

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

MOJCA KREN

TELEVIZIJSKI ODDAJI *TRENJA* IN *POD*
ŽAROMETOM O OTROCIH

DIPLOMSKO DELO

Ljubljana 2007

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

MOJCA KREN

Mentorica: izr. prof. dr. KARMEN ERJAVEC

TELEVIZIJSKI ODDAJI *TRENJA* IN *POD*
ŽAROMETOM O OTROCIH

DIPLOMSKO DELO

Ljubljana 2007

**»Otroci so temelj družbe
in sol zemlje.«**

(Jomo Kenyatta)

Besedo hvala izrekam vsem, ki ste mi na moji študijski poti kakor koli pomagali. Zahvaljujem se vam, ker ste ves čas verjeli v moje sposobnosti, tudi takrat, ko sem sama že skoraj obupala. Hvala Mojci, da me je v času študija znala potegniti na površje in me ni pustila utoniti. Hvala dobrim prijateljem s fakultete za nasvete in spodbude, hvala družini, ki mi je stala ob strani in Sonji za njeno pomoč. In nenazadnje hvala Igorju za vero, da zmorem.

Henri Beyle je zapisal: »Beseda je bila dana človeku, da skrje svoje misli.« Zato, da sem lahko skrila svoje misli in povedala tisto, kar je pomembno, velja posebna zahvala mentorici izr. prof. dr. Karmen Erjavec. Hvala vam, ker ste moje začetne misli, načrte in navdušenje usmerili v besede, ki so družno oblikovale znanstveno besedilo.

Iskrena hvala vsem!

TELEVIZIJSKI ODDAJI *TRENJA* IN *POD ŽAROMETOM* O OTROCIH

Jezik omogoča ustvarjanje družbe. Sestava jezika nam omogoča kategorizacijo naših izkustev, pomen, ki ga jezik ustvarja, pa je spremenljiv. Reprerentacija je tista, ki povezuje pomen in jezik s kulturo. Je torej produkcija pomena prek jezika. Uporabo jezika v določenih družbeni situaciji imenujemo diskurz. Ta nam omogoča konceptualni repertoar, s katerim lahko reprezentiramo sebe in druge. Nudi nam način za opisovanje oseb. Poseben diskurz je medijski diskurz, ki je način predstavljanja aspektov sveta ali oblika etnične hegemonije. Televizijska reprezentacija pa pomeni predstavitev dogodkov v medijih, gre za proces medijske izbire ter primernosti, in to je le del igre hegemonije.

Pojmov otroštvo in mladost ne poznamo od nekdaj. Pred srednjim vekom se otroštvo ne pojavlja, mladost pa je odkril evropski novi vek. Danes je otrok posebna kategorija v odraščanju, prav tako mladostništvo. Oboji pa so v medijih zapostavljeni. Mlajši kot so otroci bolj so nevidni in ne morejo niti vplivati na to, kaj bo na televiziji predstavljeno.

Namen naloge je ugotoviti, kako so otroci na televiziji reprezentirani. Temeljno raziskovalno vprašanje je: Kakšna je reprezentacija otrok oziroma mladostnikov na televiziji?, kar ugotavljamo s pomočjo kritične diskurzivne analize medijskega diskurza. Kritična diskurzivna analiza oddaj *Trenja* in *Pod žarometom* vsaj delno pokaže na neupoštevanje otrok pri tematikah, ki se jih tičejo. Ne govorijo sami o sebi, so ali hudički ali angelčki, medijski diskurz jih ne obravnava kot enakopravnih državljanov, a nobene od tez postavljenih v nalogi ne moremo niti v celoti potrditi niti zavrniti.

Ključne besede: reprezentacija, otroci oz. mladostniki, kritična diskurzivna analiza

TELEVISION SHOWS *TRENJA* AND *POD ŽAROMETOM* ABOUT CHILDREN

Language enables a creation of the society. Language construction enables the categorization of our wisdom, whereas the meaning that language creates is variable. The representation connects the meaning and language with a culture. Therefore, it is a production of the meaning through the language. The use of language in a definite social situation is a discourse, which enables our conceptual repertory that we use for representation of ourselves and others as well. It offers the way to describe people. A special discourse is a media discourse. That is a representation of different aspects of the world, or a form of ethnic hegemony. Television representation is a representation of events in media; it is a process of media selection and adequacy. However, that is just a part of the hegemony game.

The concepts of childhood and youth have not been known forever. The concept of childhood had not appeared before the Middle Ages, but the concept of youth was discovered in European modern times. Today a childhood is a special category of growing up, and so it is youth. But in media they are both kept in the background. The younger the children are, the more invisible they are and they cannot have influence on what appears on television.

The purpose of this diploma work is to find out how children are represented on television. The basic research question is the following: » What is the representation of children or youth on television like? » We tried to find the answer by using the critical discourse analysis of media discourse. The critical discourse analysis of talk shows *Trenja* and *Pod žarometom* at least partially shows the inconsideration of children in programmes in which they participate. Children do not talk about themselves, they are presented as »devils« or as »angels«, media discourse does not treat them as equal citizens. However, none of the theses appointed in the project can be confirmed nor rejected.

Key words: representation, kids, young people, critical discourse analysis

KAZALO

1. UVOD	6
2. JEZIK IN DRUŽBENA KONSTRUKCIJA	8
2. 1 REPREZENTACIJA	10
2. 2 DISKURZ	12
3. MEDIJSKI DISKURZ	15
3. 1 TELEVIZIJSKA REPREZENTACIJA	19
4. OTROK IN TELEVIZIJA	21
4. 1 OTROŠTVO IN MLADOST	21
4. 2 OTROCI IN MEDIJI	24
4. 3 PRAVNE PRAVICE OTROK V MEDIJIH	26
4. 4 SOCIALIZACIJSKI UČINEK MEDIJEV	29
5. REPREZENTACIJA OTROK	32
5. 1 SODELOVANJE OTROK PRI NASTAJANJU MEDIJSKIH VSEBIN	36
5. 2 KAJ BI OTROCI PRI PRIKAZOVANJU SEBE SPREMENILI?	38
5. 3 STEREOTIPI O OTROCIH NA TELEVIZIJI	39
6. KRITIČNA DISKURZIVNA ANALIZA	43
7. REPREZENTACIJA OTROK V ODDAJAH <i>POD ŽAROMETOM</i> IN <i>TRENJA</i>	47
7. 1 METODA	47
7. 2 PODATKI	48
7. 3 ODDAJI <i>POD ŽAROMETOM</i> IN <i>TRENJA</i>	49
7. 3. 1 ANALIZA ODDAJE <i>POD ŽAROMETOM</i>	51
7. 3. 1. 1 Analiza naslova, poteka oddaje in tematske strukture	51
7. 3. 1. 2 Analiza strukture gostov	51
7. 3. 1. 3 Analiza propozicij in besednih zvez o mladostnikih	51
7. 3. 2 ANALIZA ODDAJE <i>TRENJA</i>	55
7. 3. 2. 1 Analiza naslova, poteka oddaje in tematske strukture	55
7. 3. 2. 2 Analiza strukture gostov	55
7. 3. 2. 3 Analiza makropropozicij in besednih zvez o mladostnikih	56
7. 3. 2. 3. 1 Uvodni prispevek	56
7. 3. 2. 3. 2 Razprava	57
7. 3. 2. 4 Analiza besednih zvez in makropropozicij mladostnikov	62
7. 3. 2. 5 Analiza vizualne podobe mladih in gostov, ki se pojavljajo v oddaji <i>Trenja</i>	64
7. 4 ZAKLJUČKI ANALIZE OBEH ODDAJ	65
8. ZAKLJUČEK	69
9. LITERATURA	71
10. VIRI	77

1. UVOD

Mediji so danes nepogrešljiv del življenja posameznika ter osnova za njegovo védenje o svetu. To védenje je odvisno tudi od reprezentacije dogodkov, kajti za nobeno predstavitev oziroma podobo v medijih ne moremo trditi, da je objektivna. Vedno gre za reprezentacijo dogodkov. Podobno je pri predstavljanju mladih, tako na televiziji kot v drugih medijih, med katerimi ima vpliv tudi televizija. »V današnji družbi mediji predstavljajo močnega socializacijskega agenta. ... Gledalci se naučijo in ponotranjijo nekatere vrednote, prepričanja in norme, ki so predstavljene v medijskih produktih« (Croteau in Hoynes 2000: 15). Raziskave so si soglasne, da so mediji ključen socializacijski dejavnik današnjih otrok in mladostnikov, zato je pomembno, kakšno reprezentacijo ponujajo. Ker je za konstrukcijo identitete še posebej pomembna medijska reprezentacija otrok oziroma mladostnikov, me bo zanimalo, kako mediji, še posebej televizija, reprezentirajo otroke. Na kakšen način mediji predstavljajo otroke, kakšna je njihova vloga pri predstavljanju sebe na ekranih, torej, ali sploh imajo možnost, da sami sebe predstavijo, v kakšni vlogi so prikazani, torej kako jih ustvarjalci programa prikazujejo, so ključna vprašanja, na katere bom skušala odgovoriti s pomočjo analize medijskega diskurza v oddajah *Trenja* in *Pod žarometom*. Teza diplomskega dela je, da analizirani televizijski diskurz otrok ne obravnava kot enakopravnih državljanov, jim ne dopušča samopredstavitve, namesto njih govorijo starejši, prevladujoče pa jih obravnava kot nosilce kriminalnih dejanj.

Tezo bom preverjala s kritično diskurzivno analizo medijskega teksta in ga analizirala na deskriptivni, interpretativni in pojasnjevalni ravni. Na deskriptivni ravni bo šlo predvsem za lastnosti samega teksta, interpretativna raven bo zajemala analizo odnosa med komunikacijskimi intervencijami in institucionalnimi mehanizmi, ki usmerjajo komunikacijske intervencije, pri pojasnjevalni ravni bo šlo za raven širših družbenih, ekonomskih in političnih mehanizmov.

Na začetku naloge bom opredelila pojma jezik in družbena konstrukcija, kajti oba sta za reprezentacijo pomembna, saj te brez jezika in posledično družbene konstrukcije ni. V nadaljevanju se bom osredotočila na reprezentacijo, ki je osnovni pojem diplomskega dela, ob reprezentaciji se pojavi še pojem konstrukcija realnosti. V najožjem pomenu se pojem reprezentacija »...nanaša na način konstrukcije pomena preko podob in jezika v skladu z vrsto dogovorov, s katerimi so seznanjeni komunikatorji in občinstva. Ti dogovori so del našega

kulturnega znanja oz. izkustva. Reprerentacije se oblikujejo in krožijo znotraj pomenskega konteksta, katerega del so pojmi, kot so predpostavljjanja, skupno izkustvo, zdrav razum, splošno znanje, ustaljena prepričanja, razširjena stališča« (Volčič 1999: 71). Pomemben pojem, ki ga bom izpostavila v prvem poglavju je diskurz, o definiciji katerega si teoretiki niso enotni. Med njimi npr. Burrova trdi, da nam omogoča repertoar za predstavljanje sebe in drugih (Burr 1995) in v tem smislu tudi drugi avtorji izpeljejo svojo definicijo diskurza.

Celotno drugo poglavje bo posvečeno medijskemu diskurzu kot posebni in razširjeni obliki diskurza, znotraj katerega bomo spregovorili tudi o televizijski reprezentaciji kot o posebni vrsti reprezentacije, ki, kot pravi Macdonaldova, ne ponuja refleksije resničnega sveta (Macdonald 2003).

V naslednjem poglavju se bom osredotočila na otroke oziroma mladostnike in televizijo. Preko splošnega opisa otrok bom ugotavljala, kakšna je njihova povezava z mediji, kakšne so njihove pravne pravice v medijih in kako se le-te odražajo v televizijskih predstavah.

Poglavje reprezentacija otrok oziroma mladostnikov bo odprlo množico vprašanj, s katerimi se bom ukvarjala v praktičnem delu naloge. Dosedanje raziskave kažejo, da ustvarjalci medijskih vsebin otroke prikazujejo popačeno, nepristno in pri tem ne upoštevajo mnenja otrok, čeprav bomo v podpoglavju o sodelovanju otrok pri nastajanju medijskih vsebin lahko zasledili, da avtorji različnih raziskav menijo, da je prisotnost otrok pri njihovem predstavljanju pomembna. Da imajo svoje mnenje o tematiki, bo pokazalo tudi podpoglavje o tem, kaj bi otroci pri predstavljanju sebe spremenili, pisala pa bom tudi o stereotipih pri predstavljanju otrok.

V empiričnem delu naloge bom na konkretnem primeru ugotavljala, kako so otroci oziroma mladostniki predstavljeni. Analizirala bom medijski diskurz na primeru dogodka, ki se je zgodil pred diskoteko Lipa decembra 2005, ko so umrla tri dekleta.

2. JEZIK IN DRUŽBENA KONSTRUKCIJA

Reprezentacija in z njo tudi medijska reprezentacija ne obstajata sami po sebi. O reprezentaciji bi lahko govorili kot o določeni predstavi, ki jo o določeni stvari imamo oziroma nam jo posredujejo drugi. Mediji že od samega začetka skušajo dogodke in obraze predstaviti širšemu občinstvu, ki o napisanem oziroma povedanem lahko dobi različne vtise. Predstavljeno ni odsev resničnosti, ampak je konstrukcija realnosti (o čemer bomo govorili kasneje), je drugotna predstavitev dogodka tako, kot ga vidi pisec novinarskega sporočila. Reprerentacije ni brez diskurza, ki ga lahko oblikuje le jezik. V tem poglavju bomo tako ugotovili, kaj jezik je in kako vpliva na družbeno konstrukcijo.

Vsi načini razumevanja so historično in kulturno relativni, pravi Vivien Burr (1995: 4). Konstrukcija sveta vsebuje vzorce določenega družbenega dogajanja, medtem ko druge vzorce izključuje. Jezik je tisti, ki medijskim ustvarjalcem in nam vsem omogoča ustvarjanje in opisovanje družbe, z njim družbo konstruiramo na specifičen, kulturno pogojen način. »Socialni konstruktivizem zanika, da je naše znanje percepcija realnosti. Mi sami konstruiramo našo različico realnosti. ... Znotraj socialnega konstruktivizma ni ničesar, čemur lahko rečemo objektivno dejstvo. Vse znanje izhaja iz določenega pogleda na svet« (prav tam: 6). Izven teksta ni ničesar. Ko govorimo o realnosti, mislimo na stvari, ki jih konstruiramo skozi jezik (prav tam). Brez družbenega okolja pojmi 'ti', 'jaz', 'on' ne obstajajo. »Jezik nam nudi način strukturiranja naših izkustev o nas samih in o svetu. Koncept, ki ga uporabimo, ne ustvari jezika, ampak ga omogoči« (prav tam, 33).

Sestava jezika nam omogoča kategorizacijo naših izkustev, o čemer piše tudi Burrova. Pravi, da je »ideja, da struktura jezika determinira naše ločnice, po katerih kategoriziramo naša izkustva, temeljna za lingvistični strukturalizem« (prav tam: 36). Pred de Saussurovo teorijo v evropskem mišljenju prevladuje nazor, da je za reprezentacijo sveta jezik nevtrarno sredstvo. S prihodom Saussura, glavnega predstavnika lingvističnega strukturalizma, se na stari celini oblikuje kompleksnejša teorija jezika. Jezik se odtlej pojmuje kot sistem znakov, pomen znakov leži v relacijah diference. Znak je po Saussurju sestavljen iz označevalca (beseda) in označenca (koncept). Njegova glavna ideja je trditev, da je razmerje med označevalcem in označencem arbitrarno. Arbitrarne oblike so tudi koncepti in kategorizacije naših izkušenj. Arbitrarno nikakor ne pomeni naključno ali slučajno, saj so koncepti, s katerimi operiramo,

skupni družbi, v kateri živimo. Temeljna ideja Saussurjevega strukturalizma je, da jezik ne odseva v naprej določene družbene realnosti, ampak jo konstruira in okvirja (prav tam: 37).

Kljub vsemu Burrova v Saussurjevem modelu opozori na pomanjkljivosti, saj ta »ne razloži, kako se pomeni besed spreminjajo skozi čas in kako imajo lahko besede številne pomene, odvisno od sporočevalca, naslovnika in namena sporočanja« (prav tam: 38). Njegovo teorijo nadgradijo poststrukturalisti, ki pravijo, da pomeni niso proizvedeni skozi jezik in niso niti stalni niti nespremenljivi, ampak dvoumni, začasni in odprti za interpretacijo (prav tam: 39). Po mnenju Burrove se oboji stikajo le pri obravnavanju jezika kot najpomembnejšega sredstva za konstrukcijo posameznika v medsebojnem kontaktu in anti-humanizmu (zavračanje esencializma in ideje o koherentnem, edinstvenem, nespremenljivem in racionalnem posamezniku) (prav tam). Jezik je torej tisti, ki nam omogoča ustvariti neko predstavo oziroma podobo o določeni stvari. Tu bi se s Saussurjem lahko strinjali, ko pravi, da stvar ne obstaja sama po sebi, ne visi nekje v zraku, pač pa je jezik tisti, ki zagotovi, da si lahko ustvarimo predstavo o določeni stvari in to predstavo v naših mislih tudi ohranimo, s poststrukturalisti pa lahko delimo mnenje, ko trdijo, da v določenih prelomnih trenutkih naše predstave lahko tudi spremenimo. Za razumevanje družbe moramo torej upoštevati jezikovni prostor in interakcije med njenimi člani.

Glavna razlika med obema strujama je torej predvsem ta, da poststrukturalizem ne verjame v fiksen in nespremenljiv pomen. Pomene je vedno mogoče izpodbijati, ustvariti dvom o njih, prav tako je pomen lahko sporen. Jezik je potemtakem prizorišče spremenljivosti, nestanovitnosti, nesoglasja in potencialnega konflikta, postane polje boja. Različni pomeni tekmujejo med seboj, med njimi obstaja neko rivalstvo, ki oblikuje razmerje moči. Jezik je polje nastanka in vzdrževanja identitet, hkrati pa se v tem polju identitete spreminjajo in rekonstruirajo. Pomen se spremeni v različnih situacijah in v pogovoru z različnimi ljudmi. Odvisen je od konteksta (prav tam: 41). Macdonaldova (2003: 9) je mnenja, da so pomeni, ki jih dajemo besedam in podobam, odvisni od kulturnih predvidevanj in jih pomagajo ohraniti za vedno ter na ta način ustvarjajo stereotipe. Po njenem mnenju so torej pomeni fiksni. Na določeni točki se tu z njo lahko strinjamo, saj se nekateri pomeni in predstave težko izkoreninijo, a to še ne pomeni, da je sprememba pomena nemogoča. Če se tu ozremo npr. na rasizem in stereotipiziranje nebelcev, lahko ugotovimo, da se je v stoletjih diskurz o njih spremenil. O radikalni spremembi ne moremo govoriti, opazimo pa počasne spremembe in tu definicija Macdonaldove o tem, da so pomeni nespremenljivi, ne zdrži.

2. 1 REPREZENTACIJA

Reprezentacija je eden ključnih pojmov te naloge, saj bomo v nadaljevanju govorili o reprezentaciji otrok oziroma mladostnikov na televiziji. Eden glavnih avtorjev teorije reprezentacij Stuart Hall (1997: 28) pravi, da reprezentacija povezuje pomen in jezik s kulturo. Reprezentacija je produkcija pomena preko jezika. Govorimo lahko o dveh sistemih reprezentacij, in sicer o mentalnih reprezentacijah in o jeziku. Mentalne reprezentacije so sistem, s pomočjo katerega dogodke, ljudi in stvari povezujemo z našimi predstavami ali koncepti v glavi. Podobe nam reprezentirajo zunanji in notranji svet ter nam omogočajo, da se v svojem govoru nanašamo, sklicujemo in kažemo nanje. Koncepte nato klasificiramo oziroma jih oblikujemo v smiselne predalčke. Pomen je odvisen od relacij med stvarmi v svetu in konceptualnimi zemljevidi, ki delujejo kot mentalne reprezentacije teh stvari. Konceptualni zemljevidi enega človeka so lahko povsem drugačni od zemljevidov drugega človeka in je tudi njihova interpretacija sveta drugačna (prav tam: 17-18).

Podobni konceptualni zemljevidi ne zadostujejo, potrebujemo še jezik. Jezik je drugi sistem reprezentacij, ki je vključen v celoten proces konstrukcije pomena. Preko njega uresničimo naše mentalne reprezentacije (prav tam: 18-19). Za uspešno komunikacijo je potreben tudi podoben način interpretacije znakov v jeziku. Prvi sistem reprezentacij so mentalne reprezentacije, ki oblikujejo konceptualne zemljevide, drugi sistem je jezik, ki povezuje te zemljevide s sistemom znakov. Produkcija pomena v jeziku nastaja v povezavi med stvarmi v svetu, koncepti in znaki. Ta proces, ki povezuje vse tri elemente, je reprezentacija (prav tam: 19). Pomen ni niti v stvari niti v besedi, določimo ga ljudje in je tako trden, da se nam čez čas zdi naraven in neizbežen (prav tam). Hall opozori še, da je treba reprezentacijo razumeti v luči kulturnega relativizma. Stvari, ljudje, dogodki nimajo stalnih, nespremenljivih, končnih ali resničnih pomenov. Družba je tista, ki proizvaja vseskozi spreminjajoče in v različnih kulturah različne pomene (prav tam: 61). Reprezentacijo ustvarimo ljudje, ne obstaja neodvisno od nas. Pravzaprav je njena prisotno, če ni ljudi, nesmiselna. Ljudje smo tisti, ki jo potrebujemo, da lahko povežemo stvari, koncepte in znake, da lahko neko stvar povežemo z našo predstavo o njej. Če tega pomena ni oziroma naše predstave o stvari ni, tudi stvar za nas ne obstaja. Začne obstajati šele, ko za nas dobi pomen oziroma nam je predstavljena.

S pomočjo reprezentacije stvari dobijo pomen, pomembno pa je, kako so skupine in identitete predstavljene. Medijski teksti ne odslikavajo sveta, svet le konstruirajo (glej Fairclough 1995a: 103). Katera reprezentacija bo prevladala, je odvisno od razmerja moči, o čemer smo govorili že v poglavju o jeziku in diskurzu.

O reprezentaciji ne moremo govoriti kot o resnici. Reprezentacija ni nujno realnost, pač pa le prikaz, ki naj bi realnost odseval. A to je le nedosegljiv ideal. Vedno, ko izbiramo, kaj bomo o določeni stvari povedali, kako jo bomo predstavili, del značilnosti izpustimo, del dogodka gre mimo nas. »Literatura o medijih in kulturne študije nas vseskozi spominjajo, da reprezentacija ni realnost, čeprav jo medijsko občinstvo včasih obsodi kot tako. Reprezentacije so rezultat procesa selekcije, ki neizogibno pomeni, da so določeni aspekti resničnosti osvetljeni, drugi pa zanemarjeni« (Croteau in Hoynes 2000: 194). In v tej zanki so tudi mediji, ki običajno niti ne poskušajo odsevati resničnega sveta (prav tam). Razkorak med resničnostjo in medijsko podobo je pri določenih načinih predstavljanja sveta precejšen. Mediji lahko ustvarijo popolnoma popačeno podobo o neki stvari in jim bo njihovo občinstvo vsaj do določene mere verjelo, še posebej, če gre za predstavitev v informativnih žanrih.

»Reprezentacija se v kakršni koli obliki ali mediju pojavi poleg bistvenega resničnega dogajanja. Besede in podobe, po definiciji in označitvi fenomena, okvirjajo termine, pod katerimi si predstavljamo določene stvari, in lahko vplivajo na ustvarjanje politike« (Macdonald 2003: 9).

Hall opredeli tri pristope k razumevanju sistema reprezentacij (glej Hall 1997: 24-25):

1. reflektivni pristop – pomen stvari je vsebovan v predmetu, osebi, dogodku ali ideji v materialnem svetu. Jezik naj bi deloval kot ogledalo, ki odseva resnične pomene. Pristop uspe pojasniti ikonične znake (npr. fotografijo), obstajajo pa tudi številni zvoki, glasovi, besede, ki z materialnostjo stvari nimajo ničesar skupnega.
2. intencionalni pristop – funkcijo jezika razume v terminih volje in namere. Ta pristop poudarja govorčev namen, saj pravi, da je govorec edini vir pomena v jeziku, kar pomeni, da bi se lahko sporazumevali v privatnih jezikih. Temu razmišljanju Hall nasprotuje, saj je mnenja, da je komunikacija odvisna od skupnih lingvističnih konvencij.
3. konstruktivistični pristop – poudarja družbenost jezika. Pravi, da niti stvari same po sebi niti individualni uporabniki jezika ne morejo določati pomena v jeziku. Stvari same po sebi ne pomenijo nič, so pa ljudje tisti, ki konstruirajo pomen tako, da uporabljajo sistem reprezentacij, konceptov in znakov. Konstruktivisti ne zanikajo materialnega sveta, pravijo le, da ni ta svet tisti, ki določa pomene. Ti so družbeno konstruirani in ne obstajajo zunaj časa in zgodovine, niti ne v predmetu, osebi ali dogodku. Konstruktivisti trdijo, da so

vsi znaki arbitrarni, kar pomeni, da med znakom in njegovim pomenom ne obstaja naravna povezava, ampak jo vzpostavlja kod.

Če pogledamo medijsko reprezentacijo, ta običajno pomeni način medijskega ponovnega predstavljanja dogodka oziroma zgodbe. Medijske reprezentacije so pomembne za oblikovanje in legitimizacijo identitet. Diskurz in reprezentacije, ki smo jim izpostavljeni, oblikujejo našo identiteto in mnenje o drugih ljudeh, prav tako lahko posameznike izločijo oziroma jih naredijo za drugačne in tuje.

V najožjem pomenu besede se pojem 'reprezentacija' nanaša na način konstrukcije pomena preko podob in jezika v skladu z vrsto dogovorov, s katerimi so seznanjeni komunikatorji in občinstva. Ti dogovori so del našega kulturnega znanja oz. izkustva. Reprezentacije se oblikujejo in krožijo znotraj pomenskega konteksta, katerega del so pojmi, kot so predpostavljajna, skupno izkustvo, zdrav razum, splošno znanje, ustaljena prepričanja, razširjena stališča ... Ti pojmi tvorijo tudi jedro našega lastnega kulturnega znanja. Pomenski kontekst in naša individualna znanja, vrednote in stališča usmerja sistem moči, ki lahko tem idejam in pomenom dodeli legitimnost ali pa tudi ne. V tem sistemu obstaja hierarhija, po kateri so nekateri pomeni označeni kot dominantni, drugi pa kot marginalizirani (Volčič 1999: 71-72).

2. 2 DISKURZ

Diskurz lahko v splošnem označimo kot uporabo jezika v določeni družbeni situaciji. Je tisti, ki družbo konstruira, zna oblikovati situacije, znanja, družbene identitete in odnose med ljudmi ali skupinami, hkrati pa to dogajanje oblikuje določene diskurze. Gre za dvosmerni proces. Prakse, ki ga oblikujejo, imajo zaradi njegove moči lahko ideološke posledice, saj pomagajo pri reproduciranju neenakih odnosov moči v družbi. Diskurz tistega, kar odstopa od povprečja, ne priznava, zaradi moči, ki jo ima, močno vpliva na dogajanje v družbi. In to dogajanje tudi oblikuje družbo. Ustvarja neko podlago za razumevanje določenega dogajanja med ljudmi ali npr. televizijskim občinstvom.

Diskurz nam omogoča konceptualni repertoar, s katerim lahko reprezentiramo sebe in druge. Nudi nam način za opisovanje oseb, npr. da je nekdo 'ženska', 'mlad' in 'nesposoben'. Vsak diskurz ljudem zagotavlja omejeno število lukenj (glej Burr 1995: 141).

Na tem, da stvari lahko dobijo pomen le znotraj diskurza, temelji konstruktivistična predpostavka. Burrova pravi, da nobena definicija diskurza ni zadostna. Po njenem se diskurz nanaša na niz »pomenov, metafor, reprezentacij, podob, zgodb in trditev, ki skupaj predstavljajo specifičen pogled na določen dogodek, posameznika ali družbeni razred« (prav tam: 48). Različne objekte obkrožajo številni diskurzi, vsak diskurz določeno stvar poskuša prikazati in konstruirati na drugačen način, izpostaviti različne vidike objekta (prav tam: 48). Ker smo ljudje različni, bi lahko Burrino trditev vzeli za svojo, v smislu, da vsi ne razmišljamo enako, vendar vse, kar s pomočjo diskurzov ustvarjamo, vse, o čemer govorimo, obstaja že prej. V naših glavah je že pred ustvarjanjem nekega pomena s pomočjo diskurza ustvarjeno pravilo, kako moramo ta pomen ustvarjati. »Diskurzi niso le abstraktne ideje, načini govora in reprezentacije stvari take, kot so. Diskurzi so intimno povezani z načinom organizacije in dogodki v družbi« (prav tam: 54). Pomeni, ki jih ustvarjamo s pomočjo diskurza, so kulturno pogojeni in odvisni od znanja in razumevanja, o čemer govori Michael Foucault, ki je na področju ukvarjanja z razmerjem moči, diskurzov in znanja (knowledge) eden izmed najbolj priznanih strokovnjakov. Ne ukvarja se več le z jezikom, ampak z diskurzom kot s sistemom reprezentacij. Po Foucaultu (glej Hall 1997:44) je diskurz skupek trditev in nazorov, ki usposobijo jezik, da lahko stvar v nekem zgodovinskem trenutku na določen način prikaže in reprezentira. Diskurz neko stvar razume kot produkcijo znanja skozi jezik, diskurz določi temo, skozi diskurz se konstruira znanje o tej temi, znanje pa nima le avtoritete predstavljanja resnice, ampak resnico tudi ustvarja. Znanje je tesno povezano z močjo. Za Foucaulta je moč posledica diskurza in ne oblika lastnine, ki jo nekateri imajo drugi pa ne. Moč, da nekdo lahko deluje na določen način, je odvisna od znanja, ki v nekem trenutku v družbi prevladuje. Ko nekaj na določen način definiramo ali predstavimo, reproduciramo določeno znanje, védenje, ki s seboj prinese moč. Po Foucaultu je znanje moč nad drugimi, moč definirati druge (glej Burr 1995: 63-66). In tisti, ki imajo moč, lahko ustvarjajo druge na način, ki si ga želijo. Kar velja tudi za medijski diskurz, ki ustvarja podobe realnosti, podobe ljudi na način, ki mu najbolj ustreza, ne glede na to, ali vsaj približno odseva realnost ali ne. »Za diskurze lahko rečemo, da niso niti zatiralni niti osvobajajoči, in to je bistvo tistega, kar je hotel povedati Foucault. Menil je, da je vsak diskurz teoretično lahko uporabljen za slabe ali dobre konce in da ni načina, kako predvideti

končni izid borb, v katerih se diskurz razvija. Vsak diskurz je potencialno lahko nevaren« (prav tam: 83).

»Diskurzi so sistemi pomenov, načinov reprezentacije nas samih in našega družbenega sveta, ki ne določa le tega, kaj mislimo in govorimo, pač pa tudi, kako čutimo in delamo. Diskurze lahko vidimo kot potencialno razvite iz ideologije, torej služijo moči in interesom relativno močnih skupin v družbi in hkrati ljudem ponujajo možnost, da se sami odločijo, kateri diskurz bodo uporabili« (prav tam: 85).

Macdonaldova (2003: 10) diskurz označi kot »jezik ali podobo, ki razkriva socio-kulturne korenine in njene socio-kulturne učinke. Je sistem komunikativnih praks, ki so neločljivo povezane s širšimi kulturnimi in družbenimi praksami in ki pomagajo ustvariti specifičen okvir razmišljanja«. To razloži s primerom, da četudi se nam izbira oblačil zdi kaprica, vseeno izbiramo tako, da spadamo v določeno paradigmo znotraj kulturnih praks. »Mikajoče je izolirati in pretiravati v vlogi medijev kot ključne institucije, ki ustvari in nato zadržuje določene diskurze« (prav tam: 10). Avtorica tu zajame bistvo diskurza, saj s primerom ponazori, da diskurz, ki določa kulturne prakse, določa tudi način življenja in izbiranja. Odločimo se za določeno pozicijo, ki je konstrukt, o čemer govori tudi Foucault, ki pravi, da naš način komuniciranja nikoli ne zajema realnosti na njen naraven način in je tako konstrukt. Vse oblike poznavanja in pogovora o realnosti zahtevajo zavzetje določene pozicije in tako pripomorejo h konstruiranju fenomena diskurza. Realnost obstaja neodvisno od diskurza, ideje o njej pa lahko izmenjavamo le preko diskurza (Hall 1997).

Parker trdi, da zunaj diskurza obstaja realnost in ta realnost nudi surov material, iz katerega lahko strukturiramo naše razumevanje sveta skozi diskurz (Parker v Burr 1995: 88).

Lutharjeva govori o specifično televizijskem diskurzu in zanj pravi, da

imamo v mislih televizijske kode, stile, žanre in konvencije, skupaj z uveljavljenim televizijskim urnikom in običajno televizijsko kontinuiteto ter profesionalnimi praktikami, tekstualnimi orodji in strategijami. Toda televizijski diskurz je še več kot le to, 'kar je na televiziji': je celota zunajtelevizijskih in tekstualnih praks (njeno intertekstualno okolje)« (Luthar 1992: 23).

3. MEDIJSKI DISKURZ

Od Guttenbergovega izuma tiska so mediji stalnica v svetovni družbi. Brez medijev si življenja malodane ne znamo več predstavljati. Seveda njihova prisotnost ni neopazna ali celo zanemarljiva. Mediji so tisti, ki vsaj do določene mere ustvarjajo našo realnost, predvsem tisto, ki nam je sicer nedosegljiva in z njo nimamo izkušenj. V tem poglavju tako ugotavljamo, kakšen je medijski diskurz in kako ta konstruira realnost, kajti zgoraj smo že ugotovili, da o realnosti v medijih ne moremo govoriti. Gre za medijski konstrukt.

O medijskem diskurzu lahko govorimo kot o posebnem diskurzu, ki je za to nalogo ključnega pomena. Mediji ne ustvarjajo pomena neodvisno od družbe. Medijski diskurz oblikuje naše podobe, naše razmišljanje, še posebej po vzponu televizije in elektronskih medijev, saj ima večina ljudi dostop do različnih medijev. Tisto, kar medijski diskurz predstavlja, postane pomembno za širše množice ljudi. Mediji reprezentirajo diskurz določene kulture in ga utrjujejo.

Fairclough medijski diskurz vidi kot način predstavljanja aspektov sveta – proces povezav in struktur materialnega sveta, duševni svet misli, občutkov, prepričanj in družbenega sveta. ... Različni diskurzi so različne perspektive sveta in so povezane z različnimi odnosi ljudi do sveta, ki so odvisni od njihovih pozicij v svetu, njihove družbene in osebne identitete ter družbenih odnosov, v katerih so z drugimi ljudmi. Diskurz ne le, da predstavlja svet, kakršen je, ampak so tudi projekcije podobne predstave možnih svetov, ki so drugačni od obstoječega (Fairclough 2005: 124).

Van Dijk meni, da medijski diskurz lahko vidimo kot obliko etnične hegemonije, ki je predpostavljena na dozdevno legitimnih ideologijah in obnašanjih ter je pogosto mirno sprejeta s strani članov dominantne večinske skupine. Ta edinstveni nadzor večine nad prevladujočimi oblikami javnega diskurza, politično in družbeno vodenje, dela upor manjšine proti večini še težji in bolj negotov (glej van Dijk 2000: 34). Van Dijk govori o tem, da je medijski diskurz tisti, ki predstavlja neko nadoblast, odloča, kdo je za družbo sprejemljiv in kdo ne. S tega vidika je medijska reprezentacija sporna in vredna razpravljanja. Medijskega diskurza se naučimo skozi tekst oziroma pogovor, nad njim imajo nadzor vladajoče politične, izobrazbene, raziskovalne in medijske elite (prav tam). Medijski diskurz nas ne uči le rasizma, o katerem govori van Dijk, pač pa tudi drugih oblik prepričanj in verovanj, za katere menimo, da so pravilne, ostalih pa ne vidimo ali ne želimo videti.

Medijski diskurz je tako glavni vir znanja ljudi, njihovega obnašanja in ideologije. Kadar vlada pomanjkanje alternativnih virov, kadar so nasprotujoče skupine šibke, takrat lahko mediji zlorabijo svojo moč in vzpostavijo diskurzivno in kognitivno hegemonijo, ki je nujna za reprodukcijo novega rasizma (manjšinam torej mediji niso tako dostopni – da bi sodelovali) ali kakšne druge oblike nadoblasti, diskriminacije ali še česa. Besede in mnenja manjšin niso slišane, ker nimajo dostopa do virov informacij in ker večina novinarjev ne spada v njihovo skupino oziroma manjšino. Manjšine v prispevkih redko govorijo, potrebujejo pripadnika večine, da potrdi njihovo mnenje oziroma pove nasprotno mnenje od mnenja manjšine (prav tam: 36-37). Ena od manjšin so tudi najmlajši člani vsake družbe, torej otroci in mladostniki. Tako lahko iz prej povedanega sklepamo, da otroci pri predstavljanju sebe nimajo veliko besede, saj so šibka skupina, niso v večini in je njihovo mnenje lahko večkrat preslišano. Medijski diskurz je pomemben sistem reprezentacije sveta. Posreduje nam številne informacije o dogajanju okrog nas in je pomemben dejavnik ustvarjanja podobe sveta v naših glavah. »V današnji družbi mediji predstavljajo močnega socializacijskega agenta. ... Gledalci se naučijo in ponotranjijo nekatere vrednote, prepričanja in norme, ki so predstavljene v medijskih produktih« (Croteau 2000: 15).

Medijski diskurz je torej specifičen in je del naše stvarnosti. Dogodki, ki jih televizija in drugi mediji prikazujejo, so le konstrukt, saj je nerealno pričakovati, da bi dogodke lahko predstavili objektivno in neodvisno od okoliščin in kulturnih okvirov naše oziroma katere koli družbe.

Novinarji imajo posebna 'očala' skozi katera nekatere stvari vidijo, drugih pa ne; stvari, ki jih vidijo, pa vidijo na določen način. Opravijo izbor in nato izbrano spet sestavijo. Pri izbiranju jih vodi načelo lova za senzacijami, za spektakularnim. Televizija kliče po dramatizaciji v obeh pomenih te besede: dogodek postavi na prizorišče in povečuje njegovo težo, njegov dramatični, tragični značaj (Bourdieu 2001: 17).

Spektakularnost, ki jo omenja Bourdieu, je tista, ki prispevku prinaša dodano vrednost, vendar ne prispeva k bolj pozitivnemu mnenju o televizijskem poročanju. Meja med javnim in zasebnim se pri tem nekoliko zabriše, slabe stvari so postale za televizijo in njeno poročanje dobre, dobro gledani so tudi filmi, ki vsebujejo veliko nasilnih vsebin. In takšna reprezentacija privede do konstruiranja realnosti, ki ne more biti odsev resničnosti. Novice so

polne nesreč in slabih dogodkov, a v realnosti se takšni dogodki ne ponavljajo povsod in vedno.

Tudi socialni konstruktivisti so mnenja, da predstavitev realnosti nikoli ne more biti popolnoma resnična, realna. Zato se pojavlja vprašanje, kaj realnost sploh pomeni. Mediji namreč lahko pomenijo oziroma nudijo tudi pobeg iz realnosti, kadar si ljudje realnosti ne želijo videti. Razkorak med medijsko vsebino in družbeno resničnostjo s takšnim razmišljanjem le raste, medijska vsebina v določenih pogledih postaja fiktivna. Na primeru, če bi se npr. otroci v neki situacijski komediji pojavili trikrat toliko, kot se pojavljajo v resničnem svetu, Croteau razloži več pristopov, ki poskušajo razložiti izvor in pomen medijske vsebine (Croteau 2000):

1. Vsebina je odsev producentov – lahko bi sklepali, da ta v otroke usmerjena vsebina odseva namen piscev in producentov. Za to pa imajo ti lahko različne razloge.
2. Vsebina kot odsev preferenc občinstva – lahko bi sklepali, da visoko število otrok odseva želje občinstva, kar ne pomeni nujno, da večji odstotek gledalcev predstavljajo otroci, lahko pomeni tudi, da situacijske komedije gledajo starši, ki uživajo pri gledanju smešnih mlajših otrok.
3. Vsebina kot odsev družbe na splošno – nekateri raziskovalci raziskujejo medijsko vsebino kot obseg družbenih norm, vrednot in interesov družbe na splošno – ne le občinstva. Nekateri analitiki bi celo rekli, da visok odstotek otrok v komediji izraža visoko stopnjo družbene zaskrbljenosti glede otrok.
4. Vsebina kot vpliv na občinstva – raziskovalci včasih preiskujejo medijsko vsebino kot potencialen vpliv na občinstvo. Mogoče bi lahko veliko število otrok spodbudilo pare, da bi imeli otroke.
5. Vsebina kot samoobsežen tekst – obstoječe telo obdelave se nanaša na medijsko vsebino kot tako.

Medijski analitiki so koncept reprezentacije ustvarili s pomočjo metafor (barvne leče ali selektivni filtri). Reprezentacija priznava medijsko odvisnost od znakov sistema, ki delujejo simbolično in konotativno (Macdonald 2003). Macdonaldova dodaja še, da se kasneje pojavi ideja, da mediji ne le reprezentirajo pač pa tudi pomagajo pri konstruiranju naših idej o resničnem svetu, o čemer smo tudi že govorili. »Kar mediji reproducirajo, je natančno reprezentacija družbenega sveta, podob, opisov, pojasnil in okvirov za razumevanje, kakšen je svet in zakaj deluje tako, kot deluje« (Bridges in Brunt prav tam: 14). Občinstvo verjame

tem podobam, mediji pa si s tem pridobijo moč, da tudi v prihodnje ustvarjajo reprezentacije, ki jih ljudje vzamejo za svoje.

V povezavi s sprejemanjem medijskih tekstov trenutno razmišljanje znotraj medijskih študij nasprotuje ideji občinstva, ki je izpostavljeno medijskemu diskurzu. Danes se, pravi Macdonaldova, raziskovalci strinjajo, da je vsako proučevanje pomena medijev hendikepirano, če ne upošteva odgovorov občinstva (prav tam: 24). Občinstvo je treba upoštevati tudi pri reprezentaciji določenih tekstov, ki jih ljudje ne bodo sprejeli, če v družbi niso splošno priznani. Vsak dan se srečujemo z nešteto diskurzi. Izbire, ki jih delamo, lahko vključujejo tehtanje različic resničnosti v okviru naše kulture, ampak samo dejanje je stvar posameznega učinka. A ljudje se lahko medijskemu diskurzu uprejo, posebej če so v določeno stvar vpleteni oziroma gre za njihove vrednote (prav tam: 24). Slepemu sprejemanju vsakršnih televizijskih reprezentaciji se je moč upreti, občinstvo ni le pasivno in ne sprejema vsega, kar mu televizija ponudi, kljub vsemu pa televizijska reprezentacija predvsem pri nepoznanih stvareh vsili svojo reprezentacijo, saj ljudje možnosti, da bi si o dogodku ustvarili lastno mnenje, nimajo.

Z reprezentacijo se pojavlja tudi diskriminacija, saj medijski teksti vseh družbenih skupin, vseh prebivalcev na svetu ne predstavljajo enakovredno in jih najbrž tudi ne morejo. Tako so določeni ljudje že vnaprej diskriminirani. V slabšem položaju so ženske, otroci, starejši ljudje, invalidi, rasne skupine, revni in še kdo. Težave se pojavljajo tudi zato, ker ljudje, ki soustvarjajo televizijski program, tovrstnih skupin ne poznajo oziroma se vanje ne poglobijo dovolj, da bi jih lahko prepoznali. »Reprezentacija (simbolno) vpliva na realno, ga legitimira ... Na drugi strani simbolno (tekstualno) lahko razvrednoti konkretno historično obliko ženskosti, materinstva, tujstva. Mediji namreč legitimirajo ene in marginalizirajo druge identitete ter mobilizirajo določeno razumevanje sveta« (Luthar 1996: 183). V določenem trenutku imajo mediji torej ključen pomen za konstituiranje realnosti in oblikovanje določenih identitet, kar je posebej pomembno, če govorimo o skupinah subjektov, ki so bili skozi zgodovino na različne načine zapostavljeni ter so imeli omejeno vlogo pri sooblikovanju interpretacije realnosti oziroma svojih identitet (v našem primeru so to otroci oziroma mladostniki).

3. 1 TELEVIZIJSKA REPREZENTACIJA

Televizijska reprezentacija je del medijske reprezentacije. Torej tudi televizija kot eden izmed medijev na določen način reprezentira svet. Mnogim gledanje v ekran predstavlja zabavo in dejavnost za preživljanje prostega časa. Televizija je postala sinonim za predvajanje javnih dogodkov. Uživa sloves kredibilnosti in poštenosti, ker film vsebuje nespornost, uredništvo novic je izbrano zaradi njihovega avtoritativnega in zaupanja vrednega načina, gledalci jih lahko kritizirajo, način prezentacije pa stremi k dolgem opazovanju (glej Comstock 1993: 126). In ravno v tem se skriva past tega fenomena. Televizija navzven kaže kredibilnost, ustvari si neko avtoriteto, vprašanje pa je, ali si jo tudi zasluži. Njeno videnje določenih stvari ni nujno pravilno, predvsem ne edino pravilno.

Televizija nas vsakodnevno obsuje z vrsto različnih sporočil, podob, pomenov. Ves čas nam nekaj predstavlja, določene stvari reprezentira. Kot smo zgoraj že ugotavljali, ta reprezentacija ni nujno realna, torej stvari nam niso predstavljene realno, ampak so odvisne od subjektivnega pogleda ustvarjalca sporočila, od kulturnega relativizma, konstruiranega pomena in še česa.

Lutharjeva pravi, da:

televizija, sama po sebi slaba, postane nekaj vredna šele, ko občinstvu posreduje že legitimirano visoko kulturo. Skladno s tem stališčem je pozitivna plat televizije le v njeni vlogi medija transmisije. Drug način njene legitimacije (ali pa druga vrsta diskurzov znotraj katerih televizija lahko igra pozitivno vlogo) je njen odnos do 'resničnosti' – prenašala naj bi dogodke v živo, 'kot so se zgodili'. Šport, javni državni dogodki, informativne oddaje so 'dobra televizija', saj naj bi omogočali neposredovan dostop do realnega sveta. To normativno stališče ne uvidi, da ne določa zunanja realnost vsebine npr. TV dnevnika, temveč obratno, TV dnevnik določa, kaj bo danes predstavljalo 'zunanjo, golo resničnost' (Luthar 1992: 16-17).

Zadnji stavek potrjuje trditev, da resničnost izven medijev ne obstaja. Česar v medijih ni, ne obstaja. Dogodka, ki ga v medijih ni, ga ni, in temu pravimo televizijska reprezentacija, saj ne gre za tisto, kar je res, pač pa za predstavljanje le nekaterih dejstev, ki so pomembna z vidika ustvarjalca televizijskih besedil.

Gray za televizijsko reprezentacijo uporabi kar Gramscijev pojem hegemonije. Pri tem se osredotoči na predstavljanje črncev, ki so bili v preteklosti in so na nek način še danes predvsem v ameriški družbi predstavljeni v slabi luči. Suženjstvo se še danes odraža v njihovem življenju, spomin ohranja tudi televizijska reprezentacija, saj je na televiziji še vedno govora o tem. Gray pravi, da je reprezentacija življenja črncev rutinsko prekinjena, selektivno izbrana in nezavedno postaja del zakladnice ameriškega rasnega spomina. Družbeni in rasni pomeni, ki so rezultat teh procesov, se v medijih pojavljajo kot naravno in dano in ne kot družbeno in konstruirano (Gray 1994). Bill Nichols dodaja, da ideologija uporabi proizvodnjo podob in procesov reprezentacije, da bi prepričala nas, da takšne, kot so stvari, tako so tudi predstavljene in da je prostor, ki nam ga nudijo, prostor, ki bi ga morali imeti (Nichols prav tam: 1994). S hegemonijo Gray določi materialne in simbolične procese, s katerimi so te rasne reprezentacije in razumevanje ustvarjene in naturalizirane. Ideološke reprezentacije se zdijo naravne in univerzalne, namesto da bi bile rezultat družbenega in političnega boja za moč. Proces medijske izbire in primernosti je le del igre hegemonije. Množični mediji in popularna kultura sta, pravi Hall, mesti, kjer potekajo boji za pomen in moč za reprezentacijo hegemonije. Čeprav popularne kulturne oblike predstavljajo reprezentacijo rase in rasne (ne)enakosti, problematična ostaja moč teh pomenov. Pomeni so namreč vedno odprti za pogajanja. V popularni kulturi je ideologija zavarovana s psihološkim pozivom k utopičnim vrednotam in navdihu ter sočasni represiji in premestitvi kritičnih občutkov, ki identificirajo družbeno in ekonomsko organizacijo ameriške družbe kot vira neenakosti (prav tam). Iz Grayevih trditev lahko vzporednice prenesemo tudi na otroke. Tudi tu gre za reprezentacijo dela človeške družbe (kot pri rasah) in v pomenih, ki jih dobimo iz televizije ali drugih medijev, gre za hegemonijo odraslih (močnejših) v odnosu do mlajših (šibkejših). Odvija se boj za hegemonijo nad reprezentacijo vsebin o šibkejših. Televizijska reprezentacija je torej primat močnejših, pomeni pa predstavo neke skupine o nečem, predstavljeno v televizijskem tekstu, podobi.

4. OTROK IN TELEVIZIJA

Otroci in mladostniki so ključen pojem naloge. Že v otroštvu so ljudje izpostavljeni medijem in mediji jih tudi predstavljajo. Na vprašanje, kdo sploh so otroci oziroma mladostniki, se bomo osredotočili v tem poglavju. Zakaj so šibkejša skupina, kakšna je njihova vloga v medijih, kako so z mediji povezani. Kot vsak človek imajo tudi otroci v odnosu do medijev različne pravice, zapisane v različnih pravnih aktih. Osredotočili se bomo tudi na pravne pravice otrok v medijih ter socializacijski učinek medijev na otroke, ko želimo izpostaviti pomen medijev pri odraščanju otrok, izoblikovanju njihovega mnenja, njihove samopodobe in vpliv medijev na predstavo o svetu, ki je izven otrokovega dosega.

4.1 OTROŠTVO IN MLADOST

Otroštvo in mladost sta dva pojma, ki ločujeta mlajše od starejših. A tudi ta dva pojma nista enoznačna, saj so mnenja o tem, kje se začne in konča otroštvo oziroma mladost deljena. V tem poglavju bomo skušali kratko predstaviti otroštvo in mladost ter osnovne karakteristike obeh obdobj. Otroci so namreč že v otroštvu izpostavljeni medijem, predvsem je zanje ključna televizija, saj jih spremlja že od zgodnjih dni. Če govorimo o razvoju posameznika, lahko osebni razvoj po Museku in Pečjaku okvirno razdelimo v pet večjih razvojnih obdobj: otroštvo, mladostna doba, odrasla doba, doba zrelosti in starost. V vsakem od teh obdobj se dogajajo spremembe, ki zadevajo vsa področja naše osebnosti in obnašanja (Musek in Pečjak 1992). Avtorice knjige *Otrokov svet* otrokov razvoj razdelijo na več faz (Papalia in druge 2003): prenatalni razvoj, novorojenček (do 4. tedna starosti), dojenček, malček, zgodnje otroštvo, srednje otroštvo in mladostništvo.

Pojmov otroštvo in mladost ne poznamo od nekdaj. Pred srednjim vekom se otroštvo kot življenjska doba sploh ne pojavlja, uveljavi se šele kasneje. Sprva je imelo otroštvo zelo širok pomen, beseda je označevala tako otroka kot adolescenta. Beseda otroštvo je bila povezana s predstavo o odvisnosti, izstopiti iz otroštva je pomenilo isto, kot izstopiti iz odvisnosti ali vsaj iz največje odvisnosti. Beseda adolescenca je svojo podobo začela dobivati v 18. stoletju (Aries 1991). Vidimo, da je imelo otroštvo in tudi mladost v različnih obdobjih različno vlogo.

Mladost je, se Uletova strinja z Ariesom, odkril šele evropski novi vek. Takrat je šlo za vzpon meščanskega individualizma in odkritje mladosti je bilo v družbah, kjer mesto posameznika ni

bilo že vnaprej določeno in ki so dopuščale razmah individualnosti, nujno. A povečevanje deleža posameznika v procesu odraščanja ne pomeni, da je mladost postala kaj manj podvržena družbenim imaginacijam, zlasti ideološkim projekcijam. Pritisk družbe na proces odraščanja se je okrepil in instrumentaliziral (glej Ule 1995a: 14). Pomembni za socializacijski proces niso le vzgojno-izobraževalni sistemi pač pa tudi delovne organizacije, politične in religiozne institucije ter množični mediji, ki dopolnjujejo, prekrivajo in korigirajo vplive vzgojno-izobraževalnih agensov (glej Ule 1995b: 31-32). Meščanstvo je v svoji pedagogiki odkrilo otroštvo in njegov poseben svet in nato še svet mladosti. Odrasli so začeli posegati v otroški svet s posebnimi 'pedagoškimi' intervencijami in ne z golo silo, avtoriteto itd. Čustvene vezi med otroki in starši so postale orodje teh intervencij. Vsaj meščanskim otrokom so dopuščali, da si ob vsej socialnoekonomski odvisnosti od odraslih razvijejo svoj svet in svojo skupnost otrok (glej Ule 1988: 14)

Danes je otrok posebna kategorija v odraščanju, prav tako adolescenca oz. mladostništvo. Otroštvu in mladosti je skupno to, da obe življenjski obdobji označujeta posameznikovo nepolnoletnost, nedoraslost, zasnovano na socioekonomski odvisnosti od staršev in od raznih vzgojnih in nadzornih institucij (glej Nastran Ule 1996: 11). Globočnik mladost definira kot:

obdobje med otroštvom in odraslostjo, ki predstavlja pomembno prehodno obdobje od ene k drugi fazi življenja. Mladost je vezana na nekatere sociopsihične procese oblikovanja osebnosti in vraščanja posameznika v družbo, ki jih razumemo pod pojmom adolescenca. Mladost je razvojni premor, moratorij v razvoju, ki dopušča posamezniku eksperimentiranje s socialnimi vlogami, iskanje njegovega mesta v družbi (Globočnik v Bučar-Ručman 2004: 25).

Pri mladosti gre torej za psihofizični proces odraščanja, zato so v plemenskih družbah konec pubertete in vstop v odraslost največkrat izenačili. Razlog za oblikovanje mladosti kot posebnega življenjskega obdobja med otroštvom in odraslostjo je razlika med psihofizično doraslostjo in osebnostno-socialno odraslostjo. Otroštvo pripada še področju naravnega, odraslost pa področju družbenega in kulture, mladost pa pomeni nekakšen prehod iz narave v kulturo in obenem reproducira razliko narava/kultura (glej Ule 1995a: 13). Mladostnike se socialno in ideološko konstruira kot navidezno homogeno socialno skupino, ki je odvisna od posebnega socialnega in obenem individualnega biografskega položaja socialnega otroštva (glej Ule 1988: 35). Uletova dodaja še, da obče veljavnih opredelitev mladostnikov in mladosti zunaj vsakokratne družbene in zgodovinske situacije ni. Opredelitve se oblikujejo v

vsakokratni družbi v skladu z njenimi značilnostmi, ideologijo in potrebami (glej Ule 1996: 10).

Mladost za posameznika predstavlja domeno fantazem in projekcij v preteklo ali prihodnje življenje, ki so nujne zato, da sploh prenesejo nasprotja in konflikte, k jih povzroča uvrščanje v status polnopravnih članov družbe. Prav to dejstvo dela mladost silno občutljivo za konstrukcije socialnih vlog in statusov, za predstave o smotrih življenja (glej Ule 1995a: 15). Mladost je tudi zelo realistična, in sicer zato, ker še ni docela vpletena v družbeno tkivo, ker se lahko do neke mere distancira od njega in ga opazuje z drugačnimi očmi kot tisti, ki so vpleteni v 'splet norosti in bolečine' vsakdanjega življenja (prav tam: 15).

Procese psihofizičnega dozorevanja posameznika v obdobju mladosti obravnavamo pod pojmom adolescenca, ki ga pozna, kot smo videli zgoraj, tudi Aries. Adolescenca je psihološki pojem, povezan s procesi dozorevanja osebnosti po zaključku pubertete. Da posameznik razvije stabilen značaj ter dobi razpoznavno in družbeno priznano identiteto, mora razviti različne kompetence za delovanje v družbi. ... Posameznik si ustvari določeno podobo o sebi, notranji koncept predstav, stališč, sodb, vrednotenj in ocen o lastnih možnostih delovanja v svetu. Razvoj stabilne podobe posameznika o sebi izhaja iz ujemanja med njegovimi kompetencami za delovanje in aktualnimi življenjskimi situacijami z vsakokratnimi zahtevami (glej Ule 1995b: 29). Adolescenca je individualno specifičen proces psihofizičnega in socialnega oblikovanja osebnosti, v katerem se posameznik usposobi za normalno opravljanje svojih spolnih, delovnih in kulturno specifičnih vlog. Pojem mladost označuje bolj socialni status posameznika, ki normalno, ne pa nujno in v celoti, pripada adolescentu (glej Ule 1988: 19).

Na angažiranje mladostnikov pri reševanju družbenih težav kažeta selektivnost in zrelost mladostnikov pri dojetanju družbenih problemov in njihovih lastnih problemov, torej mladostniki niso le pasivni spremljevalci družbenih dogajanj (prav tam: 101). Se pa mladostniki ne želijo vezati na ideološke, obsežne vrednostno – normativne sisteme. Izogibajo se zlasti političnih institucij, so nezaupljivi do javnih medijev, do množične kulture itd. (prav tam: 118). Torej lahko rečemo, da mladostniki v smislu, ki jih pozna le kot podrejene in socialno, politično in ekonomsko odvisne 'velike otroke', mladost pa kot podaljšano otroštvo, izginjajo. Vsak poskus vzpostavitve mladostnikov kot socialne enote v tem smislu vodi do lažne homogenizacije, ki zagotavlja ohranjanje podrejenega statusa enim in ohranjanje moči drugim nad procesi socializacije (prav tam: 126). Že konec sedemdesetih let se je pojavila

teza o spreminjanju oziroma izginjanju klasične mladosti kot vmesnega ali prehodnega obdobja. Po mnenju von Trotha gre pri spreminjanju mladosti za strukturno reorganizacijo socializacije, ki odpravlja potrebo po posebni vmesni fazi med otroštvom in odraslostjo. Namesto o mladostnikih govori o 'mladih odraslih', kar je na nek način vrnitev v obdobje pred oblikovanjem mladosti in mladostnikov v modernih razvitih družbah (glej von Troth v Ule 2000a: 18). Uletova pravi, da se je otroški odlog izoblikoval prej kot samostojni mladostniški odlog, danes pa se razmerje med njima spreminja. Že otroci so fascinirani z mladostjo in njenimi možnostmi ter skušajo usmerjati otroštvo v skladu s tako predvideno mladostjo. Kar izkušajo mladostniki, se skozi vplive medijev, starejših vrstnikov, z veliko hitrostjo seli v vidno manjše generacije. Dejavnosti mladinske kulture tako hitro postajajo domena otroške kulture. Razširjanje mladosti v leta otroštva postavlja pod vprašaj otroštvo kot samostojno biografsko obdobje zavarovane in družinsko nadzorovane rasti posameznika. Gre za težnjo po koncu otroštva in prehodu v mladost (glej Ule 2000a: 21). Mladostniki s podaljševanjem mladosti pravzaprav kompenzirajo manjšo zastopanost v družbi. Na mnogih življenjskih področjih so mladostniki že mnenjski vodje ali pomembni nosilci novosti (prav tam: 24).

4. 2 OTROCI IN MEDIJI

Ker so mediji danes zelo prisotni v družbi, jim tudi najmlajši člani družbe ne morejo ubežati. Mediji, še posebej televizija, jim pogosto nadomeščajo druženje s prijatelji, preganjajo osamljenost in zapolnjujejo prosti čas. »Za današnje otroštvo so po eni strani značilne spontane možnosti za delovanje, po drugi strani pa preobilje medijskih dražljajev. S temi se otroci soočajo le kot gledalci, brez sodelovanja, prav tako ne morejo prispevati svojih idej« (Eicke 1994: 46). Trditev napeljuje na razmišljanje o tem, da otroci veliko besede v medijih nimajo, ampak so odvisni od ustvarjalcev programa.

Če za primer vzamemo mladostnike v starosti med 13 in 17 let (ravno to skupino bomo obravnavali v praktičnem delu na primeru nesreče v diskoteki Lipa, o. p. M. K.), je zanje značilno, da se zaprejo v skupine sovrstnikov. Vsaka skupina ima svoje vrednote, norme in načine obnašanja. Pripadnost določeni skupini je za mladostnike zelo pomembna in v tej fazi imajo mediji velik vpliv. Mladostniki lahko od njih prevzamejo simboliko subkultur ali pa se jih dotikajo neposredno, torej le, kdor je vedno na tekočem, uživa ugled v skupini in pripada notranjemu krogu skupine. Kdor je izoliran iz skupine, ne pripada nobeni, ta veliko časa preživi pred televizijo in z njo poskuša nadomestiti občutek pripadnosti skupini, željo po

priljubljenosti (prav tam). In to je lahko nevarno, saj televizija ne more nadomestiti prave družbe, pravih, živih prijateljev. In če otrok že v zgodnji dobi družbo nadomešča s televizijskim ekranom in podobami, ki jih tam srečuje, bo to počel tudi kasneje. Ogrožena je njegova socializacija, torej njegovo družbeno udejstvovanje tudi v nadaljnjem življenju, ne le v tem obdobju.

Kakšni pa so lahko otroci? Zahodne kulture so ustvarile ideologijo otroštva kot idilično stanje nedolžnosti, kar delno izhaja tudi iz krščanstva, ki idealizira otrokovo preprostost in nepokvarjeno stanje kot prvi pogoj za vstop v nebeško kraljestvo. Calvinisti so otroke opisovali kot prgišče naravne zlobe, ki jih je treba rešiti in osvoboditi. Iz majhnih hudičkov v majhne angelčke jih je možno preobraziti le z nego in božanskim učenjem. Ideologija otroške nedolžnosti je bila progresivno spodkopana s strahovi o pokvarjenem otroštvu. Vse ideologije o otroštvu so zasnovane na predpostavki, da je stanje otroštva drugačno od odraslosti in tudi od adolescence (glej Cottle 2003: 110). Tu se kažejo nasprotja glede mišljenja o otrocih. V nadaljevanju bomo skušali potrditi trditev, da tudi mediji otrokom pripisujejo te skrajne vloge – angelčkov na eni in hudičkov na drugi strani. Potter je mnenja, da otrokovega izpostavljanja ne moremo primerjati z odraslim. Otroci se od odraslih ne razlikujejo le zato, ker imajo manj izkušenj. Imajo tudi manjšo sposobnost osmisliti svoje izkušnje in so zato tudi za televizijsko reprezentacijo (ki je tema te naloge, o. p. M. K.) bolj občutljivi. Ko kognitivno, čustveno in moralno odrastejo, so sposobni razvijati osnovne vrline s sprejemanjem več simbolov v svojih izpostavljanjih, spoznavanju vzorcev in bolj učinkovito združevati pomene. Ko stopijo v najstniško dobo, pridejo skozi zadnja zrelostna vrata in so bolj napredni v analizah, primerjanju, ocenjevanju, abstrakciji, posploševanju, sintezi. Njihov razvoj ni več odvisen od stopnje zrelosti pač pa od njihovih izkušenj. Če izpostavimo emocionalni razvoj, je ta pomemben z vidika, da lahko medijska sporočila zbudijo čustva v ljudeh pri vseh starostih. Čustev se nam ni treba naučiti tako, kot se naučimo besed, da lahko beremo. Višjo stopnjo čustvene inteligence razvijemo tako, da si nabiramo izkušnje in da opazujemo naša čustva (Potter 1998).

Mediji, avtoritete, institucije in zakoni, pravi Uletova, legitimirajo socialno otroštvo mladostnikov, kar daje najsplošnejše ideološko pokritje podrejenega socialnega statusa mladostnikov nasproti odraslim in s tem opravičuje posege države v življenjske razmere mladostnikov (glej Ule 1988: 33). Pomembno vlogo ideološkega posploševanja govora o mladostnikih igrajo javna informacijska sredstva in znanost. Že sicer povsem nevtralnno pisanje o mladostnikih je velikokrat polno pokroviteljskih teženj, skritih za samoumevnostmi običajnega razuma, podcenjevanja dosežkov mladostnikov ali izražanja strahu pred

določenimi oblikami njihovih dejavnosti (npr. poročila o ekscesih itd.) (glej Ule 1988: 34). Tudi znanstvene raziskave in dela o mladostnikih prispevajo k reprodukciji paternalističnega govora o mladostnikih in pedagoškega odnosa do mladostnikov. V pisanje o mladostnikih se projicirajo želje, predstave piscev o samih sebi in družbi. Odnos pisca do mladostnikov je vedno tudi odnos do njegove lastne mladosti oziroma odraslosti (prav tam: 34). Pojem problematičnosti in problemskosti, kadar se uporablja za oznako dogajanj med mladostniki, je izrazito pristranski in nabit z vladajočo ideologijo določene družbe. To še ne pomeni, da mladostniki nimajo težav in da družbena in simbolna konstitucija mladosti ni problematična. Pač pa vrednotno-normativna in ideološka obremenjenost govora o mladostnikih, o pedagoških, ekonomskih, političnih intervencijah, vsakdanji svet mladostnikov dodatno obremenjuje ter zastranjuje življenjske potrebe mladostnikov in njihovo lastno razumevanje teh problemov (glej Ule 2000b: 83).

4. 3 PRAVNE PRAVICE OTROK V MEDIJAH

Včasih otrok niso obravnavali kot posebne skupine ljudi, danes pa pridobivajo vse več pravic, namenjenih izrecno njim kot posebni skupini, skupini otrok. Jasno je, da otrokom pripadajo vse tiste pravice, ki jih ustava, deklaracija o človekovih pravicah in svoboščinah ter drugi dokumenti zagotavljajo vsem prebivalcem, imajo pa še nekatere dodatne, ki so namenjene le njim. Združeni narodi so 20. novembra 1989 sprejeli Konvencijo o pravicah otrok; podpisale in ratificirale so jo vse države, razen ZDA, Somalije in Cookovih otokov (David 1999: 34-35). To je že eden izmed dokazov, ki kaže na to, da se vse več držav zaveda, da so otroci posebej ranljiva skupina, ki poleg splošnih pravic zahteva tudi posebne pravice. Vprašanje, ki se tu poraja, je, koliko posamezne države otrokove pravice upoštevajo, vendar je to že povsem druga tematika. Tudi mediji morajo pri tem upoštevati določene okvire. V členu 13. 1 zgoraj omenjene konvencije je zapisano: »Otroci imajo pravico do svobodnega izražanja mnenja, ta pravica mora vključevati pravico do iskanja, sprejemanja in širjenja vseh informacij in idej, ne glede na meje, širijo jih lahko ustno, lahko jih zapišejo ali natisnejo, v obliki umetnosti ali preko katerega koli medija, ki ga otrok izbere.« Torej so tudi otroci tisti, ki lahko in imajo pravico sodelovati v medijih, tako kot vsak drug državljani oziroma pripadnik družbe. V 17. členu je zapisana vloga države pri razširjanju otroških vsebin.

Države članice se zavedajo pomembne funkcije, ki jo opravljajo množični mediji in morajo otrokom zagotoviti dostop do materialov in informacij različnih nacionalnih in mednarodnih virov, še posebej tistih, ki promovirajo socialno, duševno in moralno dobro ter psihično in duševno zdravje teh virov. Da bi to dosegle morajo članice:

- *Spodbujati množične medije, da širijo informacije, ki otrokom koristijo v socialnem in kulturnem smislu v skladu z 29. členom (ta govori o vzgoji, op. M. K.).*
- *Spodbujati mednarodno sodelovanje pri produkciji, izmenjavi in širitvi omenjenih informacij iz različnih kulturnih, nacionalnih in mednarodnih virov.*
- *Spodbujati nastajanje in širitev otroških knjig.*
- *Spodbujati množične medije, da namenijo posebno pozornost jezikovnim potrebam tistih otrok, ki pripadajo manjšinam.*
- *Spodbujati razvoj potrebnih pravil, ki služijo kot zaščita otrok pred informacijami in materiali, ki so škodljivi za njihovo dobrobit, in jih opisuje 18. člen. (Ta člen se nanaša na odgovornost staršev, op. M. K.).*

Televizija je specifičen medij, ki ga spremlja največ otrok, njihovo pojavljanje pa je v večji meri zastavljeno. Če se že pojavijo, je njihova podoba zamegljena, daleč od tiste prave. »Kadar otroške zgodbe pridejo na naslovnice, se te običajno nanašajo na stvari, ki niso pomembne za otrokovo življenje, ampak so dramatične in ekstremne. Media Wise Trust trdi, da je večji del otrokovega predstavljanja v medijih negativno; če niso žrtve, divji ali otroški vojaki, so nevidni« (*To Speak, Participate and Decide – the Child's Right to be heard 2006*). V mednarodni sferi obstaja tudi dokument komisije Združenih narodov, ki je nastal 15. septembra 2006 na podlagi Plan-a, organizacije otrokovih pravic, ki deluje v 62-ih državah sveta. Naslov dneva vsesplošne diskusije, na podlagi katerega je nastalo tudi besedilo, je *Govoriti, sodelovati in odločati – otrokova pravica biti slišan*. Priporočila, ki so jih ob tej diskusiji sprejeli oziroma zaključki, do katerih so prišli, se nanašajo na otrokove pravice v medijih (*prav tam*):

1. Mediji za otroke morajo vključevati otroke v vseh fazah produkcije, od zasnutka do končnega produkta. Pri tem mora produkcija spoštovati pravico do nediskriminacije in vključitve s tem, da si prizadeva vključiti otroke različnih starostnih skupin, spola in socialnega položaja.

2. Mediji za odrasle morajo vključevati otroške glasove, kadar se stvari nanašajo na otroke in kadar je pri določeni stvari pomembna otrokova perspektiva.
3. Otrokom morata biti zagotovljena vaja in viri za sodelovanje v medijih, oboje skozi priložnosti za profesionalen medijski trening ter skozi aktivnosti v šoli in v družbi ter pod pogoji produkcije visoko kvalitetnih proizvodov, ki so sposobni doseči široko občinstvo. Predmet medijev mora biti vgrajen v šolski urnik.
4. Medijski sektor mora biti nujno občutljiv in obveščen ter mora prevzeti odgovornost za informiranje sebe o otrokovih pravicah, da se izrazijo, da so slišani in da sodelujejo ter za oblikovanje svojega dela sektorju omogočiti uporabo navodil Konvencije o otrokovih pravicah.
5. V luči standardov v Konvenciji o otrokovih pravicah morajo biti mediji sistematično nadzorovani in ocenjeni tako s strani odraslih kot otrok in ugotovitve se morajo odražati v aktivnem sodelovanju relevantnih akterjev.

Otroška televizijska pogodba, ki je bila napisana v Melbournu marca 1995 pa določa (*The Children's Television Charter 2006*):

1. Otroci bi morali imeti programe visoke kakovosti, ki so narejeni samo zanje in jih ne prikazujejo kot junake. Ti programi morajo poleg zabave otrokom omogočati popoln fizični, mentalni in družbeni razvoj.
2. Otroci bi morali slišati, videti in izražati sebe, svojo kulturo, jezik in življenjske izkušnje skozi televizijske programe, ki bi potrjevali njihov občutek sebnosti, družbe in prostora.
3. Otroški programi bi morali promovirati zavedanje in vrednotenje druge kulture vzporedno z otrokovim osebnim kulturnim ozadjem.
4. Otroški programi bi morali biti razpršeni žanrsko in vsebinsko, a ne bi smeli vključevati neupravičenih prizorov nasilja in spolnosti.
5. Otroški programi bi morali biti objavljeni v pravilnih razmakih v času, kadar jih otroci lahko gledajo in/ali distribuirani skozi druge široko dostopne medije ali tehnologijo.
6. Na voljo mora biti dovolj sredstev za pripravo teh programov na najvišji možni ravni.
7. Vladne, produkcijske, distribucijske in državne organizacije bi morale priznavati pomembnost in ranljivost prvotnih otroških televizij ter jih podpreti in zaščititi.

Televizijskim programom v nadaljevanju veliko pozornosti ne bomo namenjali, se je pa pomembno zavedati, da so otroci tudi zaradi programske shematike posameznih televizij reprezentirani tako, kot so. Zato so pomembna zgornja načela, ki vsaj nakazujejo, kako naj bi pri sestavi otroškega programa, kjer morajo biti predstavljeni tudi otroci, ravnali odgovorni.

Zagotovo je v takšne programe treba vključevati tudi otroke, saj so oni tisti, ki vedo, kdo so in na kakšen način morajo biti predstavljeni.

4. 4 SOCIALIZACIJSKI UČINEK MEDIJEV

Socializacija je predvsem v zgodnjem obdobju odraščanja pomemben proces, ki oblikuje kasnejšo podobo posameznika. Gre sicer za nikoli končani proces, ki je najbolj viden in pomemben ravno v dobi otroštva. Zato je pomembna tudi reprezentacija otrok na televizijskem ekranu, saj tudi to vpliva na otrokov razvoj mišljenja o svojih sovrstnikih, nenazadnje pa tudi o sebi. Erjavčeva in Volčičeva pravita, da televizija najmlajšim pogosto nadomešča družino, šolo, izkušnje iz resničnega življenja. V tem odnosu je televizija ključna socializacijska institucija, čeprav slika lažno življenje in te neresnične medijske podobe se mora zavedati vsak. »Televizija ima ključno socializacijsko vlogo. Otroci se učijo opazovati in posnemati dejavnost« (Erjavec in Volčič 1999b: 29). Erjavčeva k temu, dodaja:

Proces, prek katerega otroci in mladostniki sprejemajo svoje fizično in družbeno okolje, sociologi imenujejo internalizacija. Otrok postopoma prevzema svet svojih staršev in si ga s ponotranjenjem prisvaja. V nadaljevanju se vzpostavijo motivacijske vezi, proces, s katerim je mogoče doseči to stopnjo, pa je socializacija, kar za posameznika pomeni vsestransko in dosledno uvajanje v objektivni družbeni svet ali v eno od njegovih področij (Erjavec 2004: 12).

Prevladuje mnenje, da proces socializacije traja vse življenje, najpomembnejše pa je začetno obdobje, t. i. obdobje primarne socializacije, ki poteka v otrokovih najzgodnejših letih. Poleg znanja in spretnosti za uspešno bivanje v družbi otroci prevzemajo tudi vrednote pomembnih drugih in družbe, ki jih obkroža. Medtem ko se primarna socializacija nanaša na socializacijo v zgodnjem otroštvu, ki se odvija predvsem v družini, do sekundarne socializacije prihaja predvsem v kasnejših letih, ko je družina manj vpletena in večji vpliv uveljavljajo drugi dejavniki. V zahodni družbi socializacijo izvajajo tudi izobraževalni sistem, poklicna in vrstniška skupina ter množični mediji (prav tam: 12).

V minulem stoletju se od pojava televizije pojavi več teorij o tem, kako televizija predstavlja svet, kaj je realno in kaj ni, kakšne so posledice, postala je dežurni krivec za dogajanje v družbi.

Medije, še posebej televizijo, so okrivili za vse mogoče nesreče, od povečanja mladinskega nasilja do povzročanja izgredov in ustvarjanja 'tebeotov'. Nasprotniki televizije pravijo, da ta otrokom zmanjšuje sposobnost koncentracije, pisne komunikacije, omejuje kreativnost in izvirno mišljenje ter povzroča motnje v socializaciji otrok in v splošnem procesu učenja. Nekateri zagovorniki televizije trdijo, da predstavlja otrokom okno v svet, jih seznanja z informacijami o dogodkih in krajih, o katerih drugače ne bi izvedeli ničesar, drugi pa temu dodajajo, da televizija ponuja ravno tiste informacije, ki jih gledalci želijo: zabavni program brez informacij (Erjavec in Volčič 1998: 4).

V občinstvo usmerjene kritične raziskave pravijo, da gledalci in bralci konstruirajo svoje pomeni iz tekstov. Občinstvo ne prejema enostavno sporočil, ampak dekodira tekste. Tako imajo nadzor ne le nad pomenom, ampak tudi nad vlogo, ki jo teksti igrajo v njihovem življenju (Fiske v Condit 1994). Ta kritična teorija je radikalno prekinila prejšnje mišljenje, da mediji nadzorujejo verovanja in obnašanja. Danes predvidevajo, da so teksti polisemični, kar pomeni, da lahko prenesejo množico pomenov zaradi različnih intertekstualnih odnosov, ki jih nosijo, in zaradi različne konstrukcije oziroma interesa prejemnikov (prav tam). Vseeno je reprezentacija tekstov s strani občinstva odvisna od njihovih sposobnosti dekodiranja sporočil in njihovega dostopa do nasprotujoče retorike. Občinstvo ni niti preprosto upirajoče niti se ne pusti voditi za nos (Condit 1994). Kot vodilno teorijo, ki skuša razložiti način sodelovanja množičnih medijev v procesu socializacije, Erjavčeva izpostavi t. i. teorijo socialnega modeliranja. Posamezniki po tej teoriji opazujejo druge pri obnašanju in si zapomnijo posledice takšnega obnašanja in če opazijo pozitivne posledice, potem jim to obnašanje pomeni znak oziroma vzor za posnemanje. Po mnenju Cooleya, ki se je ukvarjal z vlogo medijev v socializacijskem procesu, posameznik gradi različne podobe o sebi na podlagi različnih, zanj pomembnih odnosov z drugimi ljudmi. Tako nastane t. i. družbena organizacija, ki jo sestavljajo štirje pomembni elementi: norme, vloge, razvrščanje in sankcioniranje. Po teoriji družbenega pričakovanja mediji v socializacijski vlogi delujejo tako, da se osnovni elementi družbene organizacije odražajo v medijskih vsebinah, ki za posameznika pomenijo pomemben vir, iz katerega črpa vzorce vedenja in tako oblikuje svojo

identiteto, prepričanja, verovanja in ne nazadnje tudi vedenja v družbi (glej DeFleur in Ball-Rokeach v Erjavec 2004: 13). Otroci in mladostniki védenje o sebi črpajo iz stvari, ki jih obkrožajo. Iz vsake stvari se kaj naučijo. Otroci in mladostniki imajo torej bolj ali manj omejeno znanje o določenih vidikih fizičnega in socialnega sveta, v katerem živijo. Tovrstno znanje sicer ljudje pridobivamo vse življenje, toda najpomembnejše učenje se odvija v otroštvu. V tem zgodnjem obdobju otroci oziroma mladostniki spoznajo, katera znanja morajo obvladati, da lahko v svoji kulturi normalno 'delujejo'. To znanje omogoča prepoznavnost v kulturni ali subkulturni skupini. A dokler proces učenja ni končan, so otroci in mladostniki zaznamovani s svojim skromnejšim znanjem o svetu. Otroci in mladostniki zato pristopajo k medijem z manj znanja o fizičnem in socialnem svetu kot odrasli gledalci (glej Erjavec 2004: 15).

Ljudje smo različni in različni so tudi otroci. Nekateri avtorji menijo, da otroci večino svojega časa presedijo pred televizijo in da le pasivno sprejemajo vse, kar se na ekranu dogaja, drugi so mnenja, da se otroci v proces aktivno vključujejo. Otroci so do določenih vsebin lahko kritični, te kritike pa se morajo naučiti. K temu pripomore tudi vzgoja za medije, ki otroke nauči medijske distance in kritičnega odnosa do vsebin, predstavljenih v različnih medijih. Fisherkeller podobno kot Erjavčeva meni, da je televizija s socializacijskega vidika pomembna predvsem, ker otrokom nudi pogled na stvari, ki so izven njegovega izkustvenega območja, njen vpliv pa ni niti popolnoma negativen niti popolnoma pozitiven. Televizija in ostali komercialni mediji otrokom otežijo predstavo o avtentični identiteti ali vsaj približno predstavo o sebi. Rezultati raziskav kažejo, da televizijske zgodbe vsebujejo stereotipe vseh vrst in da tako informativni kot zabavni program predstavlja omejen pogled. Kritiki pravijo, da so otroci zasvojeni s pristransko in površno televizijsko realnostjo in tak samorazvoj postane mešanica stila ali ločene identitete brez glavnega jedra ali smisla za povezanost. Po drugi strani pa, da otroci znajo misliti in delati zase, kritično gledati in se odzivati na svet okoli njih in ustvariti spremembe, ko in če so potrebne. Težave, ki jih mladi ljudje srečujejo v medijih, ležijo v domeni uradne politike ter tudi v domeni vsakdanjega življenja in družbenih povezav, ki niso brez smisla za njihovo lastno politiko. Med odkrivanjem televizije kot komercialnega sistema in predstavljalca svetovne moči se najstniki sprašujejo, kdo so in kaj bodo postali. Zaposleni so s predstavljanjem in učenjem tega, kar predstavlja odraslost in kaj bi lahko nekoč kot odrasli počeli (Fisherkeller 2002).

5. REPREZENTACIJA OTROK

Ključno vprašanje te naloge je, kako mediji, predvsem televizija, reprezentirajo otroke. Nakazali smo, da so otroci predstavljeni v manjšini, obravnavani so kot posebna skupina, podobno kot etnične, rasne in druge manjšine. Vzrok temu lahko poiščemo tudi v pravni definiciji, saj otroci nekaterih pravic do polnoletnosti nimajo in si tudi mesto v medijih težko izborijo, a če si ga že, potem je predstava o njih nemalokrat popačena. Pogosto veliko pozornosti namenjajo mladini, ki statistično predstavlja manjšino, npr. se udeležuje negativnih aktivnosti in obnašanja, kot je nasilje, zloraba drog, nevarne seksualne aktivnosti in zdrs v šoli. To so sicer resne težave, a Way pravi, da večina mladostnikov v življenju ne želi postati del te statistike. Učitelji, popularni tisk, poučevalci in ustvarjalci politike mlade ljudi, ki jim gre v redu, pogosto ignorirajo (niso del teh skupin) (Way v FisherKeller 2002).

Kdaj se otroštvo kot posebna razvojna stopnja sploh pojavi v različnih medijih oziroma v družbi, v svojem delu ugotavlja Aries. Srednjeveška umetnost do 12. stoletja otroštva ni poznala, kar povezuje s tem, da prostora za otroštvo ni bilo. Otroci so bili upodobljeni kot pomanjšani odrasli. V 13. stoletju so se pojavljali nekateri tipi otrok, ki so bili bližji modernemu občutju. Od 14. stoletja dalje se je podoba otroka vse bolj širila in postajala različna. Do konca 17. stoletja so že priznali otrokovo osebnost. Goli otročiček se začne pojavljati ob koncu 14. stoletja. Začeli so jih upodabljati na slikah, v 17. stoletju pa se pojavljajo tudi na portretih (Aries, 1991). Vidimo torej, da otroci v zgodovini svojega mesta v umetnosti niso imeli, a to je predvsem posledica tega, da otroštvo kot posebna kategorija ni obstajalo. Ko so otroštvo pričeli ločevati od odrasle dobe, se tudi v umetnosti začne pojavljati pogosteje. Pojava otroka na umetniških delih je bila povezana s prej neznano potrebo po domačem, če že ne po družinskem življenju. V 16. stoletju je ikonografija zares postajala družinska. Kasneje so se pojavljali družinski portreti, ki so bili zelo popularni. Zasebno življenje, ki je bilo v srednjem veku skrito, je preplavilo ikonografijo 16. in zlasti 17. stoletja (prav tam).

V prejšnjem odstavku smo želeli poudariti predvsem to, da so bili otroci v zgodovini v javnosti, torej v umetnosti, kajti medijev takrat še ni bilo, predstavljeni, torej jih družba ni izključevala. Tudi danes jih ne. Hamamoto pravi, da ima v današnjem času otroštvo sicer nek pomen, vendar so otroci za spremembe v družbi še vedno nepomemben člen. Pri pomembnih tematikah, tudi tistih, ki se tičejo njih, niso vključeni. Tudi mediji jih zato zanemarjajo. »Sporočila, posredovana preko televizije – lahko so novice ali informativni program ali

zabavni program – so relativno konsistentna z normami, vrednotami in željami oligopolnega kapitalizma (glej Hamamoto 1993: 207-208). Dober primer za zgornjo trditev so osiroteli azijski otroci, ki so na televizijskih ekranih predstavljali grozote komunizma, nasproti pa so jim stali dobrosrčni Američani. Otroci so na nek način sredstvo za doseg cilja (Hamamoto torej temu pravi uresničitev želja oligopolnega kapitalizma), v ljudeh vzbujajo sočutje in žalost, na drugi strani prisrčnost in nedolžno lepoto. Vemo pa, da je večina otrok popolnoma drugačnih.

O tem, kako so otroci na televiziji predstavljeni govori več raziskav. Izsledki ene izmed takih, ki jih omenja Graves, kažejo, da afro-ameriški mladostniki televizijo vidijo kot odsev resničnega življenja, razen kadar gre za predstavitev iste rasne skupine, iz česar bi lahko sklepali, da gledalci tisto, česar ne poznajo in vidijo na ekranih, vzamejo kot resnico, se pa zavedajo, da svet, v katerem živijo in ga poznajo, na televiziji ni predstavljen v pravi luči. Podobno druga raziskava pokaže, da je risanka, v kateri so bili predstavljeni afro-ameriški karakterji, ne glede na opis, ustvarila pozitivno rasno obnašanje do oseb afro-ameriškega porekla, iz česar bi lahko sklepali, da otroci, ki teh oseb ne poznajo, o njih dobijo pozitivno mnenje, ker jih večkrat vidijo na televiziji, kar je podobno kot ugotavlja prva raziskava. Pozitivni efekt je bil v tej raziskavi, nasprotno od prve, še močnejši, ko so bili predstavljeni karakterji iste skupine. Spet druga raziskava je pokazala, da izpostavitve karakterjev iste skupine povzroči negativno vedenje, torej povsem drugačno obnašanje kot pri prejšnji raziskavi (Browne Graves 1993). Browne Graves to razloži na način, da je povezava med televizijsko vsebino in samopodobo taka, da oboje, tako odsotnost Afro-američanov kot izpostavitve negativnega obnašanja iste rase, pokaže negativno samopodobo med afro-ameriški mladostniki. Browne Graves ugotavlja še, da se na območju etnične percepcije kaže, da najstniki evropskih Američanov uporabljajo televizijo kot informacijski vir o članih drugih etničnih skupin, torej tisto, kar o njih vedo, izvedo iz ekranov (prav tam). Zato je še posebej pomembno, kako so otroci predstavljeni. Kot smo lahko videli iz zgornjih raziskav, je odziv oziroma obnašanje mladostnikov, ko na ekranu vidijo predstavljene mladostnike lahko zelo različno.

O reprezentaciji otrok je v literaturi zapisanega malo. Veliko je raziskav o tem, kako mediji vplivajo na otroka, ali so škodljivi in v kakšni meri, malo pa je bilo storjenega na področju pojavljanja otrok v medijih, predvsem v smislu, kako so ti otroci predstavljeni, kdo jih predstavlja in ali je ta predstava sploh pravilna. Je bilo pa veliko napisanega o ženskah, ki so na nek način podobno marginalizirana skupina v družbi, saj se na televiziji pojavljajo redkeje

kot moški. Tudi starejši so predstavljeni redkeje kot ostali. Manjša frekvenca pojavljanja na televizijskih ekranih in drugih medijskih kanalih je značilna tudi za otroke in mladostnike.

Otroci, tudi tisti v skoraj adolescentni dobi (10 do 15) so predstavljeni manjkrat, so stereotipizirani v prime-time programu. Fantje so bolj aktivni, agresivni in nesrečni kot dekleta. Prav tako se fantje in dekleta razlikujejo kar se tiče njihovih aktivnosti: dekleta večkrat pomagajo pri delu v hiši, medtem ko se fantje udeležujejo športa in gredo ponavadi v nesrečo (Pierce v Signorielli 1993: 232-233).

O zapostavljenosti otrok in mladostnikov v medijih govori tudi Feilitznova. Podobno kot Pierce tudi ona trdi, da mlajši kot so otroci, bolj so nevidni. Ne le da so redko videni, tudi njihovih glasov ne slišimo, prav tako tudi odrasli, ki se v medijih pojavljajo, redko govorijo o otrocih. Feilitznova ugotavlja še, da so določene socialne kategorije otrok predstavljene redkeje od drugih. Ne samo, da so starejši predstavljeni pogosteje kot mlajši, pač pa so tudi fantje predstavljeni pogosteje kot dekleta, manj otrok je iz delavskega razreda ali etničnih oziroma narodnostnih manjšin. Kultura, katere velik del predstavljajo mediji, reflektira moč hierarhije družbe, kulturno težo in vrednost različnih populacijskih skupin (glej Feilitzen 1999: 18). Obstaja izjema, kjer se otroci pojavljajo pogosteje, in to je oglaševanje. Da se tu pojavljajo pogosteje kot sicer, je znak njihove visoke ekonomsko-potrošne vrednosti v družbi – kot sedanji in bodoči porabniki, kot prodajni koncepti in oglaševalske strategije za produkte, vrednote in življenjske stile (prav tam: 18).

Kovaric pravi, da otroci ne morejo vplivati na to, kaj bo na televiziji predstavljeno. Ponavadi se potem zadovoljijo s tistim, kar dobijo in spremljajo oddaje oziroma nanizanke, ki prvotno niso namenjene njim. Ustvarjalci programa so s tem zadovoljni, saj je zanje ključno to, da njihovi programi dosežejo čim večji segment občinstva, saj to pomeni večji prihodek. Na ta način razloži, zakaj otrok v medijih ne srečujemo pogosto oziroma niso predstavljeni. Gre za začaran krog: otroci gledajo tisto, kar jim ni namenjeno, ustvarjalci pa so s tem zadovoljni in to se vedno ponavlja. A Kovaric vseeno pravi, da ne smemo upoštevati le tistega, kar se predvaja, v obzir moramo vzeti tisto, kar je videno. Tisto, kar je gledano, vpliva na to, kar je predvajano. Ker otroci predstavljajo le majhen segment gledajočega občinstva lahko le malo vplivajo na to, kaj je na televiziji na voljo (Kovaric 1993). Torej otroci so manjšina in kot taki vpliva na televizijski program nimajo. Lahko le sprejemajo tisto, kar jim je ponujeno.

Feilitznova nasprotno meni, da otroci niso v manjšini, saj predstavljajo več kot tretjino svetovnega prebivalstva, v nekaterih državah tudi večino, zato bi zanje morali pripraviti več programa. Ugotavlja, kje se otroci pojavljajo in meni, da analiza ponavljajočih medijskih vzorcev da določene jasne konstrukcije. Ena izmed takih je, da so otroci pogosto prikazani v povezavi z nasiljem in zločinom, kjer so otroci oboje, zločinci in žrtve, so fizično in seksualno zlorabljeni. Nasilje in zločin sta pomembna ter predstavljata veliko težavo, veliko pa kaže na dejstvo, da imajo medijska poročila pogosto senzacionalno namero in da mediji le redko pokažejo vzroke zločina. Posledica je, da so otroci oziroma mladostniki pogosto predstavljeni kot problem in grožnja, ranljive skupine so stigmatizirane brez spoštovanja njihove integritete, kar se dogaja tudi ob poročanju o vojnah, katastrofah in lakoti. Ker so druge pomembne otroške zadeve v medijih redke, podoba otrok in nasilja proda neporocionalno veliko prostora (glej Feilitzen 1999: 19). Povsem druga slika je dober, nedolžen in sladek otrok. Ta podoba se v ekstremih pokaže v oglasih. V nekaterih državah so predvsem deklice, tako v oglasih kot v fikciji, predstavljene s pretiranim spolnim elementom. Dejstvo, da se otroci redko pojavljajo v medijih, je lahko razumno, saj ni zaželeno, da se otroci pojavljajo v programih in vsebinah, kot so šport, nasilje, novice (prav tam: 19). Ker je današnji svet vse bolj dobičkonosno naravnano, je takšna tudi produkcija filmov in ostalih televizijskih vsebin. Tako pri nastajanju zabavnega kot informativnega programa, je pomembno, da se zanj porabi čim manj časa in denarja. Feilitznova tu najde vzrok, da se otroci v medijih ne pojavljajo dovolj pogosto. Z njimi je mnogo težje vzpostaviti kontakt, otroke je težje režirati, ne morejo se tako dobro izražati oziroma je za delo z njimi treba imeti več časa, znanja in občutka, a trdi, da to vseeno ne pojasnjuje dejstva, zakaj otroci v medijih niso tako prisotni (prav tam: 20). Raziskave poleg tega, da se otroci v medijih ne pojavljajo dovolj pogosto, kažejo tudi, da mediji ne predstavljajo realne slike otrok, vse predstave so stereotipne, pravi Feilitznova. Na medijske produkte sicer vpliva veliko faktorjev, in če ne analiziramo vseh, lahko rečemo, da so podobe otrok skoraj vedno konstrukt odraslega. Če se otroci pojavijo, so takšni, kakršne bi si želeli videti odrasli. Preveliko poudarjanje otrok v nasilnem in zločinskem kontekstu v novicah ter preveliko poudarjanje nedolžnosti v oglasih kažejo na to, da je otrokova konstrukcija še bolj popačena v komercialnih medijih (prav tam: 21-22). David se strinja, da otroci kljub sofisticirani tehnologiji v medijih pogosto ostajajo neopaženi, razen ko so vpleteni v poseben dogodek ali dramo. Pogosti sta predvsem podobi nedolžnega otroka ter upornika in agresivnega pubertetnika. Obravnavani so kot objekti, spregledane so jim njihove pravice do spoštovanja in integritete pa tudi njihove interese. Novinarji in na drugi strani založniki pogosto zaradi pritiska objave kršijo otrokove pravice do zasebnosti oziroma se teh

pravic ne zavedajo oziroma se jih zavedajo še manj kot se zavedajo pravic odraslih (glej David 1999: 33-34).

Na prepogosto nasilje in zločin v povezavi z otroki opozorita tudi Kunkel in Smith. Menita, da mediji nudijo sprejemljivo število otroških zgodb, največ tem vključuje nasilje in zločin – negativna podoba otrok pa nima vpliva le na prednostno tematiziranje, ampak lahko zasenči tudi percepcijo mladih gledalcev o ljudeh njihove starosti. Poudarek, ki ga dajejo poročilom o zločinih, kjer so otroci predstavljeni kot žrtve in tudi kot zločinci, zmanjšuje informiranost gledalcev in pomembnost drugih tem, povezanih z otroki. Raziskava, ki so jo naredili v ZDA, je pokazala, da bi morala biti medijska pokritost bolj uravnotežena (kljub dejstvu, da sta zločin in nasilje pomembni temi), če želijo mediji bolj učinkovito informirati javnost o pomembnih družbenih temah, ki se tičejo otrok (glej Kunkel in Smith 1999: 85). Iz povedanega lahko ugotovimo, da so otroci obravnavani kot manjšina, čeprav to nujno niso, da so na televiziji objavljeni pogosto le za dosego nekega cilja in da iz medijev lahko dobimo nerealno sliko o mlajših članih družbe, saj so na eni strani nedolžni, na drugi hudički ali žrtve, pač odvisno od tega, kaj v določeni vsebini ustvarjalcem programa bolj ustreza. Ostalih podob je, kot ugotavljajo zgoraj omenjene raziskave, malo ali nič.

5. 1 SODELOVANJE OTROK PRI NASTAJANJU MEDIJSKIH VSEBIN

Avtorji različnih prispevkov o vzgoji za medije in tisti, ki sicer v omejenem obsegu pišejo o reprezentaciji otrok, menijo, da je za otroški program in otrokovo reprezentacijo izrednega pomena, da se v produkcijo vključujejo tudi otroci. Razlog je enostaven: otroci sebe in druge otroke najbolj poznajo in jih lahko tudi najbolj razumejo. Tako lahko le oni ustvarijo kar se da pristno (realna tako ali tako ni nikoli, o. p. M. K.) sliko o svojih vrstnikih. Feilitznova trdi, da imajo otroci vedno tudi otroške programe, knjige, revije, producenti in avtorji otroških medijev se pogosto bojujejo, da bi nadomestili k podobi odraslega naravnano konstrukcijo otrok v medijski vsebini. Ne smemo pozabiti različnosti med državami in tudi dejstva, da otroci, predvsem starejši od osem oz. devet let, spremljajo tudi programe za odrasle, najraje imajo žajfnice in akcijske filme ter imajo pri tem občutek, da dobijo vpogled in da bodo razumeli moralne in socialne probleme odraslega sveta (glej Feilitzen 1999: 19).

Kako lahko otroci sploh sodelujejo v medijih? Na to vprašanje sicer obstaja jasen odgovor. Njihovo vključevanje v produkcijo bi lahko bilo enostavno, vendar jih ponavadi ne pustijo poleg. Eickova pravi, da je pozitivno sodelovanje z mediji lahko sodelovanje v kakšni

videoskupini. Ne gre le za zapolnjevanje prostega časa, pač pa se lahko otrok na ta način nauči dela v skupini. Kreativno uporabljeni in k cilju usmerjeni procesi podoživljajo fantazijo in zbudijo nepoznane talente. Aktivno delo v medijih omogoča tudi socializacijo, saj otrokom to, da se počutijo koristne, veliko pomeni, aktivnost pa je pomembna tudi za nadaljnje medijsko obnašanje, zato ker so otroci potem bolj kritični in se upirajo brezštevlnemu medijskemu trošenju (Eicke 1994). Vzgoja za medije mora torej ponuditi poskus, kako spremeniti medijske vsebine in družbene situacije tako, da jo bodo delali in v njej sodelovali otroci sami. Vzgoja za medije želi na ta način ustvariti pomemben del demokracije. Otroci in odrasli morajo kritično in kreativno prisostvovati tako v medijski komunikaciji kot tudi v drugih pomembnih družbenih procesih (glej Feilitzen 1999: 22).

Faye in drugi opisujejo, kako so Aborigini sami začeli delati filme. Priznali so, da so njihove resnice drugače razumljene v očeh Avstralcev in drugih narodov, odkar oni delajo program o sebi. (Aborigini so v Avstraliji zaničevani – so manjšina, čeprav so domorodci, kot Indijanci v Ameriki, op. M. K.). Tudi o Indijancih obstajajo stereotipi, ki se kažejo skozi predstavljanje na televiziji. A to je le konstrukt o njih, oni predstavljajo druge. To ni resnica. Če pri produkciji sodelujejo ljudje iz okolij, o katerih govori film, lahko ta natančneje prikaže njihovo življenje in ne stereotipno, kakor filmi pripovedujejo o manjšinah (Ginsburg in drugi 2002). Prav to velja za otroke: otroci predstavljajo manjšino, ki v večinski družbi nima velike veljave, zato je predstavljanje njihove podobe s strani večine izkrivljeno. Predstavljeni so na način, kot jih vidi večina, a ta vidik ni nujno pravilen. Ponavadi pri reprezentaciji producenti precej skrenejo s poti. Otroci sami sebe vidijo drugače in tako jih vidijo tudi drugi otroci, zato je pomembno, da sami govorijo o sebi, da jih lahko potem večina razume in sprejema takšne, kot v resnici so, in ne le popačene slike o njih. Jempson pravi, da je treba v produkcijo vključevati otroke, saj imajo ti drugačen pogled na zgodbo (Jempson 1999: 105):

- otroci hočejo govoriti,
- lahko povedo nove in zanimive stvari,
- na stvari gledajo z drugačne perspektive kot odrasli,
- nekatere zahteve, kot so izobraževanje, igra in tudi zloraba, jih zadevajo bolj kot odrasle,
- če bi odrasli poslušali otroke, bi se bolje razumeli z njimi, tudi generacijski konflikt bi se lahko zmanjšal,
- sodelovanje bi otrokom pomagalo pri gradnji samopodobe, imeli bi večjo samozavest in zaupanje v svoje sposobnosti, ki bi jih tudi lažje razvijali,

- tudi otroci so medijski potrošniki in radi slišijo, kaj mislijo in čutijo drugi otroci,
- imajo pravico, da jih poslušajo in da se izražajo prek medijev.

5. 2 KAJ BI OTROCI PRI PRIKAZOVANJU SEBE SPREMENILI?

Mike Jempson (1999: 104) je na podlagi pogovorov z otroki v različnih državah ugotovil, kaj otroke moti glede njihovega prikazovanja v medijih. To je:

- Uporaba resnih otroških pripomb in opazk zato, da se jim odrasli smeji.
- Uporaba zelo simpatičnih otrok za večji šarm.
- Uporaba slik in posnetkov otrok v nerešenih okoliščinah z namenom, da bi vzbudili sočustvovanje.
- Pokroviteljsko vedenje do otrok.
- Govorjenje odraslih namesto otrok, običajno o zadevah, ki jih otroci bolje poznajo in razumejo.
- Prikazovanje otrok na nastopih, kjer so uporabljeni kot cirkuške živali.
- Arogantno obnašanje odraslih do otrok.
- Da odrasli otrokom pogosto polagajo besede v usta ali jih prekinjajo, ko govorijo.
- Otroci, ki so prikazani, kot da so čisto pasivni v določenih situacijah, čeprav niso.

Nezadovoljive podobe otrok v medijih lahko izboljšamo z medijsko vzgojo, predvsem pa z izobraževanjem, ki bi uspelo zajezi prepad z mediji, torej z udeležbo otrok v medijih in družbi. Niti udeležba v medijih in družbi niti medijsko izobraževanje ne pomeni, da so mediji ali politiki oproščeni odgovornosti v kontekstu otroka in medija. Mediji morajo stremeti k temu, da otroku ponudijo kvaliteten program. Prizadevati si morajo za vzpostavitev kontakta z otroki in jim dovoliti, da govorijo pod svojimi pogoji, da podobe otrok v medijih pridobijo spoštovanje in dostojanstvo. Mediji se morajo samoregulirati in pri tem jim morajo pomagati tudi politiki, oboji pa morajo podpreti medijsko vzgojo (glej Feilitzen 1999: 27-28).

Pred leti je bil v ZDA izveden seminar z naslovom *Kids These Days*, kjer so se z otroki pogovarjali o tem, kaj jih na televiziji najbolj moti, kaj bi si želeli spremeniti. Takšni seminarji so dobrodošli predvsem s tega vidika, da na ta način lahko od otrok ugotovimo, kakšnih sprememb bi si želeli. Zavedati se je namreč treba, da otroci niso le pasivni gledalci, ampak imajo tudi svoje mnenje o tem, kaj bi nek prispevek, ki se tiče njih, moral vsebovati in

kaj jih pri obstoječih projektih oziroma produkcijah najbolj moti. Na tem seminarju so izpostavili pet idej o tem, kako bi lahko tisk izboljšal svoje delo z otroki:

1. Dajte otrokom besedo – poiščite njihovo mnenje, njihov pogled na zadeve, ki se jih tičejo in so zanje pomembne.
2. Poslušajte, kaj povedo – ne vplivajte na to, kar rečejo, sicer bo vaš članek odseval odraslo perspektivo. Če slišite otroke, bodo zgodbe bolj zanimive in gledane z drugih kotov.
3. Govorite z reprezentativno skupino otrok – otroški pogled se razlikuje od odraslega. Mnenja enega otroka ne morete jemati za mnenje vseh otrok. Otroci so različno stari, prihajajo iz različnih okolij in imajo različno mnenje.
4. Vključite otroke v postavitve intervjuja – pojasnite mu namen intervjuja, kje se bodo pojavili, kdo bo bral časopis, povejte mu, da ima pravico zavrniti intervju. ... Upoštevajte otrokove želje, če vam zaupajo, vam bodo dali verodostojnejše informacije.
5. Pogovorite se z otroki o širokem spektru zadev – dobite lahko mnenje o vseh stvareh.

(*Kids These Days* 1999: 135-136).

5. 3 STEREOTIPI O OTROCIH NA TELEVIZIJI

Stereotipe bi lahko označili kot podobe o določenih stvareh, ki so o določeni skupini ali stvari zakoreninjene v neki kulturi. Ta prepričanja so ponavadi napačna oziroma značilna le za nekatere člane skupine in na podlagi teh nato nastane prepričanje, da je takšna celotna skupina. Stereotipe se težko spreminja, zato so lahko tudi nevarni in povzročajo različne nemire v družbi. Pri nastajanju tovrstnih prepričanj lahko v veliki meri pripomorejo tudi mediji. »Mediji sooblikujejo vrednote, s svojimi stereotipi in klišeji opredeljujejo naša stališča. S svojimi izbirami govorijo, kdo in kakšni so junaki današnjega dne, s ponujenimi vzorci vedenja oblikujejo kulturo. S tem, ko predstavljajo določene modele ravnanj (jih legitimizirajo), postavljajo okvir, kaj je prav in dobro, kaj družbeno neugledno in koristno« (Košir in Ranfl 1996: 27).

O stereotipih obstaja več razlag, a so si vse precej podobne. Vsi od omenjenih avtorjev se strinjajo, da so stereotipi pripisane podobe, ki se uporabljajo zaradi poenostavitve pri razpoznavanju značilnosti določene skupine ali posameznika. Na podlagi ustvarjenih stereotipov lahko vse pripadnike iste skupine 'vržemo v isti koš'. Uletova k temu dodaja, da

stereotipiziramo ponavadi ljudi, s katerimi nimamo individualne izkušnje, edino podobo o njih dobimo iz medijev. Gre za proces pripisovanja lastnosti posameznikom na podlagi njihove skupinske pripadnosti, ne na osnovi individualnih značilnosti in posebnosti. Obravnavamo jih tako, da so čim bolj podobni članom svoje skupine in bolj različni od članov ostalih skupin kot so v resnici. Zaznavanje skupin je nujno pristransko in diskriminatorno (glej Nastran Ule 2000: 157).

O stereotipih je veliko pisal tudi Lippman. Označil jih je kot selektivne, samoizpolnjujoče in etnocentrične sodbe, ki konstituirajo zelo parcialno in neustrezno reprezentacijo sveta (glej Lipmann prav tam: 156). Stereotipi ne reprezentirajo pravih ljudi, ampak so splošno razširjene ideje oziroma prepričanja o določenih družbenih skupinah. Pogosto jih razumemo kot laži, ki bi jih morali preseči, da bi se znebili predsodkov in se med seboj soočali kot enakopravni ljudje (Branston in Strafford 2003: 91).

Ljudje stereotipe uporabljamo predvsem zaradi pomanjkanja osebne izkušnje s stereotipiziranimi posamezniki. Pri uporabi prevlada kognitivna ekonomija, ki posamezniku omogoča, da iz množice informacij izbere le nekatere, ponavadi pristranske in stereotipne. Posameznike pogosto razvrščamo na podlagi njihove skupinske pripadnosti ne na podlagi osebnostnih lastnosti. Stereotipi delujejo tako, da neko očitno lastnost postavijo v ospredje opisa skupine in predpostavijo, da jo imajo vsi člani te skupine (prav tam: 92).

Vtise o določeni skupini si ustvarimo na podlagi naših izkušenj z individualnimi predstavniki skupine. Če smo povezani le z malo posamezniki ali s posamezniki v redkih vlogah, imamo le malo izbire in si ustvarimo omejene stereotipe in se nanje tudi zanesemo. Če smo izpostavljeni številnim predstavnikom, ki predstavljajo skupino in so ti posamezniki videni v različnih vlogah, se stereotipi začnejo podirati in imamo več možnosti za identificiranje področja podobnosti med nami in njimi (Makas 1993).

Stereotipi so odporni na spremembe, vseeno pa se ob določenih pogojih, kot so pozitivne reprezentacije v medijih, spremenjen socialni kontekst in srečanja posameznikov določenih skupin, lahko spremenijo. Do pomembnih sprememb stereotipov prihaja takrat, ko pride do realnih sprememb v medskupinskih odnosih ali zaradi pozitivnih medosebnih odnosov članov različnih skupin, kar raziskovalci imenujejo hipoteza stika. Lahko pride le do zmanjšanja stereotipov do konkretnih članov, do večjih sprememb pride, če so ti člani drugih skupin reprezentativni člani oz. če so informacije ob stiku dramatično drugačne od stereotipov (glej Nastran Ule 2000: 161). Erjavčeva in Volčičeva se strinjata, da do sprememb stereotipov pride, ko na televiziji prikazujejo pozitivne podobe manjšin, a opozarjata na nastajanje novih stereotipov (Erjavec in Volčič 1995).

Na televiziji so različne skupine pogosto stereotipizirane. Televizija za mnoge predstavlja edini vir informacij, ki jih dobijo o ljudeh, ki so drugačni od njih in s katerimi nimajo nobenega stika. Stereotipi so neizogiben del reprezentacij množičnih medijev (Branston in Stafford 2003). Tudi otroci so stereotipno prikazani, ne eni strani so nedolžni angelčki na drugi pa najhujši zločinci oziroma prestopniki. Vsaj na tak način jih večinoma prikazujejo mediji, vse to je najverjetneje posledica tega, da je stopnja kriminalitete eden izmed novičarskih faktorjev za ustvarjanje novic, angelska podoba otroka pa ustreza predvsem oglaševalcem. Welcheva, ki jo povzema tudi Erjavčeva, pravi, da so otroci stereotipno prikazani tudi glede spola, dečki se igrajo z vozili, tekmovalnimi in vojaškimi igračkami, punčke s punčkami in miniaturnimi domačimi sredstvi. V svoji raziskavi je ugotovila, da obstajajo razlike med oglasi za dečke in deklice. V oglasih za dečke so bili liki pogosto bolj agresivni drug do drugega ali do objektov in pripovedovalci so bili moški. Vsebovali so zelo živahne igrače, različne scene, veliko kameranskih rezov ter visoko raven zvočnih učinkov in glasne glasbe. Oglasi za deklice so izražali nedolžnost, milino, vljudnost, predvidljivost in počasno, postopno spreminjanje. Gre za prefinjen način prikazovanja žensk kot tihih, milih, nežnih in pasivnih (Erjavec 1999).

Na že omenjenem seminarju *Kids These Days* (1999: 125-135) so udeleženci na podlagi praktičnega dela in dela z otroki identificirali sedem osnovnih stereotipov o prikazovanju otrok:

1. Otroci kot žrtve – bralci se navadijo na senzacionalne zgodbe, naslednji dan so že pozabljene. Otroci so uporabljeni kot vabe, da ljudje berejo članek. Ker so otroci žrtve prikazani na angelski način, to privede do mišljenja, da so edino takšni otroci lahko žrtve.
2. Pristrčni otroci prodajajo časopis – otroke se uporablja, zato da je zgodba bolj šokantna, čeprav ne govori nujno o njih. Otroci s temi zgodbami nič ne pridobijo.
3. Mali hudički – to so zgodbe o zlobnih otrocih zlobnih staršev. Veliko imajo skupnega z zgodbami o žrtvah. Otroke kriminalizirajo že, če živijo v takšnem okolju, čeprav niso nujno kriminalci. Otroke na eni strani želijo predstaviti kot angelčke, če pa naredijo kaj slabega, so takoj hudički. Novinarji pišejo tisto, kar prodaja časopis.
4. Otroci so čudoviti – to so zgodbe o otrocih, ki naredijo kaj nenavadnega pri zelo mladih letih. Niso povprečni. Ti članki otrokom povedo, da so drugi briljantni, medtem ko oni niso.

5. Otroci kot sokrivci – otroci so kot kape, ki jih ven potegnemo takrat, ko se hočemo postaviti, in jih nato spravimo nazaj. Ampak otroci niso nikogaršnja last. Diskriminirani so podobno kot manjšine.
6. Otroci te dni – ta stereotip je velik problem. To je stereotip, ko te odrasli tlačijo dol. Otroci se počutijo slabo, potem pa še govorijo o njih. Morajo se dokazovati, da niso vsi slabi in to je nepravilno. Otroke se prikazuje kot tiste, ki igrajo npr. računalniške igrice, in to lahko vzamejo za resničnost, vendar sami pravijo, da temu ni tako. Če v igrici nekoga ubijejo, ga ne bodo tudi v resnici. Otroci so danes drugačni, kot so bili včasih, morajo se spopasti z drugačnimi družbenimi izkušnjami, a novinarji tega ne upoštevajo.
7. Pogumni angelčki – otroci niso angelčki in niso hudiči, so nekje vmes. Mediji in družba mislijo, da so otroci perfektni, edino kar jih dela nepopolne je družba. Kadar se zgodi tragedija, so otroci prikazani kot angelčki, ki nikoli niso storili nič slabega.

6. KRITIČNA DISKURZIVNA ANALIZA

V praktičnem delu diplomske naloge bomo analizirali oddaji *Trenja* in *Pod žarometom*, in sicer s pomočjo kritične diskurzivne analize. Socialni konstruktivizem pravi, da je vsaka fizična realnost v procesu mišljenja in osmišljanja konstituirana tudi kot družbena in kulturna realnost, osrednje mesto v procesu konstituiranja objektov in subjektov pa ima diskurz, o čemer smo govorili že v začetku naloge. Reprezentacija otrok je odvisna od diskurzivne realnosti, v tem primeru predvsem od medijskega diskurza, saj so mediji tisti, ki nas v odnosu do ostalih družbenih akterjev konstituirajo kot družbene subjekte in edina stalnica diskurzov so spremembe (Kamin 2004)

Diskurzivna analiza, na katere se naslanja kritična teorija (torej kritična diskurzivna analiza) označuje dve poglavitni lastnosti: (1) razlage pomenov so usmerjene k osvetlitvi izkrivljene komunikacije in (2) razlage pomenov so usmerjene k izpostavitvi konstruirane narave diskurzov, ki se skozi čas izmuznejo prvotnemu konstitutivnemu kontekstu (prav tam). Diskurzivna analiza vključuje lingvistiko, analizo naracije, stilistike in retorike. Je interdisciplinarna disciplina, saj gre za analizo različnih kontekstov diskurza. To je v kognitivnih procesih produkcije in sprejemanja ter v sociokulturnih dimenzijah jezikovne rabe in komunikacije (vključevanje v procese produkcije, razumevanja in uporabe novic v kontekstu množične komunikacije) (van Dijk 1988). Glavna naloga diskurzivne analize je, da ustvari natančne in sistematične opise uporabe jezika (diskurza). Opis ima dve dimenziji: tekstualno in kontekstualno. Tekstualna pomeni strukturo diskurza na različnih nivojih opisa. Kontekstualna povezuje strukturne opise z različnimi značilnostmi konteksta, kot npr. kognitivnih procesov ali reprezentacije ali sociokulturnih faktorjev (prav tam: 24-25). Diskurzivna analiza ne opisuje le strukture teksta. Popolna analiza diskurza vključuje integracijo teksta in konteksta v smislu, da je uporaba diskurza v družbeni situaciji istočasno tudi družbeno dejanje. Želi vedeti, kako kognitivni procesi vplivajo na produkcijo in razumevanje diskurzivne strukture in kako te strukture vplivajo in so vplivane s strani družbene situacije (prav tam: 28).

Kritična komponenta v diskurzivni analizi opozori na distanciranje od jezikoslovno orientiranih raziskovalcev diskurza, ki so usmerjeni zgolj k analizi izbire besedišča brez njene umestitve v širši družbeni kontekst, brez problematiziranja odnosov moči v diskurzu in analize potencialnega naboja diskurza za družbene (ne)spremembe. V ospredje analize prihajajo družbeni odnosi, ki se odražajo v diskurzu. Multifuncijski pogled na tekst je bistven.

V vsakem tekstu se namreč pojavljata dva sočasna družbena procesa: kognicije in reprezentacije sveta ter družbene interakcije (Kamin 2004)

Kritična diskurzivna analiza se mora v začasnih okoliščinah osredotočiti na diskurz znotraj zgodovine sedanjosti – spremembe diskurzivnih praks kot del širših procesov socialnih in kulturnih sprememb – ker so konstantne in pogosto dramatične spremembe, ki vplivajo na glavne domene družbenega življenja, osnovne karakteristike začasne socialne izkušnje, ker so te spremembe pogosto do določene stopnje konstituirane z in skozi spremembe diskurzivnih praks in ker nobeno primerno razumevanje trenutnih diskurzivnih praks ni možno da ne prisostvuje tej matrici sprememb (glej Fairclough 1995b: 19). Kritično diskurzivno analizo Fairclough jemlje kot: a) analizo teksta, b) analizo procesov produkcije teksta, potrošnje in distribucije in c) sociokulturnih analiz diskurzivnih dogodkov. Leksikalizacija dogodkov je odvisna od različnih ideoloških pozicij. Lahko je bolj ali manj naturalizirana. Tekstualna analiza proučuje, kako so strukturirane, kombinirane in razvrščene propozicije, ki jih razume kot trditve, kot najmanjši del, ki lahko denotira dejstva o določeni vsebini. Tekst mora biti analiziran na različne načine. A tekstualna analiza ne vključuje le jezikovne analize, ampak tudi analizo funkcije, ki ji služi vsak element v trenutku uporabe. Prednost kritične diskurzivne analize pred drugim tekstualnimi analizami je ta, da analitik proučuje, kaj je v tekstu prisotno, in tudi tisto, česar v tekstu ni. Predpostavlja, da je vsak vidik tekstualne vsebine rezultat izbire (glej Erjavec in Poler Kovačič 2007: 44). Analiza diskurza kot diskurzivne prakse je analiza povezave med tekstom in družbeno prakso ter vključuje natančno pojasnjevanje načina produkcije in interpretacije tekstov ter analizo, ki se osredotoča na odnos med diskurzivnim dogodkom in diskurzivnim redom (glej Fairclough prav tam: 45). Analiza družbene prakse povezuje različne ravni družbene organizacije: situacijo, institucionalni kontekst in družbeni kontekst; skuša pojasniti ugotovitve tekstualne analize na makro družbeni ravni (prav tam: 47).

Cilji kritične diskurzivne analize so (glej Fairclough 1995b: 35):

1. Ideologije in ideološke prakse lahko postanejo razdružljive do manjše ali večje stopnje od določene socialne baze in posamezni interesi, ki jih določajo, postanejo bolj ali manj naturalizirani.
2. Take naturalizirane ideologije in prakse postanejo del baze znanja, ki se aktivira v interakcije in je od njih lahko odvisen red.
3. Na ta način red oz. pravilnost interakcije kot lokalni oz. mikro dogodek postane odvisen od višjega reda.

Kritičen pristop k diskurzivni analizi: pristop temelji na tridimenzionalni koncepciji diskurza in tridimenzionalni metodi diskurzivne analize. Diskurz in diskurzivna praksa sta videna kot: (a) jezik teksta, govorjen ali pisan, (b) diskurzivna praksa (produkcija in interpretacija), (c) sociokulturna praksa. Del diskurza je del znotraj sociokulturne prakse na različnih nivojih: v neposredni situaciji, v širši instituciji in na družbenem nivoju (prav tam: 97).

Metode diskurzivne analize vključujejo lingvistično opisovanje teksta, interpretacijo vezi med diskurzivnimi procesi in tekstom ter pojasnjevanje povezav med diskurzivnimi in družbenimi procesi. Povezava med sociokulturnimi praksami in tekstom je posredovana z diskurzivno prakso;

- kako je tekst narejen ali interpretiran v smislu, katere diskurzivne prakse in konvencije so izvzete iz teh pravil diskurza in kako so artikulirane skupaj, je odvisno od narave sociokulturne prakse, katere del je diskurz
- narava diskurzivne prakse produkcije teksta oblikuje tekst in pušča sledi na prednji strani teksta
- narava diskurzivne prakse interpretacije teksta določa, kako bo ta zgodba interpretirana.

(prav tam: 97).

S kritično diskurzivno analizo Fairclough misli analizo, ki sistematično raziskuje pogosto nejasne odnose vzročnosti in razlikovanja med diskurzivnimi praksami, dogodki in teksti ter širšimi družbenimi in kulturnimi strukturami, odnosi in procesi (prav tam: 132). Torej raziskati, kako so takšne prakse, dogodki in teksti ideološko oblikovani z relacijami moči in bojem za moč.

Vsak diskurzivni dogodek ima tri dimenzije: govorjeni ali pisani jezik/tekst, je primer diskurzivne prakse, ki vključuje produkcijo in interpretacijo teksta in je del socialne prakse. Fairclough politično gleda na to, kot na diskurzivni dogodek znotraj relacije moči in dominacije (prav tam: 133). Njegov model skuša povezati teorijo moči (Gramscijev koncept hegemonije) s teorijo diskurzivne prakse, ki temelji konceptu intertekstualnosti. Povezava med tekstom in družbeno prakso je videna kot posrednik diskurzivne prakse: po eni strani so procesi nastajanja teksta in interpretacije oblikovani na podlagi narave družbene prakse, po drugi strani produkcijski proces oblikuje tekst (prav tam: 133).

Wodakova, ki spada med utemeljitelje kritične diskurzivne analize, je povzela njene temelje:

- Ukvarja se z družbenimi težavami in ne z rabo jezika samo po sebi. Zato je interdisciplinarna.

- Odnosi moči so povezani z diskurzom in kritična diskurzivna analiza se ukvarja z močjo v diskurzu in močjo nad diskurzom.
- Družba in kultura sta dialektično povezani z diskurzom: oblikujeta diskurz in nasprotno. Vsaka uporaba jezika reproducira ali preoblikuje družbo in kulturo, vključno z odnosi moči.
- Raba jezika je lahko ideološka, zato je treba analizirati besedilo, njegovo interpretacijo, recepcijo in družbene učinke.
- Diskurz je zgodovinsko pogojen in ga je mogoče razumeti le v kontekstu.
- Tekst in družba nista povezana neposredno, ampak kot kaže socio-kognitivni proces v širšem socio-psihološkem modelu razumevanja teksta, prek posrednikov.
- Diskurzivna analiza je interpretativna in pojasnjevalna. Kritična analiza upošteva sistematično metodologijo ter odnos med tekstom in njegovimi družbenimi okoliščinami, ideologijami in odnosi moči. Interpretacija je vedno dinamična ter odprta za nove kontekste in nove informacije.
- Diskurz je oblika družbenega življenja. Kritično diskurzivno analizo razumemo kot družbeno znanstveno disciplino, ki se ukvarja s praktičnimi družbenimi vprašanji.

(glej Wodak v Erjavec in Poler Kovačič 2007:42).

7. REPREZENTACIJA OTROK V ODDAJAH *POD ŽAROMETOM* IN *TRENJA*

Osnovno področje naloge je televizijska reprezentacija otrok oziroma mladostnikov. V teoretičnem delu smo predstavili ključne pojme, ki se nanašajo na reprezentacijo, otroke in mladostnike, kakšne so njihove pravice, stereotipe, ki se o njih pojavljajo. V empiričnem delu se bomo osredotočili na konkreten primer pojavljanja in reprezentacije otrok oziroma mladostnikov na televiziji, in sicer bomo analizirali dve pogovorni oddaji *Trenja* in *Pod žarometom*, predvajani v začetku leta 2006, po nesreči, ki se je zgodila pred diskoteko Lipa. S konkretnim primerom bomo skušali nakazati smernice pojavljanja otrok oziroma mladostnikov, njihovo vlogo pri predstavljanju sebe, kako so prikazani itd.

7.1 METODA

Cilj empiričnega dela naloge je analizirati medijski diskurz reprezentacije otrok na televiziji v primeru nesreče v Diskoteki Lipa, ki se je zgodila predlani decembra, v oddaji *Trenja* z naslovom *Po polnoči prepovedano* in oddaji *Pod žarometom* z naslovom *Tragedija pred diskoteko*.

Analiziran bo medijski diskurz, uporabljen v primerih, ko se na televiziji pojavljajo otroci, izhajajoč iz teoretsko-metodološkega okvira kritične diskurzivne analize.

Temeljno raziskovalno vprašanje je: Kakšna je reprezentacija otrok oziroma mladostnikov na televiziji? Kakšna je njihova vloga, v kakšni vlogi so prikazani, zanimalo nas bo, ali so otroci oziroma mladostniki akterji dogajanja, ki ga ta medij prikazuje, ali so le pasivni spremljevalci oziroma opazovalci.

To ključno vprašanje je operacionalizirano z naslednjimi posameznimi vprašanji:

- V kakšni vlogi so otroci oziroma mladostniki na televizij prikazani, torej, kako jih televizija oziroma akterji na televiziji reprezentirajo?
- Kakšno vlogo imajo otroci oziroma mladostniki pri njihovem predstavljanju na televiziji, ali so vključeni v proces ustvarjanja vsebin o njih samih ali te vsebine namesto njih ustvarjajo drugi (torej starejši)?
- Kdo govori o njih: otroci sami ali kdo drug?
- Katere so tiste besede ali besedne zveze, s katerimi so otroci največkrat označeni?
- Je medijski diskurz pri predstavljanju otrok zaščitniški?

Iz teh vprašanj so izluščene teze naloge, ki so:

1. Medijski diskurz otrok ne obravnava kot enakopravnih državljanov.
2. Pri reprezentaciji otrok le-ti niso navzoči – sami sebe ne predstavljajo.
3. Otroci so v ospredju kadar gre za kriminalna dejanja, so ali žrtve ali 'hudiči'.
4. Pri reprezentaciji otrok o njih govorijo starejši, ki jih ne zanima mnenje otrok.

7. 2 PODATKI

Empirični podatki izhajajo iz arhivov oddaj *Trenja* in *Pod žarometom*. Gre za analizo vsebine obeh oddaj, skupaj dolgih okrog dve uri in pol. Za zbiranje podatkov bosta uporabljena posnetka obeh oddaj, iz katerih bosta izluščena tekst in vizualna predstavitev oziroma vizualna podoba prispevkov, ljudi, ki se pojavljajo v oddajah, kot metodi analize podatkov bosta služili deskriptivna kvantitativna in diskurzivna analiza (Kamin 2004).

1. Semantična konceptualna orodja analize

- Tema – kaj želim povedati o nečem.
- Propozicije – trditve, ki jih lahko obravnavamo kot najmanjši del, ki lahko denotira dejstva o določeni temi. Vsaka od propozicij ima vrednost resnice.
- Makropropozicije – trditve, ki nam omogočajo identifikacijo ključne ideje daljšega besedila.
- Predpostavka – koncept, ki izraža implicitni pomen danega, nespornega, samoumevnega.
- Naturalizacija – koncept povezan s prvima dvema, a je širši, povezan z ideologijo in splošno sprejeto racionalizacijo.
- Predkonstruiranost – koncept, ki govori o intertekstualni dimenziji implicitne vsebine oziroma o neizrečenem tekstu, ki se obravnava kot dano, kot že povedano in dorečeno drugje.
- Nominalizacija – reprezentacija procesa s samostalnikom.

2. Sintaktična konceptualna orodja analize

- Procesi – lahko so materialni, vedenjski/mentalni, odnosni/verbalni in eksistencialni.
- Udeleženci – so porazdeljeni v odnosu do procesa med poloma aktivnega in pasivnega, torej na tiste, ki delujejo, opazujejo, so opazovani, aktivno sodelujejo ...

3. Strukturna konceptualna orodja analize

- Naslovi – pomembna funkcija v vsakršnem besedilu oziroma tekstu. Naslov predstavlja izhodiščno pozicijo, bralca oziroma gledalca napoti k nadaljnjemu spremljanju oddaje.
- Uvodni prispevek (poglavje) in ostali prispevki med pogovori – to je del programa, ki je najbolj viden, bralca ne vabi k dialogu, temveč ga prepričuje. (prav tam)

Ravni analize oddaj:

1. Prva raven zadeva identificiranje naslovov, poteka oddaj in splošne tematske strukture. Gre za opis »tekstualne metafunkcije«, funkcije, ki zadeva način organiziranja in podajanja informacij v tekstu.
2. Druga raven zadeva določanje diskurzivnih tendenc, potencialnih ideoloških implikacij teksta oziroma določanje problematik v tekstu (prav tam).

7. 3 ODDAJI POD ŽAROMETOM IN TRENJA

Oddajo *Pod žarometom* so predvajali na nacionalni televiziji RTV Slovenija, in sicer vsak torek, razen zadnjega v mesecu, ob 20. uri zvečer. Oddaja je bila dolga 50 minut, obravnavala je aktualne teme s področja notranje in zunanje politike ter gospodarstva (www.rtvsllo.si). *Trenja* pa se vsak četrtek ob 20. uri vrtijo na komercialni Pop TV. Podobno kot oddaja *Pod žarometom* tudi *Trenja* obravnavajo aktualne in pereče teme ter dogodke, ki se dogajajo tako doma kot po svetu (www.24.ur.com).

Oddaji, na kateri se bomo osredotočili v nalogi, sta povezani z nesrečo pred Diskoteko Lipa v Spodnjih Pirničah pri Medvodah, ki se je zgodila 23. decembra 2005, ko so umrla tri mladoletna dekleta. V *Trenjih* z naslovom *Po polnoči prepovedano*, ki so bila predvajana 9. februarja, so govorci razpravljali o tem, ali naj otroci/mladostniki¹, ki še niso dopolnili 18. let ostanejo doma, je treba to urediti z zakonom? Ali bi ta ukrep pomagal staršem krotiti svoje otroke/mladostnike ali gre za uveljavljanje konzervativnih in spornih metod? Smrt treh deklic je namreč v javnosti sprožila vprašanje o t. i. 'hora legalis'. O tem so v oddaji Uroša Slaka spregovorili starši, otroci/mladostniki, predstavniki policije, učitelji, lastniki nočnih lokalov in predstavniki vlade. Podobno so tematiko obravnavali v oddaji *Pod žarometom* z naslovom

¹ V analizi bo zaradi nedosledne uporabe pojmov otrok in mladostnik med gosti obeh omizij uporabljeno poimenovanje otrok/mladostnik.

Tragedija pred diskoteko, z dne 3. januarja 2006, ko so se spraševali, kdo je odgovoren za nesrečo - lastnik, ki je kršil vse mogoče predpise, inšpektorji, policija, sodišče ali lokalna skupnost, vsi pa krivdo valijo eden na drugega. Kako se zabavajo otroci/mladostniki in kje so meje dopustnega? Oddajo je povezovala Vida Petrovčič. V obeh primerih gre za pogovorno oddajo, za katero je po Lutharjevi značilno pluraliziranje, relativiziranje in subverzija ideologije o vlogi televizije kot 'ogledala sveta' (glej Luthar 1992: 35). Začetki pogovornih oddaj oziroma 'talk showov', kot jim rečemo s tujko, segajo v ZDA. Enotne definicije ni, saj je pogovornih oddaj z različno tematiko, različno obliko veliko. Pogovorne oddaje, kot pravi Tolson, so pomembne zato, ker predstavljajo osrednje dogajanje za precejšnje javne debate in so ključne za popularno televizijo. Vse pogovorne oddaje, od klepetov do intervjujev z znanimi osebami, imajo skupne ključne elemente: vse predstavljajo skupine gostov in ne individualnih intervjuvancev, pri vseh je udeleženo tudi občinstvo, ki ni le vidno, ampak mu je dana tudi možnost za komentar in posredovanje (*Publisher description for Television talk shows : discourse, performance, spectacle* 2007).

Obe oddaji sta se začeli podobno: z uvodom voditelja oz. voditeljice, sledil je prispevek, ki je uvedel temo pogovora, nato se je odvijal pogovor z gosti. V oddaji *Pod žarometom* le v začetnem prispevku zasledimo otroke/mladostnike, torej akterje vsega dogajanja. Tematika obeh oddaj se namreč navezuje na nesrečni dogodek pred diskoteko Lipa, ko so življenje izgubile 15-letnica in dve 17-letnici.

V oddaji *Trenja* so se otroci/mladostniki pojavili tako v uvodnem prispevku kot tudi v nadaljevanju, saj so o temi razpravljali dijaki ene izmed srednjih poklicnih in strokovnih šol. Otroci/mladostniki sicer niso sedeli za omizjem, ampak so se skupaj z novinarjem na terenu, ki je postavljaj vprašanja, v živo javljali iz prostorov šole. V *Trenjih* se je sredi oddaje pojavil še prispevek o tem, kako je podobna situacija – oddaja je namenjena 'hori legalis' - urejena v sosednji Avstriji.

Oddaji bomo s pomočjo kritične diskurzivne analize, opisane v šestem poglavju naloge, analizirali v nadaljevanju. Vanjo bomo vključili le nekatere vidike analize, predvsem tiste, ki so pomembni za reprezentacijo otrok/mladostnikov na televiziji in s pomočjo katere bomo lahko odgovorili na zgoraj zastavljena vprašanja. V analizo bodo vključene analiza naslova, poteka oddaje in tematske strukture, analiza strukture gostov, analiza propozicij oziroma makropropozicij in besednih zvez o otrocih/mladostnikih, analiza vizualne podobe otrok/mladostnikov in analiza vlog, analize pa bodo predstavljene na podlagi posnetkov obeh omenjenih oddaj, torej govora, podob, poteka oddaj in tematike.

7. 3. 1 ANALIZA ODDAJE POD ŽAROMETOM

7. 3. 1. 1 Analiza naslova, poteka oddaje in tematske strukture

Ime oddaje, predvajane na Televizija Slovenija, je iz oddaje v oddajo ostajalo isto, so se pa spreminjali naslovi, ki so bili vezani na določeno tematiko. Naslov analizirane oddaje je, kot smo že dejali, Tragedija pred diskoteko. Naslov že takoj konotira dramatičnost, saj je bila uporabljena beseda tragedija, ki ni nevtralna beseda pač pa je stilno zaznamovana, natančneje čustveno zaznamovana. Podnaslovov oddaja ni imela. Oddaja je potekala tako, da je voditeljica predstavila goste, povedala, na katerem področju delujejo oziroma s čim se ukvarjajo, da je s tem nakazala smer pogovorov v oddaji, sledil je uvodni prispevek, ki je gledalcem pokazal dogodek, ki je bil vzrok za nastanek oddaje oziroma za tematiko oddaje, nato se je voditeljica pogovarjala z vsemi gosti, enim zastavljala več, drugim manj vprašanj.

Oddaja Pod žarometom je bila sicer predvajana takoj po nesreči pred Lipo, govora pa je bilo o krivdi. Osrednja tema pogovora je bila, kdo je kriv za nesrečo, kaj bi morale narediti različne službe oziroma drugi pristojni organi, da se to ne bi zgodilo oziroma kaj bodo storili, da se dogodek ne bo ponovil.

7. 3. 1. 2 Analiza strukture gostov

Gostje Vide Petrovčič so bili glavni inšpektor Inšpektorata RS za notranje zadeve Štefan Gostič, generalni direktor Direktorata za zakonodajo s področja pravosodja Ministrstva za pravosodje mag. Miroslav Mozetič, strokovnjakinja za vzgojo dr. Mihelca Žirovnik, župan Občine Medvode Stanislav Žagar in profesorica na filozofski fakulteti dr. Ljubica Marjanovič Umek. Struktura gostov nam pove, da je šlo, kar smo že ugotovili, za ugotavljanje zakonskih prekrškov, ki jih je tisti, ki naj bi bil kriv, storil, inšpektor predstavlja nadzorno funkcijo, se pravi gre za osebo, ki naj bi nadzorovala pravilno delovanje oziroma obratovanje diskoteke, obe gostji pa sta zastopali psihološko plat dogodka oziroma sta iskali vzroke za dogodek ne v zakonu pač pa v posameznikovi notranjosti. V studiu ni bilo nobenega otroka/mladostnika, vsi za omizjem so bili odrasli. Dva fanta sta se pojavila le v uvodnem prispevku. Glede na nazive bi lahko sklepali, da gostje spadajo med pomembnejše ljudi v družbi, da imajo spoštovan položaj in da so bili kot gostje v oddajo izbrani na podlagi svojega položaja. V oddaji nismo zasledili niti otrok/mladostnikov niti staršev niti učiteljev in še koga. Prisotnost v oddaji so si gostje zaslužili na podlagi svojega položaja oziroma svojega dela. Z analizo oddaje Pod žarometom lahko ugotovimo to, da pozornosti mnenju otrok/mladostnikov niso namenili.

Tudi izbira sogovornikov je bila takšna, da niso zagovarjali niti omenjali otrok/mladostnikov neposredno pač pa le posredno v povezavi z nesrečo. Predvsem v prvi polovici oddaje so o tematiki razpravljali predvsem ljudje z različnih položajev, torej vodja inšpektorata, predstavnik direktorata za pravosodje in župan Medvod, medtem ko strokovnjakinja za vzgojo in profesorica s filozofske fakultete sploh nista dobili besede. Spregovorili sta šele v drugem delu. Tudi oni dve sicer o otrocih/mladostnikih veliko nista govorili, pač pa je pogovor večinoma tekel v smeri iskanja krivca za nesrečo. Gledano količinsko govora o otrocih/mladostnikih v oddaji, dolgi 60 minut, skoraj ni bilo in je bila velika večina govora v oddaji namenjena zakonskim tematikam, odraslim, ki naj bi bili posredno, če že ne neposredno, krivi za nesrečo.

7. 3. 1. 3 Analiza makropropozicij in besednih zvez o mladostnikih

Analiza makropropozicij kaže, da se je voditeljica v pogovoru oziroma z vprašanji osredotočila na to, kdo je bil odgovoren oziroma kje iskati odgovornega za dogodek, kar konotirajo vprašanja: *»Ali policija sploh ve, kaj se je dogajalo?«, »...Kaj ste vi ugotovili? Kdo zdej ni imel obratovalnega dovoljenja in kaj se je dogajalo s tem podjetjem?«, »...Kaj pa vse ostalo? Zakaj inšpektor nikoli ni preveril?«, »Torej, kaj se vi ugotovili? Zoper kaj ste prijavljali? Samo za prekoračitev?«, »Torej po vašem mnenju, kdo je kriv, lahko rečemo ali pa vsaj odgovoren?«* ipd. Ob koncu oddaje je tematizirala tudi značilnosti otrok/mladostnikov oziroma ugotavljala, zakaj so se otroci/mladostniki drenjali pred diskoteko, kar je povzročilo smrt treh mladostnic: *»...Kako gledate zdej na to? Mladi do te ure zastonj vstop, potem ne več in tu se začne za tistega bornega tisočaka. Pravzaprav se zمندrajajo za tisočaka, no, to je zdej banalno povedano, ampak tko je v bistvu blo.«*, *»Kaj pa šola, gospa Žerovnik? Minister za pravosodje je s prstom pokazal na šolo, na vzgojo.«* itd.

Iz vsebine oddaje lahko oblikujemo makropropozicijo, da so bila dekleta, ki so umrla pred diskoteko, žrtve nesrečnih naključij in za nesrečo niso bila kriva sama. Pomen izjav, kot npr. *»podjetje Enigma Bagarič, ki je zadolženo za varovanje Lipe po besedah inšpektorjev sploh nima licence za varovanje javnih zbiranj«, »dejte prosim lokal zapret vi«, »to je gradnja v nasprotju z gradbenim dovoljenjem«, »da tri mladoletna dekleta, da so zunaj ob taki uri, da je to izključno odgovornost staršev«* konotirajo krivdo ali staršev ali lastnika ali oblasti ali skupnosti. Tako vsaj posredno otroke/mladostnike prikazujejo kot nič hudega sluteče žrtve, ki niso same krive, da so se znašle na nepravem mestu ob nepravem času.

Iz vsebine oddaje lahko oblikujemo tudi naslednjo makropropozicijo: Otroci/mladostniki o sebi ne govorijo veliko. Za mnenje otrok/mladostnikov je povprašala le novinarka v uvodnem prispevku, ki je govoril o okoliščinah nesreče. Dva fanta povesta, kaj se je zgodilo, a le v nekaj stavkih. Vse, kar sta povedala, je:

Fant 1: »Je bila tukejle ograja in so me s hrptom ob ograjo nabil, ane. In jz sem, dihati nisem mogel, ene pet, deset sekund. Jst sem reku 'Porin me stran od ograje, porin me stran od ograje' in me je en porinu, ena punca pa je zraven mene po tleh padla. In je tud noben, to je bla taka gužva, da folk je kar po njej hodu.«

Novinarka: »Pod težo ljudi se je ograja podrla in več jih je padlo po tleh. Po besedah naših sogovornikov, sta bila takrat pred lokalom dva varnostnika.«

Fant 2: »In ona sta se kao smejala, nč nista naredila.«

Fant 1: »Sam not sta stala.«

Fant 2: »Ja, nč onadva sta, po moje je un ukazal ne, da morta do desetih mal bolj počas spuščat, da bo un zaslužu.«

Novinarka: »Po podatkih policije so patrolje na kraj dogodka prišle nekaj minut po 22. uri.«

Fant 1: »Pa stokrat smo jim rekl, pejte tja v gužvo red narest, če kdo bo po tleh padu. Ne, ne ne mormo in gor dol.«

Fant 2: »In niso.«

Novinarka: »Lahko dobite brez problemov alkohol, mamila?«

Oba fanta: »Ja droge so notr.«

Fant 2: »Ja alkohol takoj dajo vsi skor, v bistvu alkohol, ne.«

Novinarka: »Pa vas vprašajo, kolk ste stari?«

Fant 1: »Nč. Sam notr hopa, da zaslužjo.«

Iz zgornjega pogovora lahko oblikujemo makropropozicijo, da za dogodek niso bili krivi otroci/mladostniki, pač pa drugi, ki jim prodajajo alkohol, jih spuščajo v diskoteko ter jim pri nesreči niso pomagali. Iz vsebine je izpuščen pomen, da so bili v nesrečo vpleteni otroci/mladostniki, na podlagi česar lahko sklepamo, da avtorji oddaje otrokom/mladostnikom odgovornosti za dogodek ne pripisujejo.

Izrazito poudarjanje in ponavljanje besed, ki konotirajo mladost žrtev, je razvidno že na začetku, ko je voditeljica napovedala oddajo, uvod je bil dramatičen, njihovo mladost pa konotirajo podčrtane besede. »Umrla so na pragu življenja, na pragu diskoteke. Tri mladoletna dekleta, kot opomin policiji, inšpektorjem, sodnikom, podjetnikom varnostnikom

in staršem, da bi v prihodnje storili vse, da se taka nesreča ne bi ponovila.» Naraščanje napetosti, ki se kaže z uporabo teh besed in besednih zvez, ima dva učinka: poudari pomembnost oziroma grozoto dogodka in skuša pritegniti gledalce.

Besede obeh gostij, ki sta poudarjali in ponavljali drugačnost otrok/mladostnikov konotirajo pomen, da otroci/mladostniki niso tako sposobni kot odrasli. Tipičen primer je izjava Žerovnikove: *"Ker mladoletne osebe se drugače odzivajo. Med njimi je veliko več tega prerivanja, pač drugačni odzivi so. In je tudi odgovornost tistih, ki vabijo mlade popolnoma drugačna kot recimo ta starejša publika"*.

Da so otroci/mladostniki različni od odraslih je v svojih izjavah trdila tudi Marjanovič Umkova, ki je dejala, da:

»zabava je lahko različna, stopnja odgovornosti, ki jo prevzemajo za sebe in za druge udeležence, govorim seveda o mladih ljudeh, je pa še ne v celoti izoblikovana. ... V kolikšni meri jo bodo drugače sprejeli mladostniki, kot bi jo odrasli, nam kažejo številne druge prireditve in ne samo obiskovanje diskotek. Če bi prišli pred diskoteko, ne vem, mladostniki stari 20 let ali pa morda še starejši, 25-letniki in podobno, bi verjetn v tisti množici, ki je tam bila, rekli ne hvala, jaz tukaj ne bom čakal in se obrnili. Ker so bili tam prevladujoči, kot kaže, mladostniki, stari, ne vem, 14, 15, 16 let, je njihovo predvidevanje, kaj se lahko zgodi v taki množici, še popolnoma drugačno kot je predvidevanje starejših oseb. Oni so se morda, torej to si mormo priznati, v tem začetnem prerivanju in čakanju na vstop v diskoteko lahko tudi zabavali.«

Ta dva stavka sta praktično vse, kar lahko pri analizi besed o otrocih/mladostnikih izluščimo iz razprave v oddaji *Pod žarometom*. Veliko besednih zvez o otrocih/mladostnikih, če gledamo tudi kvantitativno, se v oddaji ni pojavljalo, vsaj ne neposredno. Posredno je namreč oddaja nastala zaradi dogodka pred Lipo in so bili v tematiko posredno vpleteni tudi otroci/mladostniki.

7. 3. 2 ANALIZA ODDAJE TRENJA

7. 3. 2. 1 Analiza naslova, poteka oddaje in tematske strukture

Naslov Trenj, ki smo jih analizirali v nalogi, je *Po polnoči prepovedano*. Podnaslovov tudi oddaja Trenja nima, naslov pa konotira pogovor, ki sledi v oddaji, in sicer so govorili o tem, ali bi mladoletnim prepovedali izhode po polnoči, če nimajo spremstva staršev.

Po pozdravu voditelja je sledil prispevek z ene izmed zabav oziroma se je posnetek začel že na avtobusu, s katerim so se otroci/mladostniki peljali na zabavo. Sledil je pogovor v studiu, ki so ga združevali z vklopi v živo iz ene izmed ljubljanskih srednjih šol, kjer so bili sogovorniki novinarja na terenu otroci/mladostniki oziroma srednješolci. V oddaji ni manjkalo oglasnih sporočil, a ta za našo analizo niso bistvena. Približno na sredini oddaje so ponovno vključili prispevek s terena, tokrat so preverjali, kako je s 'horo legalis' v sosednjih državah, sledil je pogovor z gosti v studiu z občasnimi vklopi v srednjo šolo, kjer so otroci/mladostniki komentirali uveljavljanje prepovedi izhodov oziroma vstopov v diskoteko po polnoči, čemur je bila tematsko posvečena cela oddaja. V Trenjih imajo v vsaki oddaji tudi anketo, na katero ljudje odgovarjajo preko navadnega ali mobilnega telefona. Takratno vprašanje je bilo: Ali bi mladoletnim prepovedali zadrževanje na javnih mestih in v lokalih po polnoči? Rezultati ankete, na katero je odgovarjalo več kot 9500 gledalcev, so pokazali, da je bilo 78 odstotkov ljudi za prepoved, 22 odstotkov klicočih pa prepovedi ne bi uvedlo.

Tematika je bila skoncentrirana na mnenja o tem, ali uveljaviti 'horo legalis' ali ne oziroma zakaj je to smiselno in zakaj ne. Izjema je bil prvi prispevek, ki je obravnaval zabave, ki se jih v današnjih časih udeležujejo otroci/mladostniki. Gostje so se posredno dotaknili različnih tem, od tega kako se otroci/mladostniki obnašajo, kdaj so zreli za samostojno odločanje, koliko svobode jim lahko starši dajo, kdo jih vzgaja, kakšna mora biti šola, rdeča nit je bila prepoved izhoda mladoletnih po polnoči. Osrednja tema oddaje je bila pobuda, da se mladoletne osebe v prihodnje brez tehtnih razlogov po 24. uri ne smejo zadrževati na javnih mestih ali lokalih brez spremstva staršev in vzgojiteljev, diskoteke, v katerih točijo alkoholne pijače, je dovoljeno kajenje, naj bodo odprte samo za polnoletne. V oddaji so se pogovarjali predvsem o tem, ali to uzakoniti ali ne.

7. 3. 2. 2 Analiza strukture gostov

Za omizjem Trenj so sedeli Angelca Likovič iz Pobude za šolo po meri človeka, dr. Janez Krek iz pedagoške fakultete, Karolina Korenčan, mati štirih otrok (dve med njimi sta najstnici), Aleksander Zevnik, oče dveh najstnic, Boštjan Potočnik, lastnik ene izmed

diskotek, Blaž Cvar, nekdanji lastnik diskoteke, nekdanji minister za šolstvo dr. Peter Vencelj, Branimir Štrukelj iz Sindikata vzgoje in izobraževanja, dr. Milan Zver, minister za šolstvo in šport, ravnatelj Škofjjske gimnazije Jože Mlakar in Janez Ogulin iz Uprave uniformirane policije, na eni izmed ljubljanskih srednjih šoli pa so bili zbrani dijaki srednje poklicne in strokovne šole. Struktura gostov v oddaji je bila precej razgibana, saj so za omizjem sedeli predstavniki staršev, lastnikov lokalov, policije, ministrstva, ravnatelj, predsednica društva, v katerem želijo otrokom/mladostnikom pomagati, le predstavnika otrok/mladostnikov ni bilo med njimi. Otroci/mladostniki so lahko podali svoje mnenje iz šole, za omizjem ni bilo nikogar. Gostje so zastopali praktično vse sloje družbe, odločitev o izbiri gostov je bila sicer subjektivna, saj je vsako izločanje ali vključevanje gostov v oddaji subjektiven izbor, vseeno pa so bili vključeni gostje iz različnih področij, kar konotira namen po celovitejši sliki o uveljavljanju 'hore legalis' in o dogodku, ki se je zgodil pred Lipo. Otroci/mladostniki so se v oddaji, dolgi okrog uro in štirideset minut količinsko pojavljali manj kot omizje v studiu. Naj izpostavimo še to, da otroci/mladostniki v oddaji niso bili poimenovani. Za razliko od odraslih, ki so sedeli za omizjem. Tam so bili poimenovani vsi, ne glede na funkcijo in vlogo v oddaji, od otrok/mladostnikov, tako v prispevkih kot tudi v oddaji, pa ni bil poimenovan nihče, kar konotira manjvrednost otrok/mladostnikov pa tudi manjvrednost njihovega mnenja oziroma mišljenja.

7. 3. 2. 3 Analiza makropropozicij in besednih zvez o mladostnikih

V Trenjih je bilo govora o otrocih/mladostnikih precej več kot v oddaji Pod žarometom, ker so gostje govorili predvsem o otrocih/mladostnikih in je bila praktično cela oddaja povezana samo z njimi. Zato vseh propozicij in besednih zvez o otrocih/mladostnikih ne bomo analizirali, pač pa se bomo osredotočili na ključne, ki se tičejo mišljenja starejših o otrocih/mladostnikih, kar je ključno za to nalogo.

7. 3. 2. 3. 1 Uvodni prispevek

Izbrane besedne zveze v uvodnem prispevku konotirajo negativno reprezentacijo otrok/mladostnikov. Avtor prispevka je že s postavljenimi vprašanji konotiral makropropozicijo, da je zabava, natančneje rave party, za otroke/mladostnike pretirana in da se jih otroci/mladostniki sploh ne bi smeli udeleževati.

Tipična vprašanja novinarja v dialogih z dekleti (vsi dialogi so bili narejeni z dekleti, kot da fantov na zabavi sploh ni) so bila usmerjena predvsem v smer, kako pa to, da si na tej zabavi, ti starši dovolijo, sploh vedo, da si tukaj, in sicer je novinar spraševal npr.

»Kaj pa je mami rekla? ... A ni je bilo doma? ... A vejo? (vprašanje se nanaša na to, ali starši sploh vedo, da je njihova hči na takšni zabavi, o. p. M. K.) In kaj pravijo? Jih nič ne mot, jih nič v šok ne spravte? ... Pa vam zaupajo tko k greste z avtobusom, organizirano? ... Kako si pa ti uspela? Ste se doma pogovoril, al kaj? ... Kaj si jim ti razložila? ... Kolk si pa ti stara? In starši te pustijo, do kdaj te pustijo zunej?«.

Podobnih vprašanj je bilo še več, vsa pa na konotativni ravni kažejo na nenavadnost pojavljanja mladostnikov na takšnih zabavah.

Že na začetku je avtor v besedilu opozoril na vizualno podobo deklet, na konotativni ravni pa iz besednih zvez oblikujemo makropropozicijo, da imajo starši z otroci/mladostniki velike težave. A ne zaradi staršev pač pa zaradi otrok/mladostnikov. *»Tako je to. Starša še ne odplačata dolgoročnih ubijalskih kreditov, ko se jim pred vrata postavi takšnale 15-, 16-letna gospodična, vsa v roza oprijetem krilcu, naličena, po možnosti še s kakšnim uhanom in reče: Mami grem na rave s svojo najboljšo prijateljico.«* in vprašanje enemu izmed deklet, ki konotira na neprimernost oblačil: *»Kaj pa mama? Te je vidla preden si šla ven, si se ji pokazala?«*

Konec prispevka ponuja pomen, da ustvarjalci prispevka otrok/mladostnikov niso rezprezentirali v tako slabi luči, kot bi jih lahko. Tipičen primer je izjava: *»Pustimo jih, ker je to njihov večer. Ne tekamo po straniščih, ne lovimo spotakljivih posnetkov, ne oprezamo za drogo. Ne čakamo jih do šestih. Čakajo, če že, jih starši.«*

7. 3. 2. 3. 2 Razprava

Iz začetka razprave lahko oblikujemo makropropozicijo, da so otroci/mladostniki v primerjavi z odraslimi nemočni, zato jih morajo le-ti reševati oziroma jim pomagati.

Tipični primeri: *»...če smo že tole videli, vidimo, da je zelo veliko strahu, kaj se lahko tukaj zgodi...«, »...mladim je treba dat večjo odgovornost staršev za svoje otroke...«, »...zato naj starši skrbijo za otroke po polnoči, tisti, ki so mladoletni...«, ipd.*

Sicer so se sodelujoči v samem začetku spraševali oziroma jih je spraševal voditelj, ali prepovedati otrokom/mladostnikom izhode do polnoči ali ne. Jasno je, da so imeli odrasli različna mnenja in tudi različne argumente zanje. Skozi celotno razpravo so se na konotativni ravni oblikovala mnenja, kaj je za otroke/mladostnike treba narediti, kako jim omogočiti to ali ono, kako jih obvarovati tega in tega, kakšno zabavo jim omogočiti in podobno, ne da jih vprašali, česa si oni želijo.

Primeri teh mnenj: *»...da imamo mi odrasli vendarle neko odgovornost do teh mladih...«, »...res ni potrebno, da v nočnih urah ali na ulici ali pa v nekih posebnih zato prirejenih lokalih trošjo svojo mladostno energijo, a ne...«, »...ogromno naših otrok je krasnih, ker imajo odgovorne starše in skrbne starše in se znajo zabavat...«, »...in nam mora bit vsakega otroka škoda...«.*

Ko so se v pogovor vključili srednješolci in povedali svoje mnenje, je omizje svoje rešitve vseeno ugotavljalo več ali manj po svoje. Oblikujemo lahko makropropozicijo, da so starejši bolj usposobljeni za reševanje težav otrok/mladostnikov.

Tipični primeri: *»Otroci morjo met neke zadolžitve, morjo met nekaj družga, neko alternativo, da si ta čas zapolnijo. Naši otroci, najini otroci hodjo v glasbeno šolo, na plavanje, na plezanje. Imajo polno drugih aktivnosti, tko da nimamo problemov z nočnimi izhodi,«* je za omizjem dejala mati dveh hčera. A niti enkrat ni omenila, ali je njenima dekletoma ta način njunega udejstvovanja všeč ali ne. Morda jima je, a o tem govora ni, pa tudi njiju ni o tem vprašal nihče. Njuna mati je zastopala njuno stališče. Oče, ki je zastopal stališče, da je zakon nesmiseln, je, podobno kot mama, sam navajal, kaj bi bilo treba storiti, da bi se situacija izboljšala. *»Mogl bi dobit nekaj mogoče jih tolerirat, kaznovat, če nardijo prekršek, ne. ... Pa jih kaznovat na en tak način, da z enimi kazenskimi urami, v vrtcu, da dela.«*

Nadalje lahko oblikujemo makropropozicijo, da otroci/mladostniki ne vedo, kaj je zanje najbolj primerno in kam lahko gredo in kam ne.

To kaže primer: *»Moje dve hčerki sta tud takrat v Lipi ble, k se je to dogajal, tud en teden po tistem sta ble zunje, pač jst tolk razkiram, da grem ob dveh, pol treh zjutrej tud ponje, tako da se izognemo tistga štopanja.«* Tudi tu po mnenju teh dveh deklet ni vprašal nihče. Nekateri starejših, so, vsaj v določenih delih razprave, poskušali ugotoviti, ali bi otroci/mladostniki to želeli, kakšni so njihovi načrti ali podobno.

Iz zgornjega besedila lahko oblikujemo še eno makropropozicijo, in sicer da se gostje le bežno ukvarjajo s tem, česa si želijo otroci/mladostniki.

Za mnenje o otrocih/mladostnikih in uvedbi 'hore legalis' so povprašali tudi gostince. Iz tega, kar so povedali, lahko oblikujemo makropropozicijo, da so vsi otroci/mladostniki enaki, vsi sodijo v isti koš, vsi so neodgovorni, vsi radi pijejo.

Tipična primera: *»...ker pač mladoletne osebe jih majhn hitr zanese kokr pa, se prav, nimajo tolk odgovornosti, starši tud ne vejo, kje se gibljejo, isto, kaj delajo v tistmu času...«* ali *»Pač brez alkohola se ne znajo tud ustrezno, se ne znajo obnašat v lokalu, ne znajo uživat tistga in tud na osnovi tega nastanejo razni problemi, se pravi, so glasni, motijo okolje in tko naprej.«*

Na osnovi nadaljnje izjave lahko oblikujemo makropropozicijo o hkratni doraslosti in nedoraslosti otrok/mladostnikov, ta dvojnost pa konotira neodločnost govorca, iz česar lahko sklepamo, da niso nujno le otroci/mladostniki tisti, ki ne znajo odločati o sebi.

To dokazuje primer, ki ga je izrekla ista oseba, ki je povedala napisano v zadnjem odstavku:

»zakon je treba sprejeti, in sicer konsenzno, se pravi s starši, otroke je tud treba vprašat, kaj bi blo dobr, in mislim, da je to čist v redu.«, kar konotira pomembnost mnenja otrok

Pomen odgovornosti odraslih za otroke/mladostnike konotira izjava nekdanjega ministra za šolstvo dr. Petra Venclja: *»...jaz se pridružujem tem staršem, da imamo mi odrasli vendarle neko odgovornost do teh mladih, da je njihovo vendarle temeljno življenjska usmeritev skozi šolo, skozi zdravo zabavo, se strinjam ...«*

S temi krajšimi odlomki iz oddaje želimo prikazati, da odrasli otroke/mladostnike jemljejo kot nedorasle osebnosti v vseh pogledih. Oblikujemo lahko makropropozicijo, da se otroci/mladostniki niso sposobni sami odločati, sami predlagati rešitve za stvari, ki se tičejo njih. Namesto njih starejši predlagajo različne aktivnosti, s katerimi bi se otroci/mladostniki lahko ukvarjali v prostem času:

Tipični primeri:

»...zabava s športom, računalnikom, igricam, z druženjem, pogovarjanjem, z vsemi temi rečmi, to noben nima nič proti...«, »...mi bi moral šolam dat mnogo več interesnih dejavnosti...«, »...mi smo razmišljali tudi, da bi v okviru centra za obšolske dejavnosti odprli kakšne vikend pakete, kjer bi se mladi lahko zbirali, potem v okviru Urada za mladino bomo poskušali bolj odpret MICE, mladinske informacijske centre za mlade...«.

Na konotativni ravni lahko oblikujemo makropropozicijo, da so starejši zadolženi za to, da otrokom/mladostnikom predlagajo njihove aktivnosti. Izpuščen je pomen njihove doraslosti temu, da bi sami odločali o različnih stvareh, ki se tičejo njih.

Opazimo lahko tudi pogosto pojavljanje osebnega zaimka mi, predvsem v zadnjih navedkih (mi smo razmišljali, mi bi moral), ki konotira, da so odrasli tisti, ki morajo nekaj narediti za otroke: mi smo bolj sposobni kot oni. Gre za besedno razlikovanje mi - oni, iz česar lahko oblikujemo makropropozicijo, da so osebe, skrite pod zaimkom mi, več vredne ali bolj pomembne.

Nekateri starejši so izpostavili selekcioniranje določene skupine ljudi, na podlagi katere se je ugotavljalo lastnosti pri celotni populaciji. Na to je sogovornik iz Sindikata vzgoje in izobraževanja opozoril z besedami: *»...ko je gospa Likovičeva rekla, kako so te simpatični dijaki, meni so tudi, ampak te isti so lahko tudi tako zgledajo kot uni k smo jih vidl na začetku televizije. Lahko so to eni in isti, zato ne bi delal te razlike, tako radikalno«.*

Oblikujemo lahko makropropozicijo, da so otroci/mladostniki nemočni, na kar kažejo primeri: *»Nam je pa skrb vsakega otroka, ki jih mamamo vsako leto veliko manj, zato je naša pobuda, da otrokom zagotovimo brezskrbno, srečno otroštvo, da se bojo vsestransko razvijal. To je pa skrb družine, šole, lokalne skupnosti v večji meri in tudi države,«* je dejala Likovičeva.

Oblikujemo lahko tudi makropropozicijo, da so otroci/mladostniki enakovredni odraslim, predvsem v smislu različnosti, torej različni so odrasli in različni so otroci/mladostniki.

Primeri:

»Treba je preprečit, da bi diskoteke, al pa pač take množične prireditve, postavljale otroke v položaj, al pa mlade, al pa stare, v položaj, ko se lahko zgodi, da ga poteptajo. V takih okoliščinah ni razlike med 40-letnikom, 16-letnikom ali 20-letnikom.«

»Tudi vsi smo zdej majhno pod vtisom tega prispevka (na začetku oddaje, o.p. M. K.), ki je bil dokaj dramatičen in prikazuje samo, recimo, en del zabave mladih, tudi samo eno zvrst zabave. Lahko bi rekli tudi, da samo eno zvrst mladinske subkulture in še zdaleč ne posega na celotno mladinsko kulturo oziroma več subkultur seveda poznamo in na celotno obnašanje oziroma zabavo.«

»...teško je tudi posploševat recimo tudi razne deviantne načine obnašanja kar na celotno populacijo mladih in s tem delamo mladim kar precejšnjo krivico...«

»Ja, loh bi tud rečmo, mene in mojo starost ob šestih zjutrej snemal. Po moje, da delamo iste bedarije al pa še večje. Tako, da...«

Naslednja makropropozicija, ki jo lahko oblikujemo na podlagi povedanega v oddaji je, da je pomembno tudi mnenje otrok/mladostnikov.

Primeri:

»...ni ključen problem, kako omejiti zabavo mladim, kje postaviti mejo, uro do kdaj morajo biti doma, ali starostno mejo. To je zelo različno. Nekateri so odgovorni in bolj zreli že prej, nekateri tudi kasneje ne, tudi, če so odrasli, ampak pač je ključen problem, naš skupni problem, kako bomo mladim omogočili zabavo, ne pa omejili. Kako jim bomo omogočili varno in seveda zdravo zabavo, seveda tako, ki bo za njih privlačna.«

»...naj sami povedo, ne da jim mi starejši tukej solimo pamet in iščemo neke variantne oblike njihove zabave. Mi lahko ponudimo vrsto oblik pa za mlade ne bo zanimivo.«

Oblikujemo lahko makropropozicijo, da se otroci/mladostniki razlikujejo, in sicer v smislu 'dobrih' in 'slabih'. Primer je:

»...ampak žal mamu mi opravi z delom mladine, ki pod zabavo razume popolnoma nekega drugega kot tule srečate. Razume popoldne ali v neki priliki dobiti ustrezen napoj tak ali drugačen. Potem se pa ob večernih urah, zlasti so tko imenovane zabave petek je dan za zadetek tistega tipa, zdej se bomo napili potem bomo pa razgrajal in ne samo razgrajal, ampak šli po ulici pa metali prazne steklenice po izložbah.«

Zadnji stavek zopet konotira neodgovornost oziroma neizobraženost otrok/mladostnikov.

Otrokom/mladostnikom je treba kazati pot in jih usmerjati, saj sami tega niso sposobni, je naslednja makropropozicija, na katero kaže stavek: *»...otrokom ponudimo možnost, da jim pokažemo pot, ne samo da počakamo, da jo otroci sami najdejo.«* Eden od staršev je nasprotno menil, da naj ob napakah otroci/mladostniki sami prevzamejo odgovornost. *»Ne prekladati odgovornosti na drugo, dejmo odgovornost na otroke. Če on misli, otrok, da je tok sposoben, da gre do treh zjutrej, pa da se starši strinjamo s tem, vsaj jst za svoje, da grejo ven, naj gresta, ampak če bosta prekršek naredile na prvem mestu naj onedve odgovorjata, ker če ne denarno, z nekim delom.«*

Analiza besednih zvez večkrat na konotativni ravni kaže na pokroviteljstvo starejših nad otroci/mladostniki.

Tipičen primer:

»V smislu zaščite otrok, pa v smislu premagovanja njihovih pubertetniških težav, mislim, da bi morala bit vzgoja enotna. Sej ne gre za neka ideološka izhodišča, po katerih bomo mi postavli ta vzgojni koncept, ampak gre za tista preprosta, jaz bi temu reku, družinska merila, ker takrat, kadar so recimo starši v stiski, k majo probleme s svojimi otroci, takrat vse te neke ideološke usmeritve ali nazorske usmeritve staršev izginejo. In so stiske več ali manj podobne, enake in več ali manj vsi iščejo te iste rešitve,« je menil eden od sogovornikov.

Če pogledamo na spolno razlikovanje ali spolno diskriminacijo, se je v enem primeru zgodilo, da je gostja v studiu dekleta izpostavila kot šibkejša: *»...da po polnoči sama dekleta se sprehajaj in štopaj in hodit domov, je zelo, zelo nevarno...«*, sicer pa govor ne konotira razlikovanja otrok/mladostnikov po spolu.

7. 3. 2. 4 Analiza besednih zvez in makropropozicij mladostnikov

Iz pogovora z otroki/mladostniki lahko oblikujemo makropropozicijo, da so otroci/mladostniki zrele osebnosti. Imeli so namreč predloge in mnenja, ki so tako dobra ali pa še boljša od mnenj oziroma predlogov odraslih. Tipični primeri: *»Ja, jst mislim, da je prava meja ali pa tud ne. Pač starše je vseen strah, al so 18 let stari al so pa 15 stari, pa alkohol se dobiva, če si 18 star ali pa če si 15 star, pa notr te tud spuščajo, tako da. Tega zakona se ne držijo in se po mojem tud nobenga ne bojo,«* je dejalo eno dekle izmed devetih dijakov, ki so sedeli v eni izmed ljubljanskih srednjih šol. *»Jah, ne vem, jst sem pač zato, da se mladoletnim osebam alkohola ne prodaja. Je pa tko, a ne, če so mladoletne osebe odzun, so itak starši to krivi,«* je še dodal eden izmed fantov. *»Pa ne morjo bit starši krivi,«* je nasprotovalo dekle. Gre torej za izmenjavo mnenj.

Na konotativni ravni lahko sklepamo, da se otroci/mladostniki zavedajo delovanja družbe, njenih napak. Oblikujemo lahko makropropozicijo, da znajo zagovarjati svoje pravice, vedo, kje je meja, zavedajo se, kaj počnejo in česa ne oziroma kaj počnejo narobe (to zakaj še vedno to počnejo ni tema tega diplomskega dela, o. p. M. K.). Primeri:

»En otrok pač reče, da gre do svojga prijatla domov, a ne. Potem pa kar recimo pride do njega domov in kar zbežita. Mislim, zbežita, pač gresta v diskoteko sama dva, a ne. Oni

(starši, o. p. M. K.) bi to mogoč poklicat recmo starši starše (če gre mladostnik na obisk prijatelju in želi tam prespati, o. p. M. K.) pa prevert, če so res, če so oni res pr njih, ampak to se ne dela in zarad tega pride pol...«, »Več bo treba komunikacije,« se je zavedal eden izmed fantov.

»Ne sej tud tko je. Kdo bo pa hodu v te ustanove (če bi npr. za mlade posebej odprli kakšen lokal ali diskoteko, kjer ne bi bilo pijač, o. p. M. K.)? Sej, če pogledaš dons mladino, vsak bo reku, pa to je kar neki. Sej noben ne bo hodu nato, tud če nardijo te ustanove, sej mladih to ne zanima. Mlade sam zanima, kako bodo ob vikendih bli čimbolj naliti.«

V zadnjem stavku poleg konotacije, da se otroci/mladostniki zavedajo, kakšni so, besede otroka/mladostnika konotirajo pokroviteljstvo nad otroci/mladostniki. Otroci/mladostniki delajo to, želijo si tega... Oblikujemo lahko makropropozicijo, da govorec sebe iz te populacije izključuje, on ni del te skupine in se njega to ne tiče, kar konotira uporaba tretje osebe množine. To počnejo drugi, s katerimi on ni povezan.

Iz prej povedanega lahko oblikujemo makropropozicijo, da se otroci/mladostniki zavedajo svojih dejanj in se zavedajo, kako morajo ravnati, da prepričajo svoje starše ali pa koga drugega. Se pa tu pojavi širše vprašanje: Ali se tega sami zavedajo, ali pa so to mnenje, ki so ga povedali, sprejeli iz širše družbe, in ga sami sicer ne sprejemajo, ampak ga povedo le zato, ker se jim zdi, da ga sprejema večina. Tu gre že za širši kontekst.

Oblikujemo lahko tudi makropropozicijo, da otroci/mladostniki vedo, kaj si želijo v prostem času početi in torej niso le starejši primerni za tovrstno odločanje, kot smo na konotativni ravni ugotavljali v prejšnjem poglavju. Primeri:

»Ja pa sej to se pač vsak posameznik odloč, kaj bo delal.«, »Jst ponavad, če grem na eno kavo s kolegi, se to zavleče pet ur, če je treba. Pa je fajn, pa ne rabš alkohola zravni.«, »Jest ga preživljam (vikend, o. p. M. K.) tko, k si ga pač nardim, ga bom pač preživel. Grem do frenda, grem igrat basket, fuzbal, zaposliš se pač, mal se učiš za šolo, a ne.«, »Več športnik prireditev definitivno. Boljša organizacija. Recimo čez poletje, recmo, odbojka na mivki, velik ljudi je tam.«

Tudi rešitve glede težav, npr. tudi glede uveljavitve 'hore legalis', o čemer so se v oddaji pogovarjali, so otroci/mladostniki znali poiskati, kar konotirajo naslednji izseki:

»Ja recimo, da tud če bi sprejel ta zakon, pa recimo, da ga bomo. Kdo bi se tega zakona držu, pa ne vem, kako bi, kaj bi se spremenil v bistvu s tem?«, eno od deklet pa: «Ja jst pač sporočam vsem, da dokler se otrokom, ki imajo starše na višjih položajih ne bo kaj zgodil, pa jst jim ne prvoščm, al pa imel kej neomogočnga, se v državi mislim, da ne bo premaknilo prav nič.«

Iz povedanega lahko oblikujemo makropropozicijo, da otroci/mladostniki znajo izraziti svoje mnenje tudi o družbi in družbenem dogajanju in so do njega kritični.

Otroci/mladostniki imajo odrasle poglede na njihove kršitve, na kaznovanje ter se zavedajo svojih napak in izsiljevanja, je naslednja makropropozicija, ki jo lahko oblikujemo.

Primer:

»Ja sej jst v bistvu ne prekršim pravila. Jaz pač od vzgoje, kokr sem uzgajan, jaz se tko držim tega, kar so mi povedal, a ne, ampak tudi pride do ene, loh bi reku dileme, a ne, recimo ti nardiš tak obrazek: 'Dej oči spust me, ne.' Pa te bo spustu ven.« ali pa izjava »Ja v bistvu mene pač ne kaznujejo. So mal jezni name, ampak jst vidm, kje je meja in zato drug vikend nam šla ven.«

Tu je udeleženka v pogovoru sama poudarila svojo odgovornost. Stavek konotira njeno odraslost.

7. 3. 2. 5 Analiza vizualne podobe mladih in gostov, ki se pojavljajo v oddaji Trenja

Predvsem v prvem prispevku s t. i. rave zabave so bili predstavljeni otroci/mladostniki, ki so vizualno izstopali iz povprečja, saj so nosili oblačila živih barv, lasje so imeli pobarvane v roza, živo rdečo itd., imeli so veliko preluknjanih delov telesa, naličeni so bili z živimi barvami, prikazana so bila večinoma dekleta. Posneti so bili na eni izmed njihovih zabav, celoten prispevek je spremljal novinarjev tekst. Po prispevku je sledil pogovor z gosti v studiu, kjer z vizualnega vidika ni opaziti posebnosti. Šlo je za klasično omizje, sceno, kamera je kazala različne zorne kote, sem ter tja se je še pokazal odsek iz takšne ali drugačne mladinske zabave, voditelj v oddaji je stal in se je premikal od enega sogovornika k drugemu. Dajal je vtis, kot da se mu kam mudi. Videz otrok/mladostnikov, ki so ob javljanjih v živo iz šole sedeli v učilnici na mizah, ni bil vpadljiv, razen mogoče videz enega posameznika, čigar način oblačenja se je razlikoval od ostalih. V oddaji so zavrteli še prispevek o tem, kako so podobne stvari (torej hora legalis oz. otroška/mladostniška zabava) urejene v sosednji Avstriji.

Tudi tu so bili posnetki z zabave, saj je prispevek govoril o tem, da vsi spoštujejo 'horo legalis', a ti posnetki niso bili tako dramatični kot prvi. Vizualna podoba konotira različnost otrok/mladostnikov od odraslih. Predvsem nasprotje gostje v studiu : otroci/mladostniki na rave zabavi. Očitna je bila razlika v podobi otrok/mladostnikov in odraslih, prvi so bili oblečeni bolj divje, drugi bolj umirjeno, kar na konotativni ravni kaže na večjo odgovornost starejših, ki so bolj umirjeni in bolj prilagojeni okolici.

7. 4 ZAKLJUČKI ANALIZE OBEH ODDAJ

Na začetku tega dela naloge je bilo zastavljeno temeljno raziskovalno vprašanje: Kakšna je reprezentacija otrok/mladostnikov na televiziji? Vprašanje je bilo operacionalizirano še z drugimi vprašanji. Prvo vprašanje je bilo, v kakšni vlogi so otroci/mladostniki na televiziji sploh prikazani. Lahko rečemo, da predvsem v oddaji Trenja, kjer lahko ugotavljamo na podlagi večje količine posnetkov (v oddaji Pod žarometom otroke/mladostnike prikazujejo le v delčku oddaje), otroke/mladostnike prikazujejo kot neko subkulturo, izpostavijo le eno skupino otrok/mladostnikov, predvsem v uvodnem prispevku. Otroci/mladostniki, ki so se v oddaji pojavljali kasneje, so bili naključno izbrani, tako da tu morda lahko sklepamo na nek vzorec otrok/mladostnikov, ki je vseeno bolj reprezentativen od tistega iz prvega prispevka. Njihova vloga je bila predvsem ta, da prikažejo, kako se obnašajo. Če upoštevamo prispevek, potem lahko sklepamo, da vsi otroci/mladostniki pijejo, kadijo, lažejo svojim staršem, se 'čudno' oblačijo, torej so bili prikazani izrazito enostransko oziroma je bila prikazana le ena skupina otrok/mladostnikov, a gotovo vzorca ne moremo posploševati na celoto. V oddaji Pod žarometom otrok/mladostnikov praktično ni bilo, če pa upoštevamo uvodni prispevek, v katerem dvema fantoma namenijo nekaj sekund, potem lahko oblikujemo makropropozicijo, da sta bila prikazana v vlogi žrtve (govorila sta namreč o stanju pred Lipo na dan nesreče, kako so ju stiskali, kako so se gnetli, itd.).

Vloga otrok/mladostnikov pri njihovem predstavljanju na televiziji, na kar se nanaša drugo vprašanje, je predvsem ta, da na nek način predstavijo tudi drugo plat zgodbe, ali jim je za to namenjeno dovolj časa je drugo vprašanje. V Trenjih so otroci/mladostniki poskušali predstaviti svoje stališče, a so bili pri svojih razmišljanjih večkrat (pogosteje kot odrasli) prekinjeni. V uvodnem prispevku je moč opaziti, da se morajo na nek način zagovarjati pred starejšimi, skrivati, da jih ne bi opazili, opaziti je mogoče tudi to, da se svojih dejanj in stila

oblačenja ne sramujejo. Lahko celo trdimo, da se njihovega oblačenja sramujejo njihovi starši, okolica, družba, sami pa ne. Oni se dobro počutijo tam, kjer so oziroma ob tem, kar počnejo.

Kdo govori o njih: otroci/mladostniki sami ali kdo drug, je naslednje vprašanje. Če seštejemo minutažo obeh oddaj, ugotovimo, da sta bili dolgi več kot dve uri in pol. Res je sicer, da tematsko gledano skozi celotni oddaji ne govorijo le o otrocih/mladostnikih, kljub vsemu pa je ugotovitev ta, da otroke/mladostnike predstavljajo starejši. Celotna oddaja Pod žarometom je temeljila na pogovoru s starejšimi, ki so povedali, kaj bi bilo najbolje za družbo in tudi za družbo otrok/mladostnikov. V Trenjih lahko zasledimo več misli otrok/mladostnikov, ki so govorili v svojem imenu, še vedno pa so sogovorniki v veliki meri govorili o njih, kot da jih ne bi bilo. Torej ne moremo trditi, da o otrocih/mladostnikih govorijo le starejši, lahko pa rečemo, da je mnenje starejših prikazano kot bolj verodostojno. To lahko ponazorimo že s tem, da so sedeli za omizjem in so bili poimenovani, otroci/mladostniki pa so se vključevali le, ko je bilo to predvideno, ne poznamo njihove identitete, so kot vzorec iztrgan iz množice.

Besede ali besedne zveze, s katerimi so otroci/mladostniki označeni? To je morda še najtežje vprašanje, saj o tipičnih zvezah, vsaj v obeh analiziranih oddajah, ne moremo govoriti. Gre za diskurz o vzgoji otrok/mladostnikov, o obnašanju, o njihovem interesu. V oddaji Pod žarometom se, predvsem v prvem delu, otrok/mladostnikov skorajda niso dotaknili, razen dejstva, da so tri dekleta umrla. O tipičnih besedah in besednih zvezah tako, vsaj na podlagi analize obeh oddaj, ne bi mogli govoriti. Je pa konotacija taka, da so otroci/mladostniki v podrejenem položaju, da ne znajo skrbeti zase, da so manj odgovorni kot starejši, da se drugače obnašajo in da so zato potrebni večje pozornosti.

Če se osredotočimo na medijski diskurz in na vprašanje, ali je do otrok/mladostnikov zaščitniški, lahko ugotovimo, da do neke mere zagotovo je. Predvsem v smislu, da ne gre za odrasle, odgovorne osebe, pač pa za nemočne otroke/mladostnike. O zaščitniškem govoru lahko govorimo predvsem na podlagi izjav nekaterih gostov za omizjem oddaje Trenja, ki so izrazili mnenje, da se otroci/mladostniki ne morejo sami odločati, da je treba za njih poskrbeti, saj jih je vsako leto manj. Tudi v oddaji Pod žarometom lahko zasledimo zaščitniško obnašanje do otrok/mladostnikov. Treba je najti nekoga, ki je za dogodek odgovoren, saj otroci/mladostniki to nikakor ne morejo biti. Odgovor na to vprašanje je tako polovičen. Do neke mere je diskurz zaščitniški, ne moremo pa trditi, da to velja za večino povedanega.

Od štirih tez, ki smo si jih zastavili v začetku naloge, v celoti ne moremo potrditi nobene. Še najbližje je teza, ki pravi, da so otroci/mladostniki v ospredju, kadar gre za kriminalna dejanja, torej so žrtve ali 'hudiči'. To v tem primeru drži, saj so bili otroci/mladostniki v obeh oddajah, če gledamo splošen vtis, predstavljeni kot žrtve, v uvodnem prispevku Trenj pa tudi kot 'hudiči' v smislu, kako se obnašajo, kaj počnejo in da so na nek način sami krivi za nesrečo. Po drugi strani so žrtve, saj bi zanje morali skrbeti starši. Če ne skrbijo, se jim lahko zgodi kaj hudega, lahko pride celo do smrti tako kot v primeru pred diskoteko Lipa.

Prvo in zadnjo tezo, torej da medijski diskurz otrok/mladostnikov ne obravnava kot enakopravnih državljanov ter da pri reprezentaciji otrok/mladostnikov o njih govorijo starejši, ki jih ne zanima mnenje otrok/mladostnikov, lahko le delno potrdimo. Namreč v določenih delih oddaj se zdi, kot da odrasli sprejemajo otroke/mladostnike kot enakopravne državljane, saj želijo izvedeti tudi njihovo mnenje, jih štejejo odgovorne za svoja dejanja. Delno pa so govorili kot o otrocih/mladostnikih, ki se še ne morejo sami odločati, saj ne vedo, kaj je zanje dobro in kaj ne, nimajo občutka, kje je meja, ki je za družbo in zanje sprejemljiva, itd. Teza, da pri reprezentaciji otrok/mladostniki o njih govorijo starejši, ki jih ne zanima mnenje otrok samih, tudi ne zdrži. Predvsem v oddaji Trenja, ki je več govorila o otrocih/mladostnikih (v oddaji Pod žarometom so bili bolj osredotočeni na krivdo in otrok/mladostnikov pravzaprav ne vmešavajo v kontekst, vsaj večino oddaje ne), lahko opazimo določeno stopnjo tolerance do otrok/mladostnikov. Predvsem s strani ministra za šolstvo in šport dr. Milana Zvera, enega od predstavnikov staršev in gostje iz Pobude za šolo po meri človeka, ki so v določenih trenutkih opozorili na to, da je za mnenje treba vprašati tudi otroke/mladostnike oziroma se za rešitve posvetovati z njimi, prav tako so svoje mnenje povedali otroci/mladostniki, zbrani na eni izmed ljubljanskih srednjih šol. Do določene stopnje torej lahko govorimo o toleranci starejših do otrok/mladostnikov, še vedno pa teze ne moremo popolnoma ovreči, saj do določene mere odrasli otrok/mladostnikov še vedno ne upoštevajo. O končnih rešitvah težav (če v tem primeru sploh lahko govorimo o končnih rešitvah) so govorili le starejši, nekateri za omizjem so predvidevali, da vedo, kaj je za otroke/mladostnike bolj primerno in kako bi se po njihovem otroci/mladostniki morali obnašati. Torej še vedno ne gre za obravnavo otrok/mladostnikov kot enakih. Pri drugi tezi, da pri reprezentaciji otrok/mladostnikov le-ti niso navzoči – sami sebe ne predstavljajo, ugotovimo, da to, vsaj v oddaji Trenja, ne drži, saj so imeli tudi otroci/mladostniki priložnost, da povedo svoje mnenje. Kamera jih je posnela, tako da so lahko ljudje dobili določeno predstavo o njih. Kar se tiče oddaje Pod žarometom otrok/mladostnikov je res, da jih ni bilo zraven, a je bilo tudi govora o njih zelo malo, saj so

se v oddaji osredotočili predvsem na krivdo oziroma reševanje zakonskih nepravilnosti ob nesreči in ne toliko na obnašanje otrok/mladostnikov oziroma idejo, da bi otroci/mladostniki morali biti doma, kjer jih starši lahko zaščitijo.

8. ZAKLJUČEK

Analiza oddaj Trenja in Pod žarometom do določene točke potrjuje trditev, da so otroci/mladostniki na televiziji predstavljeni kot lutke v rokah odraslih, čeprav tega popolnoma ne moremo potrditi, saj do določene mere predvsem v prvi oddaji tudi otroci/mladostniki dobijo besedo in lahko o sebi tudi nekaj povedo. Res pa je, da gre tu že za starejše otroke/mladostnike, stare več kot 15. let. Torej srednješolce in ne osnovnošolce.

Zagotovo bi bilo s tega vidika treba v prihodnosti še raziskovati in preučevati televizijsko vsebino, saj je to področje premalo poudarjeno. Avtorji različnih teorij se osredotočajo na težave pri pripravljanju programa za otroke/mladostnike in menijo, da bi tu morali otroci/mladostniki sodelovati v večji meri, gotovo pa bi bilo njihovo sodelovanje pomembno tudi pri njihovi reprezentaciji oziroma pri predstavljanju mnenj o tematiki, ki se tiče neposredno njih. To področje je s strani raziskovalcev vzgoje za medije zapostavljeno, a ni nepomembno. Za celovitejšo sliko bi bilo treba raziskati še več podobnih primerov. Potem bi bila predstava bolj natančna. Vsekakor bi bilo pri teh analizah treba vprašati tudi otroke/mladostnike, kaj oni mislijo o njihovem predstavljanju v medijih.

Na podlagi analize v tej nalogi lahko trdimo le to, da je mnenje otrok/mladostnikov v problematiki, ki se je pojavila po nesreči v diskoteki Lipa, premalo upoštevano. Predvsem oddaja Pod žarometom je popolnoma zanemarila stališče otrok/mladostnikov. Tudi v Trenjih bi jim lahko namenili več in predvsem drugačno možnost nastopa in izražanja mnenja.

Za drugačno mnenje o otrocih/mladostnikih bi bilo verjetno treba korenito spremeniti celotno družbo, česar se gotovo ne da doseči preko noči. Starejši, verjetno tudi na podlagi svojih izkušenj, predvidevajo, da so otroci/mladostniki šibkejši, manj izkušeni, ne dovolj pametni, da bi o določeni zadevi lahko podali konstruktivno mnenje. A če tematika zadeva tudi njih oziroma predvsem njih, so navsezadnje oni tisti, ki to tematiko najbolj razumejo, saj se s tem spopadajo ali pa ne spopadajo.

Velja opozoriti na dejstvo, da so otroci/mladostniki izpostavljeni predvsem kot žrtve, angelčki ali kot 'hudiči'. Torej kot skrajnosti, a večina otrok/mladostnikov najverjetneje ne spada niti v eno niti v drugo skupino. Za celovitejšo reprezentacijo otrok/mladostnikov morajo slednji

dobiti možnost glasu. Menim, da se ta popačena slika v prihodnosti ne bo veliko spremenila, saj svet vodijo odrasli in otroci/mladostniki pri tem nimajo besede. In tako bo tudi ostalo. Vseeno je smiselno na to težavo opozarjati, saj so tudi otroci/mladostniki del sveta, od njih je pravzaprav odvisna prihodnost. In prav je, da tudi oni v medijih vidijo realnejšo predstavo o sebi, saj so za te podobe in predstave še najbolj dojemljivi.

Analiza reprezentacije otrok/mladostnikov v vseh medijih torej v prihodnje ne bi bila odveč. Zagotovo se da ugotavljati tudi druge razsežnosti te reprezentacije, predvsem v smislu, kdo pripravlja oddaje, koliko svobode imajo otroci/mladostniki pri svoji reprezentaciji, koliko se sploh pojavljajo v medijih, zakaj ravno takrat, kako so medijsko zaščiteni (je ta zaščita prevelika ali premajhna) oziroma kaj bi bilo na tem področju treba še storiti.

9. LITERATURA

1. Aries, Philippe (1991): *Otrok in družinsko življenje v starem režimu*. Ljubljana: Škuc, Filozofska fakulteta.
2. Baker, Chris (1997): *Global Television: An Introduction*. Oxford: Blackwell Publishers.
3. Barker, David (1994): Television Production Techniques as Communication. V Horace Newcomb (ur.): *Television: The Critical View*, 87-100. Peta izdaja. New York, Oxford: Oxford University press.
4. Berry, Gordon L. in Joy Keiko Asamen (1993): *Children & Television: Images in a Changing Sociocultural World*. Newbury Park: Sage Publication.
5. Bourdieu, Pierre (2001): *Na televiziji*. Ljubljana: Krtina.
6. Branston, Gill in Roy Stafford (2003): *The Media Students Book*. Tretja izdaja. London, New York: Routledge.
7. Browne Graves, Sherryl (1993): Television, the Portrayal of African Americans, and the Development of children's attitudes. V Gordon L. Beery in Joy Keiko Asamen: *Children & Television: Images in a Changing Sociocultural World*, 179-190. Newbury Park: Sage Publications.
8. Bučar – Ručman, Aleš (2004): *Nasilje in mladi*. Novo mesto: Klub mladinski kulturni center.
9. Burr, Vivien (1995): *An Introduction to Social Constructionism*. London, New York: Routledge.
10. Comstock, George (1993): The Medium and the Society (The role of Television in American Life). V Gordon L. Beery in Joy Keiko Asamen: *Children & Television: Images in a Changing Sociocultural World*, 117-131. Newbury Park: Sage Publications, Newbury Park.
11. Condit, Celeste Michelle: The Rhetorical Limits of Polysemy. V Horace Newcomb (ur.): *Television: The Critical View*, 426-447. Peta izdaja. New York, Oxford: Oxford University press.
12. Cottle, Simon (2000): *Ethnic Minorities and the Media: changing cultural boundaries*. Buckingham: Open University Press.
13. Croteau, David in William Hoynes (2000): *Media Society: Industries, Images and Audiences*. London: Pine Forge Press.

14. David, Paulo (1999): Children's Rights and Media: Conciliating Protection and Participation. V Cecilia von Feilitzen in Ulla Carlsson (ur): *Children and Media: Image, Education, Participation*, 31-36. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen Nordicom.
15. De Saussure, Ferdinand (1997): *Predavanja iz splošnega jezikoslovja*. Ljubljana: ISH Fakulteta za podiplomski humanistični študij.
16. Eicke, Ulrich in Wolfram Eicke (1994): *Medienkinder: Vom richtigen Umgang mit der Vielfalt*. München: Knesebeck.
17. Erjavec, Karmen in Zala Volčič (1998): *Mladi in mediji*. Ljubljana: Zveza Prijateljev Mladine Slovenije.
18. Erjavec, Karmen in Zala Volčič (1999a): *Research on Media Education. Poletna šola Media Education/Vzgoja za medije: Zavod za odprto družbo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
19. Erjavec, Karmen (1999): Stereotipiziranje družbenih vlog. V Karmen Erjavec in Zala Volčič: *Research on Media Education. Poletna šola Media Education/Vzgoja za medije: Zavod za odprto družbo*, 20-34. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
20. Erjavec, Karmen in Zala Volčič (1999b): *Moč in nemoč televizije*. Ljubljana: Rokus.
21. Erjavec, Karmen (2004): Mladostniki in medijsko okolje. V Vesna Dolničar in Jana Nadoh: *Medijske navade med slovenskimi mladostniki*. Ljubljana: Študentska organizacija univerze: Fakulteta za družbene vede, Center za metodologijo in informatiko.
22. Erjavec, Karmen in Melita Poler Kovačič (2007): *Kritična diskurzivna analiza novinarskih prispevkov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
23. Fairclough, Norman (1995a): *Media Discourse*. London, New York, Sydney, Auckland: Edward Arnold, a member of the Hodder Headline Group.
24. Fairclough, Norman (1995b): *Critical Discourse Analysis: the critical study of language*. London and New York: Longman.
25. Fairclough, Norman (2005): *Analysing Discourse: Textual analysis for social research*. London and New York: Routledge.
26. Fisherkeller, Jo Ellen (2002): *Growing up with Television: Everyday learning among young adolescents*. Philadelphia: Temple University Press.
27. Ginsburg, Faye D., Lila Abu-Lughod in Brian Larkin (2002): *Media Worlds*. London: University of California Press.

28. Gray, Herman (1994): Television, Black Americans, and the American Dream. V Horace Newcomb (ur.): *Television: The Critical View*, 176-187. Peta izdaja. New York, Oxford: Oxford University press.
29. Hall, Stuart (1997): The work of representation. V Stuart Hall (ur.): *Representation: Cultural Representation and Signifying Practise*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
30. Hamamoto, Darrell Y. (1993): They're so cute when they are young. V Gordon L. Beery in Joy Keiko Asamen: *Children & Television: Images in a Changing Sociocultural World*, 205-214. Newbury Park: Sage Publications.
31. Jempson, Mike (1999): Some Thoughts on Developing Child-friendly Media. V Cecilia von Feilitzen in Ulla Carlsson (ur.): *Children and Media: Image, Education, Participation*, 103-119. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen Nordicom.
32. Kamin, Tanja (2004): *Promocija zdravja kot mit opolnomočenega državljana. Doktorska disertacija*. Ljubljana: FDV.
33. Kazenski zakonik RS (71. in 72. člen Kazenskega zakonika RS, Ur. list 63/94). Dostopno na: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200495&stevilka=4208> (29. junij 2006).
34. Kids These Days... A Seminar Researched and Presented by Young Journalists from Children's Express. V Cecilia von Feilitzen in Ulla Carlsson (ur.): *Children and Media: Image, Education, Participation*, 121-136. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen Nordicom.
35. Košir, Manca in Rajko Ranfl (1996): *Vzgoja za medije*. Ljubljana: DZS.
36. Košir, Manca (2003): *Surovi čas medijev*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
37. Kovaric, Peter M. (1993): Television, the Portrayal of the Elderly, and Children's Attitudes. V Gordon L. Beery in Joy Keiko Asamen: *Children & Television: Images in a Changing Sociocultural World*, 243-254. Newbury Park: Sage Publications.
38. Kunkel, Dale in Stacy L. Smith (1999): The News Media's Picture of Children in the United States. V Cecilia von Feilitzen in Ulla Carlsson (ur.): *Children and Media: Image, Education, Participation*, 79-86. Göteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen Nordicom.
39. Luthar, Breda (1992): *Čas televizije*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
40. Luthar, Breda (1996): Analiza medijskega vpliva v semiotski družbi. *Teorija in praksa* 33(2), 181-193.

41. Macdonald, Myra (2003): *Exploring Media Discourse*. New York: Oxford University Press.
42. Makas, Elaine (1993): Changing Chanel: The Portrayal of People With Disabilities on Television. V Gordon L. Beery in Joy Keiko Asamen: *Children & Television: Images in a Changing Sociocultural World*, 255-268. Newbury Park: Sage Publications.
43. Marjanovič Umek, Ljubica, Maja Zupančič, Petra Lešnik Musek, Urška Fekonja in Tina Kavčič (2001): Socialni razvoj v zgodnjem otroštvu in teorija uma. V Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič: *Razvojna psihologija: izbrane teme*, 42-59. Ljubljana: Oddelek za psihologijo Filozofske fakultete.
44. Musek, Janek in Vid Pečjak (1992): *Psihologija*. Ljubljana: DZS.
45. Nastran Ule, Mirjana (1996): Sociološki oris mladosti/mladine. V Mirjana Nastran Ule (ur): *Mladina v devetdesetih: analiza stanja v Sloveniji*, 9-24. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče: Ministrstvo za šolstvo in šport Republike Slovenije, Urad Republike Slovenije za mladino.
46. Nastran Ule, Mirjana (2000): *Temelji socialne psihologije*. Tretja izdaja. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
47. Newcomb, Horace (1994): *Television: The Critical View*. Peta izdaja. Oxford, New York: Oxford University Press.
48. Papalia, Diana E., Sally Wendkos Olds in Ruth Duskin Feldman (2003): *Otrokov svet: Otrokov razvoj od spočetja do konca mladostništva*. Ljubljana: Educy.
49. Pečjak, Vid (1994): *Psihologija množice*. Ljubljana: Samozaložba.
50. Perovič, Tomaž in Špela Šipek (1998): *TV Novice*. Ljubljana: Študentska organizacija univerze, Študentska založba.
51. Poler, Melita (1997): *Novinarska etika*. Ljubljana: Magnolija.
52. Potter, James W. (1998): *Media Literacy*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
53. Schneider, Cy (1987): *Children's Television: The Art., the Business and how it works*. Chicago: NT Business Books.
54. Signorielli, Nancy (1993): Television, the Portrayal of Women, and Children Attitudes. V Gordon L. Beery in Joy Keiko Asamen: *Children & Television: Images in a Changing Sociocultural World*, 229-242. Newbury Park: Sage Publications.
55. Silverstone, Rodger (1994): *Television and Everyday Life*. London, New York: Routledge.

56. The Children's Television Charter. Dostopno na: <http://www.philonline.com.ph/~pctvf/charter.html> (2. avgust 2006).
57. Tolson, Andrew (1996): *Mediations: Text and Discourse in Media Studies*. London, New York, Sydney, Auckland: Arnold.
58. Tolson, Andrew (2001): *Publisher description for Television talk shows : discourse, performance, spectacle*. Dostopno na: <http://www.loc.gov/catdir/enhancements/fy0634/00059322-d.html> (8. julij 2007).
59. To Speak, Participate and Decide – the Child's Right to be heard. Dostopno na: http://www.crin.org/docs/GDD_2006_Plan.pdf (3. oktober 2006).
60. Ule, Mirjana (1988): *Mladina in ideologija*. Ljubljana: Delavska enotnost.
61. Ule, Mirjana (1995a): Mladost je, mladost je... V Mirjana Ule in Vlado Mihelj: *Pri(e)hodnost mladine*, 13-18. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
62. Ule, Mirjana (1995b): Mladost kot socialni moratorij. V Mirjana Ule in Vlado Mihelj: *Pri(e)hodnost mladine*, 19-34. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
63. Ule, Mirjana (2000a): Spemembe mladosti ob koncu stoletja. V Mirjana Ule, Tanja Rener, Metka Mencin Čepjak in Blanka Tivadar: *Socialna ranljivost mladih*, 17-26. Maribor: Ministrstvo za šolstvo in šport, Urad Republike Slovenije za mladino in Založba Aristej.
64. Ule, Mirjana (2000b): Iskanje nove gotovosti. V Mirjana Ule, Tanja Rener, Metka Mencin Čepjak in Blanka Tivadar: *Socialna ranljivost mladih*, 83-90. Maribor: Ministrstvo za šolstvo in šport, Urad Republike Slovenije za mladino in Založba Aristej.
65. Van Bueren, Geraldine (1998): *International Documents on Children*. Druga izdaja. Haag, Boston, London: Maritnus Nijhoff Publishers.
66. Van Dijk, Teun A. (1988): *News as Discourse*. Hillsdale, New Jersey, Hove, London: Lawrence Erlbaum Associates.
67. Van Dijk, Teun A. (2000): New(s) racism: A Discourse analitical approach. V: Simon Cottle: *Ethnic Minorities and the media: changing cultural boundaries*, 33-49. Buckingham: Open University Press, Buckingham.
68. Vočič, Zala (1999): Interpretacija dogodkov in pomen pomena. V: Karmen Erjavec in Zala Vočič: *Research on Media Education. Poletna šola Media Education/Vzgoja za medije: Zavod za odprto družbo*, 69-89. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
69. Von Feilitzen, Cecilia (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 Nordicom.

70. Zupančič, Maja (2001): Razvoj odnosov med mladostniki in starši. V Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič: *Razvojna psihologija: izbrane teme*, 144-155. Ljubljana: Oddelek za psihologijo Filozofske fakultete.

10. VIRI

1. Oddaja *Trenja*. 9. 2. 2006. AV Arhiv POP TV.
2. Oddaja *Pod žarometom*. 3. 1. 2006. AV Arhiv Televizija Slovenija.
3. www.rtvsllo.si
4. www.24ur.com