej primerno za otroke, ki se v tradicionalnem šolskem sistemu, ki temelji na pisanju, ne znajdejo najbolje. Zato medijska produkcija že sama po sebi prinaša večjo družbeno pravičnost.
5. Je most med uporabo medijev in participacijo mladih v lokalni skupnosti. Medijska participacija zanje pomeni nekaj resničnega, nenarekovanega in nenadzorovanega s strani odraslih, zato je pripeljala do znanja in zanimanja za lokalno skupnost in navdušila za kolektivno delovanje. Tako so mladi lahko uporabili medije za izboljšanje obstoječe situacije v njihovi skupnosti, odprle pa so se tudi možnosti ustrežnejše predstavitve otrok v medijih in povečane demokratičnosti.

Povečana participacija otrok v medijih bi pomenila tudi povečano medijsko pismenost. Poleg tega bi delovala proti napačnemu predstavljanju otrok v medijskih vsebinah in bi pomenila začetek pozitivne spirale. Nezadovoljive medijske podobe otrok bi lahko bile izboljšane z razumevanjem pravice otrok do svobode izražanja mnenj in njihove pravice do participacije v medijih in družbi. Poleg tega primeri iz prakse kažejo, da uspešnost medijskega projekta pomeni, da odrasli ne le poslušajo

otroke in mladostnike, temveč z njimi sodelujejo kot enakopravni/enakovredni partnerji. (Von Feilitzen, Bucht 2001: 73)

Stranski učinki participacije mladih v medijih so pridobivanje dragocenih veščin, kot so kritično mišljenje, samozavest, odgovornost, časovno planiranje, sposobnost dela v skupini, učinkovito komuniciranje oz. sporočanje svojih idej. (Kinkade, Macy 2003: 25)

## **5.2 Mednarodni dokumenti o mladih in medijih**

Da je participacija mladih v medijih pomembna, dokazujejo tudi številni dokumenti, sprejeti na raznih konferencah, srečanjih, vrhovih ipd., posvečenih mladim v medijih. V nadaljevanju so predstavljeni dokumenti, s katerimi so se mnoge države zavezale, da bodo otrokom omogočile aktivno sodelovanje v medijih, in ki so osnova za nadaljnje delo z mladimi v medijih.

### **5.2.1 Konvencija o otrokovih pravicah**

Eden najpomembnejših dokumentov, ki določajo pravico mladih do participacije, je Konvencija o otrokovih pravicah (KOP) (Zajec 2002: 12), ki so jo leta 1989 sprejele vse države sveta (razen Somalije in ZDA). Države so se s podpisom KOP zavezale, da bodo otrokom omogočale prosto izražanje mnenj o vsem, kar je v zvezi z otroki, o tehtnosti izraženih mnenj pa naj bi se presojalo v skladu z otrokovo starostjo in zrelostjo (12. člen). Otrokom daje KOP tudi pravico do svobode izražanja, ki obsega prosto iskanje, sprejemanje in širjenje vsakovrstnih informacij in idej, pri čemer morajo spoštovati pravice in ugled drugih ter varovati državno varnost, javni red, javno zdravje in moralo (13. člen). V 17. členu KOP so države priznale pomembno vlogo množičnih medijev in se zavezale, da bodo otrokom zagotavljale dostop do informacij in gradiv iz domačih in mednarodnih virov. Zato naj bi države spodbujale javna glasila k širjenju informacij in gradiv, ki so družbeno in kulturno koristne za otroke; spodbujale mednarodno sodelovanje pri ustvarjanju, izmenjavi in širjenju takšnih informacij in gradiv iz najrazličnejših domačih in mednarodnih kulturnih virov; spodbujale ustvarjanje in razširjanje otroških knjig; spodbujale javna glasila, da bodo posvečala posebno skrb jezikovnim potrebam

otrok, ki so pripadniki manjšinske skupine ali staroselci (indigenous) ter spodbujale razvoj ustreznih smernic za zavarovanje otroka pred informacijami in gradivi, ki škodijo njegovi blaginji.

Na temo otrok in medijev so bili od leta 1995 organizirani štirje Svetovni vrhi (World Summits), kjer je bilo sprejetih več dokumentov, v katerih so se predstavniki vlad, vladnih in nevladnih organizacij, medijev, elektronskih medijev, producenti in drugi profesionalci ter voditelji skupnosti zavezali, da bodo spodbujali in podpirali participacijo mladih v medijih. Ti vrhi so organizirani vsaka tri leta, vmes pa potekajo razne regionalne konference. Prvi vrh je bil leta 1995 v Avstraliji, drugi v Angliji (1998), tretji v Grčiji (2001), četrti v Braziliji (2004), leta 2007 pa bo v Južni Afriki organiziran peti.

### **5.2.2 Otroška listina o televiziji**

Na prvem svetovnem vrhu leta 1995 v Avstraliji je bil predstavljen dokument, ki pomeni osnovo za nadaljnje delovanje mnogih konferenc in vrhov na to temo, in sicer Otroška listina o televiziji, ki je bila nekaj mesecev kasneje sprejeta v Münchnu (Von Feilitzen, Carlsson 1999: 409):

1. Otrokom bi morali zagotoviti programe visoke kakovosti, narejene posebej zanje. Ti programi naj bi poleg zabave mladim omogočali, da se razvijejo do svojih najvišjih potencialov v fizičnem, mentalnem (psihičnem) in socialnem smislu.
2. Otroci bi morali preko televizijskih programov, ki potrjujejo njihovo razumevanje sebe, skupnosti in prostora, slišati, videti in izraziti svojo kulturo, jezik in življenjske izkušnje.
3. Otroški programi bi morali širiti zavedanje in spoštovanje drugih kultur vzporedno z otrokovim lastnim kulturnim ozadjem.
4. Otroški programi bi morali biti raznovrstni tako glede žanrov kot vsebine, ampak ne bi smeli vsebovati neupravičenih scen nasilja in spolnosti.
5. Otroški programi bi morali biti na sporedu takrat, kadar jih otroci lahko spremljajo in/ali razposlani po drugih lahko dostopnih medijih ali tehnologiji.

6. Na voljo morajo biti zadostna sredstva, ki omogočajo najvišjo kakovost teh programov.
7. Vlade in organizacije za produkcijo, distribucijo in financiranje bi morale prepoznati pomembnost domačega televizijskega programa za otroke in narediti korake naprej k podpori in zaščiti le-tega.

### **5.2.3 Azijska deklaracija o otrokovih pravicah in medijih**

Leta 1996 je bilo v Manili na Filipinih organizirano azijsko srečanje o otrokovih pravicah in medijih. Ministri in drugi vladni predstavniki, predstavniki medijev, novinarji, učitelji in zagovorniki otrokovih pravic iz 16 držav so sprejeli Azijsko deklaracijo o otrokovih pravicah in medijih. Ta med drugim pravi, da bi morale vlade, mediji, nevladne organizacije, privatni sektor in druge lokalne, regionalne in delniške družbe mladim omogočiti soustvarjanje medijev in jim dati možnost, da izrazijo svoja mnenja o svojih potrebah in zanimanjih. (Von Feilitzen, Carlsson 1999: 411-412)

### **5.2.4 Afriška listina o otrocih v elektronskih medijih**

Na prvem vseafriškem srečanju o otrocih v elektronskih medijih oktobra 1997 v Gani so sprejeli Afriško listino o otrocih v elektronskih medijih. V bistvu so nadgradili Otroško listino o televiziji. Afriška listina v tretjem členu določa, da mora biti v skladu s priznanjem otrokovih pravic do svobode izražanja, misli, vesti, vere ter z zaščito pred ekonomskim izkoriščanjem otrokom oz. mladim zagotovljen pravičen dostop do radijskih in televizijskih programov in kadar koli je mogoče tudi do ustvarjanja le-teh. (Von Feilitzen, Carlsson 1999: 413)

### **5.2.5 Otroška listina o elektronskih medijih**

Na drugem Svetovnem vrhu o televiziji za otroke je vzporedno potekal še mednarodni vrh 31 mladih delegatov, ki so pripravili Otroško listino o elektronskih medijih, v kateri so zapisali 15 zahtev. Zahteve po participaciji otrok in mladostnikov v medijih so izrazili v prvem (mnenjem otrok o televiziji in radiu bi morali prisluhniti in jih spoštovati), drugem (z otroki bi se morali posvetovati in jih vključiti v produkcijo programa za otroke; včasih lahko otroci pomagajo ustvarjati program) ter 15. členu

(vsak elektronski medij bi moral imeti v svojih vrstah otroka, ki bi jim svetoval o otroškem programu, bistvenih vprašanjih, ki zadevajo otroke, in pravicah na televiziji). (Clark 1998)

### **5.2.6 Deklaracija azijsko-pacifiškega televizijskega foruma o otrocih in mladostnikih**

Leta 2001 je bil v Republiki Koreji organiziran Azijsko-pacifiški televizijski forum o otrocih in mladostnikih. Na tem forumu so sprejeli Deklaracijo azijsko-pacifiškega televizijskega foruma o otrocih in mladostnikih, ki je bila predstavljena tudi na 3. Svetovnem vrhu o medijih za otroke v Grčiji prav tako leta 2001. V njej so pozvali azijsko-pacifiško televizijsko zvezo (ABU), kabelsko in satelitsko televizijsko združenje Azije (CASBAA) in njihove člane ter regionalne in nacionalne elektronske medije, naj bosta Otroška listina o televiziji in Azijska deklaracija o otrokovih pravicah in medijih merilo za ustvarjanje kakovostnega in koristnega programa za otroke, o otrocih in z njimi (1. člen), naj se trudijo za ustanovitev regionalnega/nacionalnega televizijskega sklada, ki bi ga podpiral tudi privatni sektor kot del njegovega prispevka h Globalnemu gibanju za otroke, ki bo porabljen za razvoj produkcijskih zmožnosti za inovativni in razvojni program za otroke, o otrocih in z otroki ter mladostniki (4. člen), prosijo in spodbujajo vladne in javne medije za dodatna sredstva in medijski čas za visoko kakovosten in koristen program o otrocih, za otroke in z otroki ter mladostniki, vključno z zabavnim in izobraževalnim programom (6. člen) ter uporabijo mednarodni dan otrok v medijih (ICDB) za promocijo Globalnega gibanja za otroke in spodbujanje redne participacije otrok in mladostnikov pri ustvarjanju televizijskega programa zanje, o njih in z njimi (8. člen). (Deklaracija azijsko-pacifiškega televizijskega foruma o otrocih in mladostnikih 2001)

### **5.2.7 Thessaloniška deklaracija: Mediji in otroci: obveza za prihodnost**

Marca 2001 je bil v Grčiji organiziran 3. Svetovni vrh o medijih za otroke, kjer je bila predstavljena tudi Thessaloniška deklaracija: Mediji in otroci: obveza za prihodnost. Deklaracija je bila naslednje leto sprejeta v Atenah. Sodelujoči – mednarodne, vladne in nevladne organizacije, predstavniki avdiovizualnih medijev, raziskovalci in otroci – so se med drugim zavezali, da bodo promovirali odnos med otroki in mediji kot nujno prednostno nalogo vseh mednarodnih, regionalnih in nacionalnih organizacij za otroke. (Thessaloniška deklaracija 2001)

### **5.2.8 Riodejaneirska listina: Mediji od vseh, mediji za vse**

Na 4. svetovnem vrhu o medijih za otroke in mladostnike, ki je bil organiziran v Braziliji leta 2004, pa je bila sprejeta Riodejaneirska listina: Mediji od vseh, mediji za vse. Listina vsebuje deklaracijo strokovnjakov in deklaracijo mladostnikov. Strinjali so se, da je treba danes v medijih nekaj spremeniti. In pomembne spremembe, za katere so se zavezali, da bodo k njim težili, so promocija medijske produkcije, v kateri aktivno sodelujejo otroci in mladostniki, ustanovitev množičnih medijev posebej za otroke in mladostnike, v katerih bo prostor za njihovo lastno produkcijo, zagotovljen prostor za otroke in mladostnike v produkciji in prenosu medijskih izdelkov. (Riodejaneirska listina 2004)

### **5.2.9 Radijski manifest**

Na 4. svetovnem vrhu o medijih za otroke in mladostnike v Rio de Janeiru pa so sestavili še en mednarodni dokument, Radijski manifest. Med drugim so radijske producente pozvali, da mladim priznajo pravico svobodnega izražanja na radiu, s tem, da (Radijski manifest 2004):

- vključijo njihova mnenja, poglede in glasove o zadevah, ki zadevajo njih;
- spodbudijo otroke, da spregovorijo na radiu, s tem, da jim omogočijo varne pogoje in če je potrebno, tudi zaščitijo njihovo identiteto;
- v posnetkih s terena vključijo mnenja mladih;
- omogočijo zlorabljenim in marginaliziranim otrokom, da spregovorijo;
- delajo več programov, pri katerih lahko mladi aktivno sodelujejo;

- spodbujajo otroke in mlade za sodelovanje pri vodenju, razvijanju, ustvarjanju in predstavljanju svojih lastnih oddaj;
- zagotovijo radijske programe za mlade, kjer bodo lahko z odraslimi razglabljali o težavah mladih, izražali svoja mnenja ter sodelovali in predlagali rešitve;
- ustvarjajo radijske programe, ki bodo spodbujali razumevanje in bodo rušili pregrade med generacijami;
- spoštujejo mnenja in izkušnje mladih;
- podpirajo mladinske radijske klube tako, da jim nudijo tehnično podporo, radijski čas in s tem priložnosti, da se naučijo radijskih veščin.

Ti dokumenti dokazujejo, da se pomembnosti participacije mladih v medijih mnoge države že zavedajo. Mnoge so se s podpisom tudi zavezale, da bodo naredile večje premike v tej smeri. A koliko se ta pravica mladih dejansko izvaja? Za izpolnitev te pravice se zavzema tudi Unicef (Sklad Združenih narodov za otroke), ki je leta 1991 začel z Mednarodnim dnevom otrok v medijih (International Children's Day of Broadcasting - ICDB). V nadaljevanju bom opisala nekaj primerov medijske participacije mladih na ta dan ter nekaj drugih primerov uspešne mladinske participacije v medijih.

## **6. Mednarodni dan otrok v medijih – International Children's Day of Broadcasting (ICDB)**

O tem, da je participacija otrok in mladostnikov v medijih pomembna, priča tudi mednarodni dan otrok v medijih. To je skupna akcija Unicefa in Mednarodnega odbora Akademije za televizijsko umetnost in znanost, katere glavni namen je v elektronskih medijih otrokom in mladostnikom dati več prostora. Zamisel Unicefa je, da bi mediji na ta dan v medijih še posebej okrepili glas otrok in v ta namen pripravili več oddaj za otroke, o njih ter predvsem z njimi. Otrokom naj bi vsaj deloma prepustili oblikovanje in pripravljanje programov po njihovih zamislih in željah. Praviloma se dan obeležuje vsako drugo nedeljo v decembru. Ta dan praznujejo že v več kot 100 državah. Unicef vsako leto predlaga določeno temo, na katero naj bi opozorili. Leta 2006 je dan otrok v medijih 10. decembra, tema pa Združeni za otroke – združeni proti aidsu (Unite for children. Unite against aids.), kar je tudi naslov Unicefove obsežne svetovne kampanje, ki so jo začeli 25. oktobra 2005.

Vsako leto Unicef nagradi tiste medije, ki najbolj kreativno predstavijo bistvena vprašanja otrok in ki podpirajo participacijo mladih. Nagrado prejme po en medijski projekt iz osmih svetovnih regij, vsi pa nato tekmujejo za prestižno nagrado ICDB. Radijci lahko tekmujejo za Unicef/One World Radio Award, ki je namenjena tistim radijskim programom, ki v središče postavijo otroke in jim dovolijo, da z ostalimi delijo svoje poglede na svet.

Leta 2005 je bila tema ICDB-ja Šport za razvoj in mir, nagrado ICDB za najboljši prispevek pa je novembra 2006 prejela moldavska televizija Teleradio. Pripravili so dveurno pogovorno oddajo v živo, ki sta jo vodila dva mlada novinarja in ki je vključevala video prispevke drugih mladostnikov. Moldavska TV je bila izbrana za najboljšo izmed šestih regionalnih ICDB zmagovalcev: iz Bangladeša, Kolumbije, Gambije, Španije in Sirije.

V nadaljevanju bom opisala še nekaj uspešnih primerov mladinske participacije v medijih.

## **6.1 Primeri uspešne mladostniške participacije v medijih v tujini**

Medtem ko je v Sloveniji mladinska participacija v medijih še vedno »v povojih«, je ponekod v tujini že stalna praksa. Zato v nadaljevanju navajam nekaj primerov uspešne prakse iz tujine. Primeri so iz zbornika *Children and Media: image, education, participation* (1999) ter knjižice *What works in youth media around the world* (2003).

### **6.1.1 Časopis: *Youth Outlook (YO!)* v ZDA**

Kinkade in Macy (2003: 73-82) opisujeta *YO!* kot literarni mesečnik, ki ga ustvarjajo mladi iz San Francisca. Uredništvo sestavlja 13 ljudi, od tega jih je deset starih med 17 in 21 let. V reviji 70 odstotkov vsebine napišejo mladi iz uredništva, ostalo pa pridobijo od mladih lokalnih piscev in preko spletne strani [www.youthoutlook.org](http://www.youthoutlook.org). Medtem ko je večina zunanjih sodelavcev dijakov, ki pišejo tudi za srednješolske časopise, je večina bralcev in piscev časopisa *YO!* mladih, ki so v mladinskem sodnem sistemu, brezdomci ali v reji. Članki so napisani v prvi osebi, s čimer lahko mladi lažje izrazijo svoja osebna mnenja in osebne izkušnje. V vsaki številki pa povabijo bralce med 14 in 25 leti, da sodelujejo pri tedenskih uredniških sestankih.

Časopis je bil ustanovljen leta 1991 v sodelovanju mladih in odraslih, danes pa ga vodijo in ustvarjajo mladi. Časopis doseže 40.000 bralcev po vsej državi. Polovico izvodov dobijo naročniki, drugo polovico pa brezplačno razdelijo šolam, knjižnicam in drugim javnim ustanovam.

Zgodbe, ki se jih lotevajo, so raznolike, predvsem pa osebne: od žensk, ki se učijo borilnih veščin in jih uspešno uporabijo pri samoobrambi, mladih aktivistov, ki se borijo proti strupenim odpadkom v svojem okolju, do tega, kako preživeti »na ulici«, zgodbe »grafitarja« od prestopnika do vzgojitelja, pesmi mladih, ki živijo v prestopniških domovih, intervju z 20-letnimi Mehičani, ki so nezabeleženi in uradno ne obstajajo, do prebadanja jezika, o mladem dekletu, ki piše iz Afganistana, o tem, kako mladi dandanes služijo denar ipd. Redno objavljajo fotografske zgodbe, intervjuje z lokalnimi umetniki in glasbeniki, komične stripe, imajo umetniško galerijo,

pišejo pa tudi o spolnosti, raziskujejo vprašanja ras, razlik med spoloma, družbenih razredov ipd.

Poleg svojega časopisa ima *YO!* tudi stalno kolumno v časopisu San Francisco Chronicle, sodelujejo na lokalnem radiu, začeli pa so tudi nov televizijski projekt.

### **6.1.2 Televizija: *Troc* v Albaniji**

V Albaniji mladi od 13 do 18 let na nacionalni televiziji ustvarjajo sobotno televizijsko oddajo *Troc* (ki v prevodu pomeni Neposreden pogovor), ki je na sporedu ob 18. uri. Vizualno oddaja izgleda surovo, mladostno in dokumentarno, vsebinsko pa je zelo izvirna. Reportaže se gibajo od raziskovalnih prispevkov o otrokovih pravicah do zabavnih zgodb o nadarjenih mladostnikih pa do izobraževalnih zgodb o nacionalni kulturi, tradicijah idr.

Kljub temu, da so *Troc* zasnovali odrasli, imajo mladi sedaj popolno avtonomijo nad vsebino programa. Leta 1990 je Unicef podal pobudo za vključitev albanske mladine v medije in odzvala se je albanska nacionalna televizija. Najprej so oddajo ustvarjali odrasli, ob tem pa so počasi začeli vključevati mlade. Kasnejša diskusija je pripeljala do predloga, da bi mlade aktivno vključili v samo produkcijo programa in jim pustili, da izbirajo teme, ki se jim zdijo pomembne. Pri tem je bilo mnogo dvomljivcev, nekateri lokalni producenti elektronskih medijev so bili zaskrbljeni nad kakovostjo programa, če bi imeli mladi pri vsebini programa preveč avtonomije. Ampak je v prid te pobude govorilo kar nekaj dejavnikov: zaradi tehnološke revolucije nakup opreme ni bil prevelik strošek, saj so lahko uporabljali mini DV kamere; televizijska postaja se je po mnogih letih krize zaradi vojne v Albaniji trudila vzpostaviti prvotno stanje, ni bila financirana in bila je odprta za nove ideje; albanska javnost je bila dovzetna za nove in inovativne oddaje. Zaradi večinoma tuje produkcije so Albanci za svojo kmalu sprejeli bolj originalno vsebino lokalne mladine.

Da bi zagotovili nacionalno pokritost, je bilo v sodelovanju s šolami ali lokalnimi nevladnimi organizacijami ustanovljenih enajst *Troc* uradov po vsej državi. Odrasli mentorji, ki koordinirajo delo uradov in pomagajo mladim, izbirajo mlade (kriterij je sposobnost komuniciranja preko televizije), ki se nato udeležijo šestdnevnega intenzivnega usposabljanja, kjer se naučijo osnov raziskovanja, konceptualizacije

zgodbe, dela s kamero, intervjuvanja, pisanja scenarijev, urednikovanja in pravil pripovedovanja zgodb. Odrasli torej poskrbijo za usposabljanje in sodelujejo kot tehnična pomoč, medtem ko oddaje ustvarjajo in pripravljajo mladi (npr. mladi si zamislijo zgodbo, posnamejo material, ki ga zmontirajo odrasli). V vsakem uradu deluje od pet do deset mladih, ki se srečujejo po pouku in med vikendi. Povprečno pripravijo tri zgodbe na mesec, dolge od dveh in deset minut.

Nekoč so se lotili teme o pomanjkanju delovnih zvezkov v šolah, kar je pomenilo slabše razmere učencev za učenje in posledica tega prispevka je bila, da je vlada šole v tistem območju založila s potrebnim učnim materialom. Obravnavali so tudi temo, o kateri se v Albaniji redko govori. V Albaniji namreč obstaja stoletna tradicija, da se lahko maščevanje za zločin izvrši nad katerim koli moškim sorodnikom storilca zločina. Zaradi tega je na stotine mladih fantov zaprtih v svojih domovih, ker se starši bojijo za njihovo varnost. V zgodbi je bila predstavljena tudi zgodba fanta šestega razreda osnovne šole, ki je povedal, da je veliko svojega otroštva preživel doma, ker so se njegovi starši bali, da bo kaznovan za umor, ki ga je storil njegov bratranec. S to zgodbo so pritegnili pozornost širše javnosti, saj se o tej temi sicer redko javno govori. Pripravili so tudi več oddaj o slabih razmerah v šolah in dijaških domovih, kar je povzročilo, da so v šolah popravili napeljavo in okna, v enem primeru pa so celo odpustili nasilnega upravnika doma. Pripravili so tudi zgodbo o mladinskem parlamentu mesta Gjirokaster, ki je lokalne oblastnike pozval, naj se lotijo problema zahajanja mladih v bare in diskoteke, kjer se toči alkohol. Mestni svet je zato zvišal dovoljeno starostno mejo za pitje alkohola s 16 na 18 let. Ostale zgodbe so bile: odnos med učitelji in učenci, skrb mladih za čisto okolje, anoreksija med mladimi dekleti, uporaba tobaka med najstniki, športne aktivnosti ipd.

Raziskave so pokazale, da oddajo spremlja 40 odstotkov Albancev, gledajo pa jo tudi v Makedoniji, na Kosovem in v Srbiji. V programu je do leta 2003 sodelovalo več kot 80 mladih, ki so s sodelovanjem pridobili samozavest, sposobnost skupinskega dela, komunikacijske sposobnosti, občutek moči, sprejetosti v skupnost in državo, občutek, da jih ljudje poslušajo. Poleg tega jih navdaja z nacionalnim ponosom in občutki pripadnosti. Več kot 40 odstotkov mladih Albancev želi emigrirati iz države in *Troc* jim poskuša dati razlog, da ostanejo. Delajo tudi na tem, da bi državo naredil

prijaznejšo za rast in razvoj mladine s tem, da izobražuje javnost o problemih, s katerimi se mladi soočajo, in o pomembnosti otrokovih pravic. (Kinkade, Macy 2003: 55-60)

### **6.1.3 Radio: Burkina Faso**

V Burkina Fasu mladi od šest do šestnajst let ustvarjajo svoj radijski program v živo, ki se začne s pregledom trenutne situacije otrok in mladostnikov v Burkina Fasu in po svetu. Nato obravnavajo različne teme, ki poskušajo poslušalce ozavestiti o pravicah in dolžnostih otrok. Med programom otroci moderirajo debato med otroki v studiu in otroki, ki pokličejo v oddajo in povedo svoje mnenje. V debato se navadno vključijo otroci z vseh koncev države. Ponavadi je v studiu okoli 100 otrok, sprejmejo pa še od 25 do 30 klicev.

Vsak program je dolg 90 minut, navadno pa izgleda takole: novice o otrocih (15 minut), predstavitev teme, ki se dotika pravic otrok (20 minut), debata na izbrano temo (30 minut), petje, branje poezije, šale, uganke (10 minut), glasba (15 minut).

Anketa, ki so jo naredili v Burkina Fasu, je pokazala, da programe posluša več kot 50.000 mladih. Program je predvajan ob četrtnih in sobotah, v času ko lahko program posluša največ otrok. Programe predvaja 15 radijskih postaj. (Zongo v Von Feilitzen, Carlsson 1999: 345)

### **6.1.4 Časopis, radio, TV, splet: Children's Express iz Velike Britanije**

Children's Express (CE) iz Velike Britanije je osnovan na modelu, ki so ga razvili v Združenih državah Amerike leta 1975, da bi dali mladim možnost spregovoriti o odločilnih zadevah, medtem ko so razvijali njihove veščine in aktivno participacijo v družbi. Čez čas je program zrasel v spoštovano organizacijo, prisotno v petih ameriških mestih in na dveh mednarodnih lokacijah. Leta 1995 pa so CE ustanovili tudi v Veliki Britaniji kot neodvisno, neprofitno, dobrodelfno organizacijo, ki se financira z vladnim denarjem (polovica) in s subvencijami ter s prodajo prispevkov. Od takrat je dosegel okoli 2.000 mladih, večinoma iz depriviligiranih okolij.

V CE sodelujejo mladi od osem do 18 let, kjer se učijo osnov raziskovanja, intervjuvanja, poročanja, pisanja, urejanja in produkcije. Ob tem pa pridobijo še

veščine kot so samozavest, sledenje namigom v preiskavi, spoštovanje rokov za oddajo, poslušanje, delovanje v skupini in jasno izražanje. CE je iniciativa, ki jo popolnoma vodijo mladi – starejši učijo mlajše novinarskih veščin, poleg tega pa so deležni izobraževanja odraslih mentorjev. Odgovornosti so razdeljene glede na starost, čeprav lahko uredniki postanejo tudi mlajši od 14. let.

V CE mladi oblikujejo časopis, pripravljajo radijske in televizijske prispevke, imajo pa tudi svojo spletno stran *www.childrens-express.org*. Teme, ki jih obravnavajo, pa so spolnost mladostnikov, zloraba drog, HIV/aids, varstvo okolja, pravice otrok ipd.

Časopis urejajo mladi sami, in sicer jim pri tem pomagajo in jih učijo starejši kolegi. Njihove zgodbe redno objavljata angleška časnika The Guardian and The Observer. Delo pri časopisu si razdelijo: pisanje novic, raziskovanje, intervjuvanje, urednikovanje ... Vsak počne tisto, kar mu je najbolj všeč.

Decembra 2002 sta dva CE novinarja odpotovala v Gano, da bi naredila zgodbo o otrocih, ki delajo v kamnolomih in na tržnicah; njuna zgodba je bila predvajana na angleški TV Sky News. Za Sky News pa so pred volitvami intervjuvali tudi premierja Tonyja Blaira. Štirje CE novinarji so odpotovali na Posebno srečanju o otrocih, ki ga je organiziral OZN v ZDA – pripravili so več člankov za angleške časopise in imeli javljanja na treh različnih radijskih postajah BBC-ja.

CE iz VB je uspel vzpostaviti sodelovanje z naslednjimi časopisi: The Guardian, The Daily Mirror, The Observer, The Belfast Telegraph, Highbury, Islington Express, Newcastle Evening Chronicle, Birmingham Post, Sheffield Star. Redno pa sodelujejo tudi z različnimi radijskimi in televizijskimi postajami, vključno z BBC-jem in Sky News. (Kinkade, Macy 2003: 23-29)

## **7. Analiza participacije mladih v mladinskih programih RTV Slovenija in mladinskih tiskanih medijih**

### **7.1 Namen in metode raziskovanja**

Namen diplomskega dela je analizirati določene slovenske medije in ugotoviti, koliko je v njih participacije, tj. aktivnega sodelovanja mladih. Koliko imajo mladi možnosti aktivno sooblikovati medije, tj. predlagati teme, pripravljati prispevke, koliko so pri tem svobodni in koliko jih omejujejo oz. nadzirajo odrasli? Nato pa ugotovitve primerjati s primeri iz tujine.

Pri analizi sem uporabljala dve metodi, in sicer poglobljeni intervju ter opazovanje z udeležbo. Podatke sem najprej pridobila s poglobljenimi intervjuji z uredniki izbranih medijev, pri oddaji *Jasno in glasno*, kjer je bil voditelj in hkrati sooblikovalec oddaje do nedavnega srednješolec, pa sem opazovala nastajanje (uredniški sestanek) in snemanje same oddaje.

### **7.2 Predmet raziskovanja in raziskovalno vprašanje**

Pri analizi medijev sem raziskovanje omejila na mladinska programa Televizije in Radia Slovenija ter mladinske tiskane medije.

Pri analizi mladinskih tiskanih medijev so me zanimale predvsem revije, ki so namenjene mladim, tj. populaciji od 15 do 18 let. S pomočjo Medianine preglednice medijev (Medianina Preglednica slovenskih medijev 2005) sem iz množice medijev izbrala otroške in mladinske medije, nato pa izmed teh izbrala še tiste, ki imajo za ciljno publiko definirane srednješolce. Tako sem analizirala revije *Smrklja*, *Frka*, *Cool* in *Delo Maturant&ka*. Vsi štiri mediji so mesečniki, namenjeni srednješolcem, a *Smrkljo* večinoma berejo osnovnošolci. *Delo Maturant&ka* je brezplačni časopis, ki ga distribuirajo po slovenskih srednjih šolah, medtem ko so ostale revije na voljo v prosti prodaji. Poleg tega je *Delo Maturant&ka* informativen, medtem ko so ostale obravnavane revije bolj lahkotnega značaja.

Analizo mladinskega programa Televizije Slovenija sem začela s poglobljenim intervjujem z urednikom otroškega in mladinskega programa Milanom Deklevo ter ugotovila, da v mladinskem programu ustvarjajo štiri oddaje, namenjene

srednješolski populaciji. To so oddaje *Jasno in glasno*, *Štafeta mladosti*, *Tekma in 11. šola*. Iz nadaljnjih intervjujev z uredniki posameznih oddaj pa sem ugotovila, da je oddaja *11. šola* namenjena bolj osnovnošolcem zadnje triade in manj primarno srednješolcem, *Štafeta mladosti* pa poleg srednješolcev zajema tudi študente in starejše. Poleg tega je v obeh manj aktivne participacije mladih, zato ju nisem vključila v podrobnejšo analizo. Sem pa v analizo vključila oddaji *Jasno in glasno* ter *Tekma*, ki sta primarno namenjeni srednješolcem, srednješolci pa so v obeh tudi glavni akterji.

Oddaja *Jasno in glasno* je pogovorna oddaja, namenjena predvsem mladostnikom in njihovim težavam. Nastaja že sedem let, lotevajo pa se različnih tem, od potrošništva, trgovine z belim blagom, počitnic v tujini, (ne)enakosti med spoloma, srednješolskih težav, študija v tujini, zavisti, do zlomljenega srca, težav s hrano, naravoslovja, samozavesti, krvodajalstva, pornografije ipd. (Jasno in glasno 2006) Namen oddaje je spregovoriti o pomembnih temah za mladostnike, pri tem pa njim samim dati besedo, saj lahko kot gostje v studiu izrazijo svoja mnenja, z mnenji pa lahko med oddajo sodelujejo tudi preko telefona in elektronske pošte.

*Tekma* je mladinska debatna oddaja, v kateri slovenski srednješolci zagovarjajo ali zavračajo določeno temo, kot je to običajno na debatnih turnirjih. Razlika med debato na turnirjih in debato v oddaji *Tekma* je v dolžini govorov – govori v *Tekmi* so krajši zaradi predvidene dolžine oddaje – in v tem, da po navzkrižnem spraševanju postavljata vprašanje tudi gosta, poznavalca teme. Oddaja nastaja drugo leto zapored, in sicer v sodelovanju z Zavodom Za in Proti, zavodom za kulturo dialoga. Mladi, ki soočajo svoja mnenja v oddaji, sodelujejo že v srednješolski mreži debatnih krožkov. Zavod Za in Proti nato po lastni presoji izbere najboljše ekipe, ki nastopijo v oddaji. V posamezni oddaji se pomerita dve šoli, in sicer so v vsaki ekipi trije tekmovalci. O zmagi posamezne ekipe odloča ekipa sodnikov, ki so člani Zavoda Za in Proti – to so navadno študenti oz. ljudje, ki se v prostem času ukvarjajo z debato. V eni sezoni sodeluje 32 ekip, kar pomeni, da se v oddaji predstavi 96 mladih. Oddaja je turnirskega tipa, kar pomeni, da vsak teden ena ekipa izpade. Šola, ki najbolje zagovarja neko stališče in na koncu zmaga, gre na izlet v London, ki ga organizira British Council.

Analizo mladinskega programa na Radiu Slovenija sem opravila s poglobljenim intervjujem z urednico otroškega in mladinskega programa na Radiu Slovenija Mirjam Bevc Peressutti in ugotovila, da uredništvo mladinskega programa za mlade ustvarja tri oddaje, in sicer *Knjižnica za mlade*, *Gymnasium* in *Sence adolescence*.

*Sence adolescence* so pogovorna oddaja, ki enkrat tedensko poteka v živo in v kateri se mladi gostje z voditeljico pogovarjajo o vsakdanjih temah, kot so npr. medčloveški odnosi, dobra komunikacija, nasilje, prosti čas, neformalno izobraževanje, življenjski stil mladih, mladostniški ego, umetnost, družina, zabava, zaupanje, šolski pravilnik, konflikti med mladimi in starejšimi, prijateljstvo, sleng, informativni dan, neuspehi in razočaranja, ambicije, potrošništvo itd.

*Gymnasium* je oddaja, namenjena srednješolcem. Enkrat tedensko imajo mladi možnost kot gostje v studiu predstaviti raznorazne stvari, ki jih počnejo v šoli ali izven nje. To so npr. raziskovalne naloge, tabori, študijske izmenjave, plesne, jezikovne, gledališke, filmske dejavnosti ipd.

*Knjižnica za mlade* je literarna oddaja, v kateri so predstavljene aktualne novosti v slovenski in tuji literaturi. V oddaji je vsak teden predstavljena določena knjiga in njen avtor, pripravljena pa je tudi ocena knjižnega dela.

### **7.3 Rezultati analize**

Pri analizi me je zanimalo predvsem to, kdo v Sloveniji ustvarja revije *Frka*, *Cool*, *Smrklja*, časopis *Delo Maturant&ka* ter mladinske oddaje *Jasno in glasno*, *Tekma*, *Sence adolescence*, *Gymnasium* in *Knjižnica za mlade*. Koliko so v samo nastajanje revij vključeni mladi sami? Koliko imajo možnosti, da sami pišejo o stvareh, ki jih zanimajo, da pišejo za svoje vrstnike? In koliko imajo slovenski mladostniki možnosti sodelovati pri nastajanju nacionalnih televizijskih in radijskih oddaj, namenjenim njim samim?

S poglobljenimi intervjuji z uredniki posameznih revij sem ugotovila, da je vključenost mladih v tiskanih medijih precej posredna, in sicer mladi sodelujejo predvsem preko pisem bralcev z različnimi predlogi in pri nekaterih revijah z objavo zgodb, pesmi ipd. A njihova participacija je enkratna in ne stalna. Stalna participacija mladih v mladinskih tiskanih medijih se je pojavila le v mesečniku *Delo Maturant&ka*.

Nekaj več je participacije v televizijskih in radijskih oddajah RTV Slovenija, ampak je tudi ta participacija delna, saj je le pri TV oddaji *Jasno in glasno* srednješolec tudi voditelj in soustvarjalec oddaje (oz. je septembra 2006 postal študent), v radijski oddaji *Knjižnica za mlade* pa mladi pripravljajo ocene določenih knjig. V drugih oddajah, tako televizijskih kot radijskih pa mladi sodelujejo kot gostje, ki s svojimi mnenji sicer sooblikujejo oddajo, vendar ne sodelujejo pri njeni idejni zasnovi, pripravi, izbiri gostov, vodenju ipd. – so le sogovorniki. V nadaljevanju je vsak medij oz. oddaja predstavljena posebej.

### **7.3.1 Smrklja**

S poglobljenim intervjujem s pomočnico glavne in odgovorne urednice revije *Smrklja* Tino Ambrožič sem ugotovila, da mladi pri reviji sodelujejo zgolj s posameznimi predlogi (povprečno deset mesečno), ki jih pošiljajo po pošti in elektronski pošti ter s komentarji, ki jih pišejo na spletni forum revije. To so večinoma predlogi, kaj bi želeli prebrati v reviji, kateri intervjuji bi jih zanimali, katere posterje slavnih ljudi si želijo itd. Mladi redko neposredno predlagajo konkretne teme, večkrat njihova zanimanja ugotovijo preko vprašanj, ki jih pošiljajo v njihove kontaktne rubrike, kot so npr. nasveti ginekologinje. Največkrat se vprašanja dotikajo ljubezenskih težav in spolnosti. Kadar se kakšna vprašanja ponavljajo pri več bralkah (mlade bralke namreč predstavljajo večinski del bralcev), takrat vidijo potrebo po neki temi in jo v naslednjih številkah tudi obravnavajo oz. uvrstijo v revijo. Ker je revija namenjena večinoma osnovnošolcem, participacije pa v smislu kontinuiranega sodelovanja ni, revije nisem podrobneje analizirala.

### **7.3.2 Cool**

Odgovorna urednica revije *Cool* Nina Kramberger je v poglobljenem intervjuju povedala, da srednješolci v proces nastajanja revije niso aktivno vključeni. Revijo ustvarjajo novinarji, psihologi, sociologi, zdravniki, občasno pa tudi kakšen študent. Za vsebinsko zasnovo revije skrbi odgovorna urednica sama, pri čemer imajo srednješolci (in tudi osnovnošolci) v reviji na voljo dve strani, kjer objavljajo njihove prispevke, kratke zgodbe in pesmi. Večinoma so to pesmi, in sicer ljubezenske. V reviji so objavljene najbolj zanimive pesmi po izboru uredništva, tiste, ki jih ne objavijo v reviji, pa so objavljene na spletni strani revije *www.cool.si*. Pri zasnovi revije mladi sodelujejo tudi s predlogi, ki jih pošiljajo po pošti in elektronski pošti, izražajo pa tudi na spletnem forumu in blogu. Večinoma jih zanima svet glasbe in filma, želijo pa si tudi nasvetov za življenje. Urednica nato oceni, kaj bi bilo primerno za objavo v določeni številki in katere predloge bodo upoštevali. Mladih pa bolj aktivno ne vključujejo, ker urednica meni, da dobijo od mladih vse potrebne informacije preko pisem bralcev. Zaradi pomanjkanja aktivne participacije mladih v smislu stalnega sodelovanja tudi te revije nisem podrobneje analizirala.

### **7.3.3 Frka**

Namestnica glavne in odgovorne urednice Andreja Merhar je v poglobljenem intervjuju povedala, da revijo *Frka* ustvarjajo mladi od 20 do 30 let, srednješolci pa sodelujejo predvsem tako, da podajajo svoje predloge in želje, in sicer po elektronski pošti, na forumih, novinarji pa se z mladimi pogovarjajo tudi na terenu pri svojem delu in na raznih dogodkih. Mladi v teh predlogih in željah sporočajo, kaj v *Frki* radi preberejo in kaj jih ne pritegne toliko. Kriterij za upoštevanje predlogov je aktualnost neke teme. V prihodnosti pa načrtujejo bralce še bolj aktivno vključiti in jim dati možnost sodelovanja pri intervjujih, ker pravijo, da se lahko mladi takrat najbolj aktivno vključijo in pokažejo največ osebne novinarske žilice. Ni pa nujno, da bi se omejili na intervjuje, saj pravijo, da so odprti za nove ideje, vendar je toliko kot ideja potrebna še izpeljava oz. realizacija le-te. Bralci so vključeni tudi v prilogo *Frkolinka*, kamor lahko pošiljajo svoje zgodbe, pesmi, pisma, fotografije, ilustracije, sms sporočila ipd. Ker je teh prispevkov ravno toliko, da zapolnijo celotno revijo, lahko

objavijo vse prispevke. V preteklosti je bilo teh prispevkov več in takrat je bil izbor naključen. Merharjeva je povedala, da so vedno odprti za nove sodelavce, tudi srednješolce, ampak da so v preteklosti imeli z njimi slabe izkušnje, ker so imeli premalo prostega časa, da bi aktivno sodelovali pri oblikovanju revije. Kadar so pokazali interes, znanje, zanimanje in talent, so jim pri *Frki* dali priložnost, a so se mladi zaradi šolskih obveznosti težko držali dogovorjenih rokov in posledično se je sodelovanje prekinilo. In ker trenutno pri reviji redno in aktivno ne sodeluje noben srednješolec, *Frke* nisem vključila v podrobnejšo analizo.

#### **7.3.4 Delo *Maturant&ka***

Z izvršnim urednikom revije Boštjanom Grošljem sem naredila poglobljeni intervju o vsebini in mladinski participaciji in ugotovila, da pri ustvarjanju *Delo Maturant&ke*, ki izhaja šesto leto zapored in jo po Nacionalni raziskavi branosti (Nacionalna raziskava branosti 2005) bere nekaj več kot 46.000 srednješolcev, sodeluje šest mladih, starih od 15 do 18 let, več pa je starejših, ki so pred leti začeli kot najstniki. Po besedah Grošlja mladi običajno sami pošljejo prispevke na uredništvo in če opazijo dobrega pisca, ga povabijo k sodelovanju.

Participacija mladih je precejšnja, saj mladi skupaj s člani uredništva določijo teme, o katerih bodo pisali, nato pa prispevke pripravijo sami. V reviji je kar nekaj stalnih rubrik, ki jih urejajo in vanje pišejo mladi, in sicer so to DOSje (dogajanje v Dijaški organizaciji Slovenije), V šoli (predstavitev šol, dogodkov na šolah, mature, obvestila ministrstva za šolstvo), del strani Aktualno (aktualni dogodki), del strani Trip (potopisi, nasveti za mlade popotnike, reportaže), Šport (športni dogodki, predstavitev športov in rekreativnih dejavnosti, akcije, spremljanje srednješolskih tekmovanj), naredijo pa tudi nekaj intervjujev. Po Grošljevih besedah cenzure ni, pazijo le, da prispevki niso žaljivi in da so v okviru novinarskih norm (preverjanje virov ipd.).

Mlade aktivno vključujejo v proces nastajanja revije kot avtorje prispevkov, fotografe, ilustratorje, oblikovalce, raziskovalce, umetnike itd.

Komunikacija je z bralci vzpostavljena tudi preko spletnega portala [www.maturantska.com](http://www.maturantska.com). Tam je moč najti celotno revijo in še več – prispevke v daljši

obliki, več prispevkov in fotografije, ki ne najdejo prostora v tiskani reviji zaradi omejenosti na 16 strani. Bralci lahko komunicirajo z novinarji in uredniki tudi s komentarji prispevkov in preko foruma.

Pri analizi časopisa *Delo Maturant&ka* sem ugotovila, da je to edini mladinski tiskani medij, kjer imajo mladi možnost svobodnega sooblikovanja, objavljanja prispevkov, fotografij ipd. To je časopis, ki je namenjen njim in ga lahko oblikujejo sami oz. pri ustvarjanju aktivno sodelujejo.

### **7.3.5 Jasno in glasno**

Oddajo *Jasno in glasno* vodita Anžej Dežan in Maša Kljun, poleg njiju pa jo pripravljajo še trije ljudje, ki pripravijo scenarij in prispevke za oddajo ter poiščejo goste, povezane z določeno temo. Trenutno pri nastajanju oddaje ne sodeluje noben srednješolec, saj je Anžej Dežan oktobra 2006 postal študent. V oddaji, ki je na sporedu vsak drugi četrtek in poteka v živo, v pogovoru sodelujejo srednješolci iz različnih koncev Slovenije. Navadno so to gimnazijci, v oddajo pa jih vabi voditeljica. V oddajo povabijo tudi goste in strokovnjake s posameznih področij, ki dodajo strokovna pojasnila. Gledalci in gledalke imajo možnost sodelovati s klici v oddajo in preko elektronske pošte. Takrat se pokaže, da oddajo, kljub temu, da je primarno namenjena mladostnikom, gledajo tudi starejši.

Teme oddaj so sicer vnaprej določene, ampak srednješolci kot sogovorniki s svojimi mnenji sooblikujejo oddajo in tako do neke mere usmerjajo tok oddaje. Oblikovalci oddaje in voditelja lahko predvidijo, kam bo oddaja tekla in jo z vprašanji tudi usmerjajo, ampak na koncu je odvisno od mladih v studiu, katere vidike neke teme bodo izpostavili. Na primer v oddaji o Hori legalis so se večino časa pogovarjali o alkoholu, ker so se mladi gostje v studiu ves čas vračali k tej temi.

Mladi se eno uro pred oddajo srečajo z voditeljema in se pogovarjajo o temi oddaje – da mladi začnejo razmišljati o sami temi, da se pred kamerami lažje sprostijo in jih ni sram in strah povedati svoje mnenje.

Opazovala sem nastajanje oddaje *Jasno in glasno* 12. oktobra 2006. Tema oddaje je bila Mir, gostje pa so bili mladi iz Gimnazije Ledina. Pred oddajo sem govorila tudi s srednješolci in povedali so mi, da so v oddajo prišli prostovoljno.

Ravnatelj šole je povabil dijake nekaterih razredov k sodelovanju, odzvali pa so se tisti, ki so svoje mnenje želeli izraziti tudi pred kamerami. V oddaji je tako sodelovalo 19 dijakov 1. in 3. letnika.

Pred začetkom oddaje jih je bilo strah, kako bodo izgledali na televiziji, kakšna mnenja bodo podali, da ne bi povedali kaj narobe. A sta jim voditeljja jasno povedala, da ju zanima njihovo mnenje, ne glede na to, kakšno je. Tako so mladi samozavestno izražali svoja mnenja. Nekateri niso nič povedali, nekaj pa jih je želelo večkrat izraziti svoje stališče.

Mladim je oddaja všeč, ker lahko svobodno izrazijo svoja mnenja, stališča, kaj pograjajo ipd. Ustvarjalci oddaje nimajo težav s pridobivanjem sogovornikov, saj se mladi radi odzovejo in pridejo v oddajo, sodelujejo pa tudi z vprašanji po elektronski pošti in s telefonskimi klici.

### **7.3.6 Tekma**

V poglobljenem intervjuju z urednikom in avtorjem oddaje Sinišo Gačičem sem ugotovila, da je v oddaji *Tekma* manj aktivne participacije mladih. Teme, o katerih debatirajo v oddaji, so namreč vnaprej določene, puščajo pa možnost odprtega dialoga, saj oddaja nastaja sproti z različnimi argumenti mladih, ki nastopajo.

V oddajah mladi razpravljajo o aktualnih družbenih temah, ki jih izbere urednik in variirajo od bolj političnih do splošnih. Teme urednik izbira subjektivno, glede na to, katere se mu zdijo dovolj zanimive in aktualne za mlade in tudi starejše. Do sedaj so mladi zagovarjali in zavračali teme kot so: Metelkova je ponos Ljubljane – da ali ne?; Rumeni mediji so vredni prezira; Človeško življenje je več vredno od življenja živali; Naj se vojska umakne iz Iraka; Turbofolk poneumlja ljudi; Splav je sprejemljiv; Brezplačno presnemavanje glasbe z interneta je sprejemljivo ipd.

Mladi se s temo seznanijo več kot štirinajst dni pred oddajo, tako da si lahko vnaprej pripravijo argumente. Katero stališče bo določena ekipa zagovarjala, pa izžrebajo dober teden pred oddajo. Oddaje ne potekajo v živo, ampak so po besedah Gačiča posnete vnaprej zaradi produkcijskih (ne)zmožnosti Televizije Slovenija.

Snemanj oddaje *Tekma* se nisem udeležila, ker je tema oddaje znana vnaprej in mladi že vnaprej vedo, kakšno stališče bodo zagovarjali. Tako da si mnenja pripravijo že vnaprej, gre samo zato, da v oddaji prikažejo svoje zmožnosti debate, argumentiranja, taktiziranja ipd., ni pa nujno, da zagovarjajo tisto stališče, s katerim se sami strinjajo.

### **7.3.7 *Sence adolescence***

S poglobljenim intervjujem z voditeljico oddaje *Sence adolescence* Mirjam Bevc Peressutti sem ugotovila, da teme za oddajo izbira voditeljica, in sicer po aktualnosti, po zanimanju mladih, ki jih srečuje pri svojem delu. Izbor je subjektiven, sprejema pa tudi kakšne pobude mladih.

Mladi v oddaji sodelujejo kot gostje, sogovorniki, in sicer voditeljica preko šol, dijaških domov ipd. vsak teden v studio naključno povabi nekaj srednješolcev, ki s svojimi mnenji soustvarjajo oddajo. Voditeljica se z mladimi (teh je v studiu vedno več kot deset, bilo pa jih je tudi že 18) pogovarja o temi in tako raziskuje, kaj o neki temi meni mladina.

Pred oddajo, ki je na sporedu vsako sredo, se voditeljica z gosti pogovarja o temi same oddaje, da vedo, o čem se bodo pogovarjali in so nato pred mikrofonom bolj sproščeni. Novinarji pred oddajo naredijo še anketo na isto temo in pa dve- do triminutni prispevek znane osebnosti, ki je mladim zanimiva.

### **7.3.8 *Gymnasium***

V oddaji *Gymnasium* so gostje vedno srednješolci, in sicer takšni srednješolci, ki se poleg učenja v prostem času ukvarjajo s čim zanimivim, bodisi je to raziskovalna naloga, tabor, umetnost ipd. Nekatere slovenske srednje šole že poznajo oddajo in same opozorijo na zanimive projekte svojih dijakov in dijakinj, veliko zanimivih mladih ljudi pa avtorji oddaje spoznajo s svojim delom. Avtorji teh projektov pridejo nato v oddajo kot gostje in predstavijo sebe in svoj projekt.

Npr. v oddaji, ki je bila na sporedu 4. oktobra, so govorili o izmenjavi dijakov na Gimnaziji Poljane. Ljubljanski gimnazijci so gostili vrstnike iz Nizozemske. Skupaj so preživeli teden dni in spoznavali življenje v majhnem mestu in na kmetiji, primerjali

so Ljubljano in Kamnik, spoznavali Ljubljano in se zabavali. Voditeljica Alja Verbole je v oddaji gostila slovenske in nizozemske dijake ter učitelje. V oddaji so predstavili projekt šolske izmenjave, povedali, kako se je sodelovanje začelo, koliko časa že sodelujejo, kako so potekale priprave in izvedba celotnega projekta, kaj počnejo, kaj je namen takšnih izmenjav, kakšne so razlike med Slovenci in Nizozemci, skratka pogovarjali so se o projektu in vsem, kar le-ta zajema.

Mladi so v oddaji Gymnasium sogovorniki, gostje in pri ustvarjanju oddaje niso prisotni. Oddajo lahko sooblikujejo zgolj s svojimi mnenji. Je pa oddaja namenjena njim, njihovi predstavitvi. Njen namen je pokazati, da so mladi ustvarjalni, domiselni, da imajo veliko idej, ki jih tudi uresničijo.

### **7.3.9 Knjižnica za mlade**

Stopnja participacije mladih je pri oddaji *Knjižnica za mlade* malo višja. V oddaji je predstavljena določena knjiga, ki jo izbereta urednici, včasih pa sprejmejo tudi kakšno pobudo mladih. Mladi v oddaji sodelujejo pri pripravi ocene knjige, in sicer je v okviru uredništva sestavljena ekipa mladih, ki so v različnih časovnih obdobjih prišli v stik z radiem, opravili glasovni preizkus, imajo smisel za pisanje knjižnih ocen in jih to delo veseli. Ta skupina se spreminja, in sicer so to povsem različni mladi, ki jih novinarji srečujejo pri svojem delu in jih zanima radijsko delo. Vsak teden eden od njih pripravi oceno določene knjige, ki se na koncu oddaje prebere v eter. Ocene tudi berejo mladi, in sicer tisti, ki so opravili glasovni preizkus.

## 8. Mladostniška participacija v medijih pri nas in v tujini – primerjava

Medijska participacija mladih je v Sloveniji na nizki ravni, saj mladi na nacionalnem javnem mediju sodelujejo pri dveh TV oddajah, treh radijskih oddajah ter soustvarjajo en tiskan mladinski medij. Poleg tega je participacija zgolj delna, saj mladi niso aktivno vključeni v celoten proces.

Bolj aktivno sodelujejo le pri oddajah *Jasno in glasno* ter *Knjižnica za mlade*. V oddaji *Tekma* mladim določijo temo in stališče, ki ga morajo zastopati. Argumente si pripravijo pred oddajo, tako da je v oddaji bistvena taktika in sposobnost argumentiranja. Mladi sicer prosto oblikujejo svoje argumente, morajo pa biti sposobni zagovarjati obe stališči, pri čemer ne gre vedno za izražanje lastnega mnenja. Pri oddaji *Jasno in glasno* je participacija mladih občutno višja, saj je do nedavnega voditelj sam bil srednješolec in je ves čas aktivno sodeloval pri pripravi in vodenju oddaje. Poleg tega pa mladi, ki so gostje v oddaji, oddajo sooblikujejo s svojimi mnenji in lahko pogovor do določene meje sami usmerjajo. Poleg tega so pri tej oddaji odprte telefonske linije, mladi pa lahko svoja mnenja pošiljajo tudi po elektronski pošti.

Milan Dekleva, urednik otroškega in mladinskega programa Televizije Slovenija je za vzroke pomanjkanja mladinske participacije na TV Slovenija navedel pomanjkanje sredstev oz. denarja, premalo zaposlenih, preveliko zasedenost studiev ter pomanjkanje medijskega časa za otroški in mladinski program. Dejal je še, da je težava tudi v profesionalni usposobljenosti mladostnikov, kajti pri najstniških letih mnogi še niso pripravljene suvereno nastopati pred kamerami. Po njegovih besedah je televizija zahteven medij, ki ne more biti zgolj ljubiteljski. Težko pa je tako mlade ljudi profesionalizirati in zahtevati od njih, da pri npr. 15 letih hodijo v službo. Ampak pravi, da so mladostniki, ki želijo delati na televiziji in znajo nastopati pred kamero, vedno dobrodošli. Pravzaprav je želja Dekleve, da bi mu uspelo pripraviti TV Dnevnik mladih za mlade. Zaveda se, da bi bil to zahteven projekt, ki bi od mladih terjal veliko časa, energije, predanosti, poleg tega pa bi bil tudi velik finančni zalogaj. V bistvu bi to bila televizija v televiziji. Ampak vseeno se trudijo, da bi se ta njihova ideja nekoč uresničila.

Pri oddajah na Radiu Slovenija mladi povsod sodelujejo kot gostje, sogovorniki v pogovornih oddajah – izražajo mnenja v oddaji *Sence adolescence*, predstavljajo zanimive osebne projekte v oddaji *Gymnasium*, le pri oddaji *Knjižnica za mlade* je stopnja participacije malo višja, kjer mladi sami pišejo in berejo knjižne ocene. Ampak pri vseh teh oddajah (tako radijskih kot televizijskih) teme oddaj, knjige izbirajo odrasli, oddaje vodijo odrasli novinarji. Nobene radijske ali televizijske oddaje ni, ki bi jo ustvarjali izključno mladi, odrasli pa bi jim bili zgolj v oporo, kot je to npr. pri TV oddaji *Troc* v Albaniji. Tam imajo otroci popolno avtonomijo glede idej prispevkov, vsebine, posameznih posnetkov ipd., odrasli jim nudijo zgolj tehnično pomoč. Da dosežeš kaj takega, kot je oddaja *Troc*, moraš imeti voljo in željo, si moraš vzeti čas, za to nameniti sredstva, pridobiti zainteresirane ljudi, jih izobraziti in jim ves čas stati ob strani. Ampak glede na pozitivne posledice, ki jih ima participacija na mlade ljudi in posledično tudi na njihovo okolico, to ne bi smela biti ovira, ampak nekaj, kar je nujno potrebno v vsaki družbi.

Mladinska participacija je v analiziranih tiskanih medijih prisotna le v časopisu *Delo Maturant&ka*. Ostale mladinske revije (*Frka*, *Cool*, *Smrklja*) mlade vključujejo zgolj posredno, z objavo njihovih zgodb, pesmi in upoštevanjem njihovih predlogov, ne vključujejo pa jih kot člane uredništva, ki bi redno pripravljali prispevke, objavljali fotografije, urejali revijo ipd.

Tina Ambrožič, pomočnica glavne in odgovorne urednice pri *Smrklji*, je povedala, da je mlade pri njihovi reviji težko bolj aktivno vključiti. Namreč, revija je namenjena predvsem najstnicam in njihovim težavam. Torej, bralke berejo revijo, da izvedo, kako se izogniti kakšnim težavam, kako jih rešiti ipd. O tem ne morejo same pisati, ker te stvari doživljajo in se še same ne znajdejo. *Smrkljo* večinoma ustvarjajo študentke. Sicer je pri mladih želja po pisanju, ustvarjanju, ampak praksa je pokazala, da veliko mladih, ki imajo željo pisati za *Smrkljo*, niso »pišoči«, o izobraževanju mladih in takšnem vključevanju pa pri reviji še niso razmišljali oz. tega v praksi niso izvajali. Urednica revije *Cool* je povedala, da za večje vključevanje mladih pri ustvarjanju revije nimajo potreb, ker vse potrebne informacije dobijo iz pisem bralcev. Namestnica urednice *Frke* Andreja Merhar pa je dejala, da se je preteklo sodelovanje s srednješolci izkazalo za slabo, saj se mladi zaradi šolskih

obveznosti niso mogli redno držati dogovorjenih rokov, da pa so pri reviji odprti za sodelovanje mladih in jih v prihodnje nameravajo vključiti v pisanje intervjujev. Pri reviji *Delo Maturant&ka* pa so mladi vključeni kot avtorji prispevkov, fotografi, ilustratorji, oblikovalci, raziskovalci, umetniki itd.

V tujini mladim že dopuščajo več svobode in lahko samostojno ustvarjajo televizijske in radijske oddaje pa tudi svoje časopise. Starejši »mladi novinarji« svoje znanje prenašajo na mlajše kolege, odrasli pa so zraven samo za morebitno pomoč. V Sloveniji pa se zdi, da morajo odrasli vse niti trdno držati v svojih rokah, vse nadzirati, mlade pa potem nekako vplesti zraven, če sploh.

Dober začetek pozitivne spirale mladinske participacije v Sloveniji bi bilo že obeležje vsakoletnega mednarodnega dneva mladih v medijih. Da bi mediji pri oblikovanju medijskih vsebin vsaj ta dan sodelovali z mladimi. Unicef je pripravil nekaj napotkov, kaj lahko mediji skupaj z mladimi storijo na ta dan (International Children's Day of Broadcasting 2006):

- skupaj z mladostniki pripravijo kratke oglase, s katerimi napovejo mednarodni dan otrok v medijih;
- ustvarijo časopise in revije za otroke in mladostnike ter dajo njim možnost izbiranja tem, ki naj bodo obravnavane;
- vključijo otroke in mladostnike kot poročevalce;
- ustvarijo dokumentarni film o neki temi, kar je močno orodje za pripovedovanje zgodb o otrocih in daje možnosti za raziskovanje njihovih resničnosti z njihovimi besedami;
- zabeležijo dan v življenju otroka;
- dajo kamere in mikrofone v roke otrok in mladostnikov;
- podpirajo kreativno izražanje otrok in mladih v medijih;
- en dan posvetijo ustvarjanju programa z otroki za otroke.

## 9. Zaključek

V diplomskem delu sem analizirala participacijo mladih v Sloveniji, in sicer v mladinskih programih Radia in Televizije Slovenija ter v mladinskih tiskanih medijih. Namen dela je bil ugotoviti, koliko mladi v Sloveniji dejansko soustvarjajo medije, namenjene njim. Koliko je v Sloveniji medijev, ki bi mladim ponudili možnost sodelovanja?

V analizo sem vključila mladinski program RTV Slovenija, in sicer TV oddaji *Jasno in glasno* in *Tekma* ter radijske oddaje *Sence adolescence*, *Gymnasium* in *Knjižnica za mlade*. Poleg tega sem analizirala še mladinske tiskane medije, in sicer so bile to revije *Smrklja*, *Frka*, *Cool* in *Delo Maturant&ka*.

V diplomskem delu sem postavila naslednjo tezo: Mladi v Sloveniji nimajo dovolj možnosti aktivnega sooblikovanja medijev, namenjenih njim in jo tudi potrdila.

Podatke sem pridobila s poglobljenimi intervjuji z uredniki posameznih medijev in pri oddaji *Jasno in glasno* še z opazovanjem z udeležbo. Ugotovila sem, da je participacija mladih v analiziranih medijih sicer prisotna, ampak je na precej nizki ravni. Mladi imajo na nacionalni televiziji na voljo dve oddaji, na nacionalnem radiu tri in en mladinski časopis. Poleg tega nobene od navedenih medijskih vsebin mladi ne pripravljajo v celoti samostojno. Povsod imajo nadzor odrasli, čeprav se stopnja participacije razlikuje od medija do medija. Največ mladinske participacije je v časopisu *Delo Maturant&ka* in TV oddaji *Jasno in glasno*. V *Delu Maturant&ka* namreč mladi samostojno pripravljajo prispevke v določenih rubrikah, objavljajo fotografije ipd., vendar so v uredništvu poleg njih tudi študenti in odrasli. V oddaji *Jasno in glasno* pa je do nedavnega v uredništvu aktivno deloval srednješolec kot sooblikovalec in voditelj oddaje. Dokaj visoka participacija je tudi pri oddaji *Knjižnica za mlade*, saj lahko mladi samostojno pripravljajo ocene določenih knjig, ki pa jih določajo odrasli. V radijski oddaji *Sence adolescence* in TV oddaji *Jasno in glasno* mladi aktivno sodelujejo kot gostje s svojimi mnenji, ampak ne sodelujejo pri pripravi oddaje, pri izboru tem za oddaje, pri izbiri gostov ipd. So gostje in lahko sodelujejo le s svojo prisotnostjo. V oddaji *Gymnasium* pa so mladi gostje in lahko predstavijo sebe in svoj projekt, ampak oddajo vodi odrasla voditeljica, prav tako mladi ne sodelujejo pri pripravi in izvedbi oddaje. Podobno je pri TV oddaji *Tekma*, kjer mladi

sicer podajajo svoje argumente za ali proti, ampak imajo določeno tako temo kot stališče, ki ga morajo zastopati. Ostali tiskani mediji, *Smrklja*, *Frka* in *Cool* pa mlade vključujejo zgolj z objavo pisem, pesmi, verzov ipd., ni pa aktivnega sodelovanja v smislu idejnega sodelovanja, pripravljanja prispevkov, objavljanja fotografij, urejanja samega časopisa itd.

V nalogi sem navedla tudi nekaj primerov dobre prakse mladinske participacije v medijih v tujini, iz katerih je razvidno, da imajo mladi večjo stopnjo avtonomije pri oblikovanju medijev kot pri nas.

Zakaj slovenski mediji mladim ne ponujajo več možnosti aktivnega sodelovanja? Težave so lahko pomanjkanje denarja, časa, volje ipd. A za medijsko izobraževanje oz. opismenjevanje mladih si je treba vzeti čas in sprevideti, da se dolgoročno delo z mladimi izplača.

Mediji bi se morali bolj zavedati pomembnosti mladostniške participacije v medijih in resnosti trenutne situacije. Poleg tega bi se morali med seboj povezati država, organizacije za otroke, mediji, srednje šole in še kdo.

S tem tudi potrjujem svojo tezo, da mladi v Sloveniji nimajo dovolj možnosti aktivnega sooblikovanja medijev, namenjenih njim. Obstaja sicer nekaj televizijskih in radijskih oddaj in en tiskan medij, kjer mladi sodelujejo, ampak pod nadzorom odraslih. Mladinskega medija, kjer bi bili mladi edini oblikovalci, v Sloveniji ni. In rešitev so morda novi mediji.

## 10. Viri in literatura:

1. Clark, Genevieve, ur. (1998): *Proceedings of the World Summit on Television for Children. Final Report*. London: Children's Film and Television Foundation. Dostopno na:  
[http://eric.ed.gov/ERICWebPortal/Home.portal?\\_nfpb=true&\\_pageLabel=RecordDetails&ERICExtSearch\\_SearchValue\\_0=ED433083&ERICExtSearch\\_SearchType\\_0=eric\\_accno&objectId=0900000b8008e59e](http://eric.ed.gov/ERICWebPortal/Home.portal?_nfpb=true&_pageLabel=RecordDetails&ERICExtSearch_SearchValue_0=ED433083&ERICExtSearch_SearchType_0=eric_accno&objectId=0900000b8008e59e) (11. oktober 2006).
2. *Deklaracija azijsko-pacifiškega televizijskega foruma o otrocih in mladostnikih*, sprejeta leta 2001. Dostopna na:  
<http://www.nordicom.gu.se/clear?portal=linkdb&main=asiapacific.php&me=3> (11. oktober 2006).
3. Erjavec, Karmen in Volčič, Zala (1999): *Odraščanje z mediji*. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.
4. Horvat Ludvik in Magajna Lidija (1987): *Razvojna psihologija*. Ljubljana: DZS.
5. *International Children's Day of Broadcasting* (2006). Dostopno na:  
[www.unicef.org/icdb](http://www.unicef.org/icdb) (1. oktober 2006).
6. *Jasno in glasno: seznam nekaterih preteklih oddaj v letu 2006*. Dostopen na:  
[http://www.rtv slo.si/modload.php?&c\\_mod=rtvododaje&op=web&func=read&c\\_id=11384](http://www.rtv slo.si/modload.php?&c_mod=rtvododaje&op=web&func=read&c_id=11384) (17. oktober 2006).
7. Kinkade, Sheila in Macy, Christy, ur. (2003): *What Works in Youth Media: Case Studies from Around the World*. Baltimore: International Youth Foundation.
8. Marjanovič Umek, Ljubica in Zupančič, Maja, ur. (2004): *Razvojna psihologija*. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.
9. McNeill, Sarah v Von Feilitzen, Cecilia in Carlsson, Ulla, ur. (1999): *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom.
10. *Medianina Preglednica slovenskih medijev 2005*. Dostopna na:  
<http://sm.mediana.si/sm/> (17. september 2006).
11. *Nacionalna raziskava branosti (2005, II. polletje)*. Dostopna na:  
<http://oglasidelo.si/download/NRB2005-2.pdf> (17. oktober 2006).

12. Nastran Ule, Mirjana, ur. (1996): *Mladina v devetdesetih: analiza stanja v Sloveniji*. Ljubljana: Zbirka Forum.
13. Neuman, W. Lawrence (1991/2003): *Social research methods: qualitative and quantitative approaches. Fifth edition*. Boston: Allyn and Bacon.
14. *Popis prebivalstva 2002*. Dostopen na: <http://www.stat.si/popis2002> (13. september 2006).
15. *Radijski manifest*, sprejet leta 2004. Dostopen na: <http://www.nordicom.gu.se/clear?portal=linkdb&main=radioManifesto.php&me=3> (11. oktober 2006).
16. *Riodejaneirska listina: Mediji od vseh, mediji za vse*, sprejeta leta 2004. Dostopna na: <http://www.nordicom.gu.se/clear?portal=linkdb&main=janeirocharter.php&me=3> (11. oktober 2006).
17. Roche, Jeremy in Tucker Stanley (1997): *Youth in society*. London: The Open University.
18. Sarantakos, Sotirios (1993/2005): *Social research. Third edition*. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan.
19. Splichal, dr. Slavko (1981): *Množično komuniciranje med svobodo in odtujitvijo*. Maribor: Založba obzorja.
20. Splichal, Slavko v Košir, Manca (1988): *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: DZS.
21. *The Participation Rights of Adolescents: A strategic approach; working paper series* (2001). New York: Unicef, Programme Division.
22. *Thessaloniška deklaracija: Mediji in otroci: obveza za prihodnost*, sprejeta leta 2001. Dostopna na: <http://www.nordicom.gu.se/clear?portal=linkdb&main=thessaloniki.php&me=3> (11. oktober 2006).
23. Ule, Mirjana in Miheljak Vlado (1995): *Prihodnost mladine*. Ljubljana: DZS.
24. Von Feilitzen, Cecilia in Carlsson, Ulla, ur. (1999): *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom.

25. Von Feilitzen, Cecilia in Bucht, Catharina, ur. (2001): *Outlooks on Children and Media: Child Rights, Media Trends, Media Research, Media Literacy, Child Participation, Declarations*. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom.
26. Zajec, Diana ur. (2002): *Konvencija o otrokovih pravicah*. Ljubljana: Slovenski odbor za Unicef.
27. *Zakon o medijih*, sprejet leta 2001. Dostopen na <http://www.uradni-list.si/1/ulonline.jsp?urlid=200135&dhid=7932> (14. julij 2006).
28. *Zakon o Radioteleviziji Slovenija*, sprejet leta 2005. Dostopen na: <http://www.uradni-list.si/1/ulonline.jsp?urlid=200596&dhid=78660> (17. oktober 2006).
29. Zongo, Francois v Von Feilitzen, Cecilia in Carlsson, Ulla (1999): *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom.