

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Urška Benčina

**Spremljanje dnevnih novic
pri študentih**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Urška Benčina

Mentorica: izr. prof. dr. Karmen Erjavec

**Spremljanje dnevnih novic
pri študentih**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

*Zahvaljujem se mentorici dr. Karmen Erjavec
za strokovno pomoč in nasvete pri izdelavi diplomskega dela.*

Hvala tudi Petru in družini za vso podporo.

Spremljanje dnevnih novic pri študentih

V družbi obstajata dve splošni razlagi, zakaj med mlajšo populacijo ni pravega interesa za družbeno-politične vsebine v novičarskih medijih. Na eni strani vlada prepričanje, da so mladi pasivni, leni in nevedni, zato jih ne zanima dogajanje v družbi in politična participacija. Na drugi strani pa obstaja tudi mnenje, da so tradicionalni mediji tisti, ki ne znajo nagovoriti mlade, saj je način, kako mladi v informacijski družbi sprejemajo informacije precej spremenjen, tradicionalni novičarski mediji pa se vztrajno držijo ustaljenih načinov poročanja. Na podlagi teh raznolikih pogledov smo s kvalitativno metodo, in sicer polstrukturiranimi poglobljenimi intervjuji med študenti slovenskih univerz raziskali, kakšen je njihov odnos do novičarskih medijev; do političnih vsebin in do načina, kako so novice posredovane v medijih. Ugotovili smo, da prevladujoče študente ne zanima politika v ožjem smislu kot delovanje strank in vlade, saj jo vidijo kot dolgočasno, nezanimivo. Razlike so v starosti, saj se starejši študenti, ki so tudi bolj kritični do novičarskih medijev in njihovih vsebin, bolj zanimajo za politiko. Ugotovili smo tudi, da se moški intervjuvanci bolj zanimajo za šport in tehnologijo, ženske pa za kulturo in okolje. Večina intervjuvancev je tudi izrazila željo po večji razumljivosti novic, bolj smiselni strukturi novic v medijih in večji grafični privlačnosti.

Ključne besede: študenti, politika, dnevne novice, informativno novinarstvo, politična participacija.

Students and news following

In our society there are two contrasting explanations why the younger population is less interested in news and particularly *political* news. On one hand, there is a belief that the decline in newspaper readership and political participation is an indication of young people becoming more passive, lazy and ignorant. On the other, there is a counter-argument that traditional media is responsible for lack of interest for news among young people. Young people have a very different orientation to information and therefore more appreciative of the new media. The traditional mainstream news media has failed to adopt new ways of reporting. According to these different aspects, we tried to empirically analyze the relationship between students and news media. With a help of qualitative method in-depth interviews among Slovenian students we tried to research what is their relationship towards the political content in news and towards news journalism. Our findings tell that students turn away from politics conventionally defined as acts of politicians because they find it boring and corrupt. Older students have more interest for politics in news and show more criticism towards news media. There is a difference in content they are interested in according to sex. Men are more interested in politics, sports and technology, women show more interest in culture and environmental issues. Most of interviewed students expressed their wish for more logical structure of news and greater inclusion of graphical elements in news.

Keywords: students, politics, news, news journalism, political participation.

KAZALO

1 UVOD	6
2 ŠTUDENSKA POPULACIJA	9
2.1 Individualizacija življenjskih stilov	12
2.2 Umik v zasebnost	13
3 SPREMLJANJE DNEVNIH NOVIC	15
3.1 Pomembnost spremljanja novic.....	16
3.1.1 Politična participacija	16
3.1.1.1 Vloga medijev pri spodbujanju politične participacije.....	18
3.1.2 Medijska pismenost	22
3.2 Vzroki za upad spremljanja novic.....	24
3.2.1 Ljudje so odgovorni za upad spremljanja novic	25
3.2.2 Mediji so odgovorni za upad spremljanja novic.....	27
4 ŠTUDENTI IN SPREMLJANJE DNEVNIH NOVIC – KVALITATIVNA RAZISKAVA.....	30
4.1 Metodologija	30
4.2 Rezultati kvalitativne raziskave odnosa študentov do dnevni novic....	34
4.2.1 Študenti in politika.....	34
4.2.2 Vrednotenje dnevni novic.....	38
4.2.3 Kakšne novice študenti želijo spremljati?.....	44
4.2.3.1 Vsebina novic.....	44
4.2.3.2 Način posredovanja novic	46
5 DISKUSIJA.....	50
6 SKLEP	55
7 LITERATURA.....	57

1 UVOD

»Vse več podatkov dokazuje, da se manjša povpraševanje javnosti po informativnih vsebinah, kar se kaže v manjši gledanosti televizijskih dnevno-informativnih oddaj in nižjih nakladah dnevnih časopisov« (Prpič 2009, 20-21). To je še posebej opazno med mlajšo (tudi študentsko) populacijo (Buckingham 2000b; Mindich 2005; Prpič 2009). Vse manj študentske populacije dnevno prebira časopise, gleda dnevna poročila ali prebira novice na spletu (Mindich 2005, 2). Dejstvo ni zanemarljivo, če se strinjamo s Habermasom (1989) in mnogimi drugimi avtorji, da imajo mediji in informiranje prek medijev ključno vlogo pri ohranjanju demokracije. Prpič pojasnjuje:

Spremljanje dnevnih časopisov, tednikov, radijskih in televizijskih programov – še posebno dnevnoinformativnih oddaj – in sodobnih virov informacij /.../ je za vsako demokratično družbo izjemnega pomena, saj mediji ključno prispevajo k razumevanju sveta in omogočajo državljanom, da sodelujejo v demokratičnem in kulturnem življenju, da lahko odločajo o zadevah, ki vplivajo na njihovo življenje in življenje sodržavljanov (Prpič 2009, 20).

Zakaj mlajša populacija vse manj in manj spremlja dnevno dogajanje oziroma dnevne novice v medijih? V javnosti, pa tudi med nekaterimi teoretiki (Hart 1994; Putnam 1995), je razširjeno mnenje, da so mladi izgubili interes za spremljanje dnevnega dogajanja v družbi, ker so v primerjavi s starejšimi generacijami postali apatični, leni, neodgovorni in nezainteresirani za družbene spremembe. Problem po njihovem mnenju ni v politiki ali informativnem novinarstvu, temveč krivdo nosi pomanjkanje interesa mlajše populacije za politične zadeve. Vse več zanimanja pa mladi po drugi strani kažejo za zabavo in privlačne senzacionalistične vsebine, kar pomeni, da so na nek način *krivi* tudi za razmah tabloidnega novinarstva in zabavne televizijske industrije. Nekateri (Mindich 2005) vidijo rešitev za povečanje zanimanja za dnevne novice tudi v prisili in predlagajo obvezno spremljanje novic v šolah oziroma nagrajevanje tistih, ki to redno počnejo. Nasproti temu prepričanju pa nekateri teoretiki in raziskovalci (Fiske 1989; Katz 1993)

poudarjajo, da so za manjši interes za dnevne novice krivi mediji sami oziroma ustvarjalci medijskih vsebin, novinarji. Ne le študenti, celotna populacija izgublja interes za spremljanje dnevnih novic, ker novice niso prilagojene postmoderni družbi in obstoječemu načinu dojemanja sveta ter vseprisotnosti novih tehnologij, ki močno (so)oblikujejo naš vsakdan. Po njihovem mnenju bi informativno novinarstvo moralo prevzeti značilnosti zabavne in popularne industrije ter se tako bolj približati vsakodnevnim in osebnim izkušnjam občinstva.

V diplomskem delu bomo izhajali iz dela Davida Buckinghama – *The making of citizens* (2000b), ki je preučeval odnos osnovnošolcev do novičarskih medijev in njegov vpliv na politično participacijo te starostne skupine. Buckingham se strinja, da konvencionalno posredovane novice ne vzbujajo interesa med spremenjenim postmodernim občinstvom, ker neuspešno *prevajajo* politično dogajanje v vsakodnevno življenje ljudi. Potrebno se je vprašati, kako lahko mediji mlajše uspešno pripravijo za aktivno participacijo v demokratični družbi. Alienacijo od novic pri mlajši populaciji razume kot posledico izključevanja mladih iz politične domene in dominantnega političnega diskurza. Novičarski mediji morajo spremeniti tako vsebino kot obliko posredovanja novic, da bi spremenili trenutno pomanjkanje interesa pri mlajši populaciji. Gotovo se lahko veliko naučijo od bolj popularnih medijev zabavne industrije, vendar ne le z direktnim prevzemanjem značilnosti zabavne industrije v smislu tabloidizacije in senzacionalizma.

Pristop k problematiki izhaja iz ideje družbenega konstruktivizma, da je naša realnost družbeni fenomen in rezultat družbenih interakcij. Družbeni konstruktivizem »razume medije kot pomemben dejavnik pri konstrukciji pomenov. Medijski konstrukti so skozi medije posredovani javnosti, ki jih skozi proces pogajanja vključi (ali ne) v svoje osebne pomenske strukture« (Gamson in Modigliani v McQuail 2005, 461). Buckingham (2000b) pojasnjuje, da se naše znanje, pomeni in interpretacije medijskih vsebin razvijajo skozi družbeno interakcijo in medosebne odnose v družbi. Medijsko konstruirani pomeni torej *trčijo* na družbenega posameznika in se odvisno od vsakega posameznika različno vključijo v njegov pomenski svet. Posamezniki, ki

vstopajo v medijsko realnost, so družbeno določeni s strani vsega, kar v družbi obstaja (od jezika, različnih institucij, tipizacij ...) in s strani njihovih lastnih izkustev. Ljudje, ki vstopajo v medijsko realnost, torej vstopajo vanjo kot družbeno določene oziroma strukturirane osebnosti (Drame 1992, 858).

V pričujočem diplomskem delu bomo skušali odgovoriti na vprašanje, kakšen je odnos študentov do dnevnih novic, kar je pri nas še precej neraziskano področje. *Kako in koliko študenti spremljajo dnevne novice? Kako razumejo politiko in interpretirajo politično dogajanje, ki ga spremljajo v novicah? In kako ustvarjajo svoj nabor vednosti o svetu? Kakšna je vloga novičarskih medijev v življenju študentov?* S kvalitativno raziskavo (polstrukturirani poglobljeni intervju) bomo preučevali kompleksnost odnosa med mediji in občinstvom, v našem primeru študentsko populacijo, da bi dobili uvid v obnašanja, mnenja in interpretacije (Kogovšek 1998). Tako bomo bolje razumeli vlogo dnevnih novic pri preučevani skupini. Za raziskovanje smo izbrali študentsko populacijo, saj je ravno pri tej starostni skupini opaziti največji upad v spremljanju dnevnega dogajanja (Mindich 2005).

Diplomsko delo je razdeljeno na tematska poglavja. Najprej moramo opredeliti študentsko populacijo, da bi lahko preučevali odnos študentov do novičarskih medijev. V nadaljevanju s pomočjo deskriptivne analize primarnih in sekundarnih virov skušamo pojasniti temeljne pojme preučevane problematike. Da bi razumeli, kakšno je stanje v spremljanju novičarskih medijev pri študentih, skušamo vključiti različne teorije in raziskave, ki se ukvarjajo z odnosom študentov do spremljanja družbenega dogajanja v medijih. V ta namen smo proučevali tudi vzroke upadanja spremljanja dnevnih novic, kot jih izpostavljajo nekateri avtorji. Četrto poglavje je namenjeno kvalitativnemu raziskovanju odnosa študentov do dnevnih novic in interpretaciji rezultatov. Ugotovitve, do katerih bomo prišli z raziskovanjem, bomo na koncu primerjali s teoretičnimi izhodišči in skušali podati zaključke za spodbujanje zanimanja za družbeno dogajanje in bolj kritično spremljanje dnevnih novic med slovensko študentsko populacijo.

2 ŠTUDENSKA POPULACIJA

Ker v diplomskem delu preučujemo študentsko populacijo, v tem poglavju skušamo predstaviti značilnosti te populacije, ki so pomembne za naše razumevanje njihovega odnosa do spremljanja dnevnih novic.

Mlad človek, ki se po srednješolskem izobraževanju odloči za nadaljevanje študija na visokošolskih ustanovah, je študent. Študent lahko torej postane že pri 18 letih (lahko tudi kasneje), pa vse do zaključka študija, kar pomeni do srednjih dvajsetih let (25), s podaljševanjem študija celo vse do tridesetega leta in dlje. Visokošolsko izobraževanje za dosego doktorskega naziva, ki je najvišji možni akademski naziv v Sloveniji, namreč lahko traja tudi več kot desetletje. Razvojna psihologija označuje to starostno obdobje kot obdobje poznega mladostništva oziroma *adolescence*. Fasick sklepa, da konec zadnjega obdobja mladostništva, obdobja *poznega mladostništva*, nastopi takrat, ko posameznik prevzame katero od odraslih nalog (Fasick v Zupančič 2004, 512). Študijsko obdobje je namenjeno pridobivanju čim višje in čim kakovostnejše izobrazbe za uspešen vstop v odraslo življenje, ki pomeni vstop na trg dela ter ustvarjanje družine.

»Mladost je družbeno uravnavano življenjsko obdobje prehoda posameznika iz otroštva v odraslost. Toda ta prehod ni samo stvar posameznika. Je tudi življenjsko področje, ki združuje mlade v generacijsko socialno enoto – mladino /.../« (Ule in Mihelj 1995, 35). Mladostniki so torej predstavniki tega prehodnega moratorija. Ule in Mihelj (1995) se že v prejšnjem desetletju sprašujeta, ali podaljševanje izobraževanja in s tem vse kasnejši prehod v odraslo življenjsko obdobje pomeni pojav popolnoma novega življenjskega obdobja in razpad pojma mladosti ali gre zgolj za podaljševanje in ohranjanje mladostniškega moratorija. Uletova (2007) govori o tako imenovanem izobraževalnem moratoriju, ki je posledica ekspanzije študija na vse socialne sloje, razrede in oba spola. V času študija so študenti osredotočeni na izobraževanje, usvajanje znanja, spretnosti in razvijanje osebnih kompetenc z namenom, da bi bili čim bolje pripravljene na vstop v svet odraslosti in s tem

trg dela. Pojav in krepitev mladosti kot izobraževalnega moratorija je torej ključna sprememba v družbeni konstrukciji mladine v sedemdesetih in osemdesetih letih (Ule in Miheljak 1995). Pri tem je imel veliko težo tudi študentski radikalizem.

Miheljak ugotavlja, da imamo dokaj usidrane predstave o mladih kot aktivnih upornikih, zainteresiranih za politične dogodke, kritičnih do trenutne oblasti in usmerjenih v družbene spremembe (Ule in Miheljak 1995). V drugi polovici 20. stoletja so bili prav mladi študenti ključni pobudniki družbenih akcij, ki so postavljale ogledalo tedanji družbi in kritizirale obstoječi družbeni red. Mladi so predstavljali pomembno družbeno skupino, katero se je pogosto povezovalo z napredkom, spremembam in inovacijami v družbi. Mladi na eni strani so kazali veliko zanimanje za družbene probleme, na drugi strani pa so »ustvarjalci družbenih elit, javnega mnenja ali množične kulture skrbno spremljali dogajanje med mladimi, iskali v njih legitimizacijo za svoje ideje ali so skušali mlade navduševati zanje« (Ule 2007, 63). Uletova meni, da je šlo za kulturno modernizacijo mladine, za katero je bilo značilno:

vse večji odmik od sveta plačanega dela in zaposlitve kot centralne sfere vrednot posameznika k svetu prostega časa, potrošnje in zabave; sprememba spolnih vlog, pluralizem družinskih oblik, vse večje izenačevanje družinskih in izvendružinskih skupnosti; sledenje novim stilom v potrošnji in množični kulturi, ki so jih prinašali in prenašali množični, zlasti vizualni mediji, individualizacija življenjskih usmeritev in življenjskih poti, vse večji pomen osebnih izkušenj, vrednot in idealov, poudarjanje postmaterialnih vrednot, predvsem kvalitete življenja in medosebnih odnosov, odkrivanje duhovnosti izven ortodoksnih religij, visoko vrednotenje osebnih izkušenj (Ule 2000, 23).

Toda spremembe, ki so nastopile v postindustrijski družbi, in razmah kapitalizma so pripeljali do upada moči mladih v smislu družbene skupine. V devetdesetih letih se namreč kulturna modernizacija mladine zaustavi: »Ob koncu stoletja se zdi, da je od generacijske in kulturne modernizacije mladine ostala samo potrošniška emancipacija, samostojno nastopanje na trgu

potrošniških stilov, mode, imidžev in oblikovanja ter estetiziranja telesa,« (Ule 2000). Mladi se vse manj ukvarjajo z družbenimi problemi in čedalje več z osebnimi bremenami, ki jim jih nalaga družba tveganja in negotovosti. »Spreminjajo se v starostno skupino brez posebnosti. Večinska družba jih zazna le tedaj, ko se čuti ogroženo ali jih prepozna kot potencialne potrošnike« (Ule 2007, 62). Tudi v demografskem smislu Uletova vidi vse manjšo vlogo mladostnikov, saj se zmanjšuje delež mlajših generacij v primerjavi s starejšimi. Pogloblja se tudi razkorak med tistimi, ki so zajeti v delovne procese in tistimi, ki so od tega dela odvisni, med njimi so tudi mladi (Ule 2000, 24-25).

Dva dejavnika zavirata mlade, da bi zopet pridobili na moči kot družbena skupina in da bi se rešili odvisnosti od odraslih (Ule 2000, 26): Na eni strani so zaradi vse daljšega izobraževanja vse dlje ekonomsko odvisni od staršev, na drugi strani pa se skoraj ne združujejo več v vrstniških skupinah, ki mladim dajejo specifične generacijske in subkulturne identitete ter samozavest. Sprememba življenjskega poteka v sodobni družbi je vplivala predvsem na mlade. Tako mladih ne združujejo več aktivizem, uporniške akcije in izpostavljanje družbenih problemov, ampak skupni načini preživljanja prostega časa, potrošnje in mnogih načinov zabave, ki jim jih na vsakem koraku ponujajo množični mediji. Vse to pa jih pravzaprav ne razlikuje več od ostalih življenjskih obdobij (Ule 2007).

Mlade v sodobnem času določa mešanica apatije, resignacije in umika v zasebnost (Ule 2000, 27). Glavni krivec za upad emancipacije mladih je zasnovanje družbe po načelih sledenja dobičku. Mladim je ponujen individualen uspeh v podjetništvu in usmerjeno izobraževanje, ki se kaže kot osebna realizacija. Zatočišče pred zunanjimi pritiski pa mladi poiščejo v zasebni sferi in v družini, torej prav tam od koder so se pred nekaj desetletji želeli osvoboditi (prav tam). V naslednjih podpoglavjih bomo поблиžje spoznali, kako družbena osredotočenost na posameznika, ki mlade prisili k individualnemu stilu življenja in umikanju v zasebnost, vpliva na mlade.

2.1 Individualizacija življenjskih stilov

Tisti, ki nadaljujejo študij in se znajdejo v izobraževalnem moratoriju, so po Kenistonu v tako imenovani fazi post-adolescence, ki jo definira kriza ob vključevanju v svet odraslosti in na trg dela (Keniston v Ule in Mihelj 1995, 18-19). Če je adolescenca obdobje iskanja lastne identitete in obračanja k vrstnikom, je v obdobju post-adolescence identiteta že določena in krize v zvezi s tem že razrešene. Post-adolescenca je čas iskanja lastnega življenjskega stila in je že usmerjena v svet odraslosti; je čas, ko se zgodi emancipacija od družine, formalna in neformalna socializacija ter kopičenje in prisvajanje kulturnega kapitala pri študentih (Keniston v Ule in Mihelj 1995, 19).

Sodobna družba postaja vse bolj družba tveganja, kakor jo je označil Beck (2001). Še posebno študentska populacija se ves čas sooča z grožnjo, da bodo po končanem izobraževanju ostali brez zaposlitve. Študente obremenjuje nenehna zahteva po zadoščanju kriterijem konkurenčnosti ter zahteva informacijske družbe po ustvarjalnosti in aktivnosti. S prehodom v sodobno družbo se sicer zgodi osvobojenost od tradicionalnih družbenih vezi in form, vendar se povečuje odvisnost od institucij, trga dela in potrošnje. Povečuje se občutek negotovosti, tveganja in s tem povezanih konfliktov. Vendar so tveganja in bremena individualna in jih nosi posameznik sam, saj postane »akter svojega tržno posredovanega zagotavljanja eksistence in temu ustreznega načrtovanja in organizacije biografije,« pravi Beck (2001, 191). Zaposlovanje in materialno osamosvajanje, stanovanjski problemi in ekonomska nesamostojnost so tiste težave, ki se študentom danes zdijo najpomembnejše (Ule in drugi 1996, 68-73). Neuspehi na teh področjih lahko kaj hitro prerastejo v občutke lastne nesposobnosti, nizke samozavesti in krivde. Na vse večje pritiske in zahteve družbe se študenti odzivajo vse bolj individualno. Življenje se vrti okoli posameznika pravi Beck: *slika sveta je osrediščena okoli jaza* (Beck 2001).

»Mlad človek je tako rekoč prisiljen k individualnemu, osebnemu stilu življenja, dela, učenja itd. Nenehno se mora potrjevati kot *izvirna, kreativna oseba*, kot *fleksibilen* delavec itd.« (Ule 2000, 28). Vseskozi je torej tudi že med študentsko populacijo v ospredju skrb za osebno kariero in lastno ekonomsko neodvisnost. Nekateri se uspešno prilagodijo, ker so aktivni, pripravljeni na eksperimentiranje in podjetni v svojem delovanju. Tisti, ki pa se ne znajdejo in ostanejo pasivni, pogosto iščejo trenutne rešitve in zadovoljitve. Okolje namreč ponuja nešteto možnosti za trenutne zadovoljitve in distrakcije od problemov. Namesto v produktivnost se študenti v obdobju, ko so zelo občutljivi za takšne vplive, zatečejo v potrošnjo, trenutno moderne življenjske stile ipd. (Ule in drugi 1996).

2.2 Umik v zasebnost

Ključen pojav, ki je pomemben za naše nadaljnje preučevanje, je tudi umik v zasebnost. Če so bili študenti v drugi polovici 20. stoletja, ključni družbeni akterji, so mladi v 21. stoletju ravno nasprotno temu. Uletova (1996) meni, da mladih ne zanimajo več globalni spopadi z družbo, čeprav jo kritizirajo, saj nimajo težnje po spreminjanju ali udeleževanju v političnih ali nacionalnih ustanovah. Kot smo že ugotovili, se mladi danes bolj posvečajo osebnemu uspehu in karieri ter so bolj podvrženi individualni potrošnji, kakor skrbi za družbene zadeve. Vse bolj se zapirajo v svet zasebnosti. V prvi vrsti se od javnosti odmikajo nazaj k družini. Kljub temu da so vsaj na čustveni ravni ločeni od družine, pa se pod vsakdanjimi pritiski družbe čedalje bolj zatekajo nazaj k družini. Tanja Rener govori o družini kot o terapevtskem okolju (Ule in drugi 1996, 140-141). Mladi vse bolj cenijo družinsko življenje, saj je prav družina tista, ki nasproti pritiskom družbe deluje spodbudno in blaži stres ter pritiske zunanjega okolja. Prav s povečevanjem pomena zasebne sfere pa se po Miheljaku zmanjšuje zaupanje v institucije (Ule in drugi 1996, 164). Študenti vse bolj zaupajo svojim staršem, celo prevzemajo njihovo mnenje o družbeno-političnih zadevah. Vse manj pa si želijo svoja stališča javno zastopati. Študentski radikalizem je izginil, pravi Miheljak (Ule in drugi 1996), saj je obstoječi družbeni okvir sprejet.

Vse večja politična apatičnost študentske populacije in umikanje v zasebnost sta povezana tudi s spremembami njihovih vrednostnih usmeritev. Uletova (2007, 67) ugotavlja, da mladi vse bolj prevzemajo tako imenovane post-materialne vrednote. »/.../ vse bolj zavračajo prejšnji prevladujoči sklop vrednot: delo – zaposlitev – kariera – zaslužek in se bolj nagibajo k osebnemu sklopu vrednot: medosebni odnosi – osebni razvoj – kreativnost – izobrazba – kvalitetno vsakdanje življenje«. Mladi torej iščejo osebno srečo, možnosti samorealizacije in zadovoljstva predvsem v vsakdanjem življenju pa tudi pri svojem poklicu in karieri. Uletova (2007) trdi, da se takšno stanje odraža tudi v stališčih do politike. Mladi se namreč vse manj nagibajo h kolektivnim dejavnostim, čeprav jih še vedno zanimajo določene družbene teme (socialna pravičnost, okolje, problemi marginalnih skupin). »/.../ obenem se politiki naslanjajo na glasove starejših generacij, kar še pogloblja razdaljo med politiki in mladimi« (Ule 2007, 68).

3 SPREMLJANJE DNEVNIH NOVIC

V sodobni družbi nas nenehno obkrožajo medijske vsebine. V primerjavi s še ne tako oddaljeno preteklostjo smo danes prav na vsakem koraku obdani z množico informacij. Če želimo, lahko v trenutku izvemo podrobnosti o dogajanju na drugem koncu sveta ali v naši okolici. V tem delu diplomskega dela pozornost namenjamo informativnemu novinarstvu, spremljanju novic pri mlajši populaciji in vprašanju, zakaj je sploh pomembno, da smo na tekočem z dogajanjem okoli nas.

V raziskavi Marka Prpiča – *Raba medijev med študenti*, ki je potekala v letih 2008 in 2009, je avtor ugotovil, da več kot polovica (56,4 %) anketiranih študentov prvega letnika redno¹ spremlja novice o dogajanju doma in v tujini. Ta podatek je sicer za spoznanje slabši kot v podobni raziskavi iz leta 2007 (58,4 %), vendar je težko posploševati o stanju v Sloveniji glede spremljanja novic pri študentih, saj nimamo podobnih raziskav, ki bi ta problem dolgotrajno preučevale (Prpič 2009). Da pa je upad v spremljanju dnevnih novic dokaj stalen pojav, ki traja že najmanj dve desetletji, ugotavljajo mnoge ameriške raziskave o spremljanju medijev. Ena opaznejših ameriških raziskav spremljanja dnevnih novic pri Američanih, ki jo je izvedla organizacija Pew research center for the people & the press: *The age of indifference* (1990), je pokazala, da je spremljanje novic pri mlajših od trideset let v dvajsetih letih upadlo skoraj za polovico.

Splošno znano je, da je bila mlajša populacija že od nekdaj manj zainteresirana za družbeno in politično dogajanje v primerjavi s starejšo. Vendar je danes očitno, da se ta generacijski prepad še povečuje. Zdi se, da mladi z leti ne povečujejo interesa za dnevne novice, kar je ugotovil tudi Američan Wolfram Peiser v raziskovanju branosti dnevnih novic v tiskanih medijih: 47,1 % mladih med 23. in 27. letom je leta 1972 bralo časopis vsak

¹ 24,5 % anketirancev spremlja novice vsak dan in 31,9 trikrat do petkrat na teden (Prpič 2009), t. j. pogostost spremljanja, ki po avtorjevem mnenju še pomeni redno spremljanje novic.

dan, trideset let kasneje jih še vedno 41,6 % izmed njih redno spremlja novice. Leta 2002 pa redno spremlja novice le 18,7 % mladih med 23. in 27. letom, kar je več kot za polovico manj kot pri starejši generaciji. (Peiser v Mindich 2005, 28-29).

3.1 Pomembnost spremljanja novic

Novičarski mediji so garant za obstoj demokratične družbe (Habermas 1989). Kar je Habermas zapisal v svojem delu *Strukturne spremembe javnosti* (1989), je danes splošno sprejeto mnenje, ki ga podpirajo tudi mnogi novodobni teoretiki družbe. Povezanost med mediji in obstojem demokracije je na podoben način teoretiziralo več avtorjev. Če povzamemo, gre za naslednjo korelacijo: Odgovornost novičarskih medijev je, da informacije o družbeno-političnem dogajanju posredujejo državljanom in da pri tem kritično poročajo o delovanju trenutne oblasti. Le obveščeni državljani, ki posedujejo politično znanje, lahko odgovorno participirajo v družbi, v kateri živijo. Politična participacija državljanov – najbolj konvencionalen način participacije so demokratične volitve – je ključna za razvoj in obstoj demokratične družbe (Buckingham 2000b). Torej »participativna demokracija je neposredna demokracija v smislu, da so vsi državljani aktivno udeleženi pri sprejemanju vseh pomembnejših odločitev; njena moč je v tem, da poveže posameznike v skupino preko njihove aktivne vloge pri sprejemanju vseh vrst odločitev« (Brezovšek 2005, 11).

3.1.1 Politična participacija

»Politična participacija se nanaša na tiste aktivnosti zasebnih državljanov, ki so usmerjene v vplivanje na selekcijo vladnega osebja in/ali akcij, ki se jih loteva vlada.« (Verba in Nie 1972, 2). Politično participacijo lahko razumemo kot dvosmerni proces, v katerem državljani naslavlajo svoja sporočila na določene institucije. Makarovič (2002) opozarja, da morajo državljani poznati področja in smeri komunikacije, se seznaniti z učinki ter na tej podlagi presoјati. Državljani so deležni povratnih sporočil neposredno ali prek

posrednikov, kot so mediji. »Participacija je tako neizbežno povezana z obveščenostjo, ne glede na to, ali poteka preko množičnih medijev, izobraževalnega sistema, neformalnih skupin ali kako drugače« (Makarovič 2002, 69). Vendar smo, kljub temu da imamo danes omogočen enostavnejši in hitrejši dostop do informacij, priča padcu v politični osveščenosti in politični participaciji. Tudi v Sloveniji se to kaže pri najbolj konvencionalni obliki politične participacije, udeležbi državljanov na volitvah. Po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije je bila volilna udeležba na volitvah v državni zbor leta 1992 kar 85,9 %, leta 2008 pa le še 63,1 % (Statistični urad RS 2008).

Strokovnjaki se strinjajo, da državljani potrebujejo informacije za odgovorno odločanje in politično participacijo v demokratični družbi (Bennett 1998; Buckingham 1999; Delli Carpini 2000; Hart 1994; Mindich 2005). Ker informacije o dogajanju v družbi večina ljudi dobi iz medijev, se upad v spremljanju novic pogosto povezuje s politično ignoranco družbe (Delli Carpini in Keeter 1996). Mindich, ki v Ameriki raziskuje, zakaj mladi ne spremljajo novic², v svoji raziskavi sprašuje intervjuvance, kako pogosto spremljajo informativne programe in preverja poznavanje političnih akterjev in razumevanje dogodkov. Rezultati njegovih raziskav kažejo slabo poznavanje aktualnega in preteklega političnega dogajanja ter očitno politično ignoranco predvsem pri mlajši populaciji. Intervjuvanci na primer ne znajo poimenovati senatorjev, generalnih tožilcev in slabo poznajo dejstva o trenutnih političnih zadevah ter dogodkih (Mindich 2005). Buckingham (2000b) ob tem opozarja, da zgolj poznavanje dejstev in dobro pomnjenje dejstev o političnem dogajanju nista dovolj. Pomembno je, da znamo iz informacij, ki jih dobimo v medijih, izluščiti bistvo in pomen, ki ga imajo za naše življenje. Tako posameznik ustvarja nabor lastnega *političnega znanja* v smislu razumevanja političnega dogajanja, kar pravzaprav sploh vodi v politično participacijo. Politično znanje nastaja skozi interpretacijo družbenih dogodkov in

² Pri nas je podobno raziskavo opravljal Marko Prpič (2009) – *Študentje in mediji* – vendar rezultatov o preverjanju poznavanja političnih dejstev nismo našli.

medosebno interakcijo, torej skozi pogovor z ljudmi okoli nas (Buckingham, 2000b). Neuman (v Dalrymple in Scheufele 2007, 98) obravnava politično znanje kot dvodimenzionalni konstrukt diferenciacije in integracije. *Diferenciacija* je posameznikova sposobnost, da identificira faktične informacije, kot so imena, zadeve in dogodki. *Integracija* pa je posameznikova sposobnost, da te majhne delčke informacij zna povezovati in si ustvariti večje ideje in razumevanje.

Herbert Gans (2003, 89) je zapisal, da je »moč in odgovornost novinarjev v informiranju ljudi; kako prepričati ljudi v to, da bi želeli biti *bolje* informirani, pa naj skrbijo drugi«. Vendar mediji pri oblikovanju političnega znanja posameznika nimajo tako zanemarljive vloge, saj s posredovanjem novic občinstvu posredujejo tudi pomene in poglede (lastne, uredniške, družbene), ki se oblikujejo na ravni odnosa *tekst – bralec* (Livingstone v Gripsrud 1999, 92). V tem smislu že samo *informiranje* v določeni meri določa *informiranost* občinstva. Sama organizacija posameznega medija, njegova tekstualnost in uporabnikova interaktivnost lahko vplivajo na način, kako se posameznik uči in kako si zapomni določene informacije (Eveland v Dalrymple in Scheufele 2007, 99). Na medije torej lahko gledamo tudi kot na pomembne politične akterje, pravi McNair (1995/1999, 47), saj skozi različne procese izdelave novic³ *konstruirajo* politične pomene.

3.1.1.1 Vloga medijev pri spodbujanju politične participacije

Informacije o dogajanju doma in v svetu večinoma dobimo iz medijev (Buckingham 2000b; Mindich 2005), zato lahko pričakujemo, da imajo mediji pomembno vlogo pri politični participaciji državljanov.

Najprej skušajmo razumeti, katere so pravzaprav funkcije tradicionalnih medijev. Po Schrammu (1963, 9) je funkcija medijskega sporočanja

³ McQuail (2005) govori o medijski konstrukciji pomenov, do katerih pride skozi procese selekcije in razvrščanja medijskih vsebin.

vzdrževanje odnosov med posamezniki in skupinami ter narodi in spodbujanje sprememb in naporov v družbi na sprejemljivi ravni. Ob tem dodaja, da »potrebujemo informacije o našem okolju« in »potrebujemo »informacije za mehanizme odločanja« ter »še vedno potrebujemo zabavo, čeprav je ta danes posredovana prek občil« (prav tam). Novičarski mediji z obveščanjem javnosti o družbenem dogajanju opravljajo svojo nalogo *psa čuvaja* in služijo predvsem javnemu interesu. Politične vsebine so za posameznika pomembne, da se lahko odgovorno odloča v javnih zadevah. Zabavna funkcija medijev je torej pri novičarskih medijih v ozadju, saj je namen medijev posredovanje informacij, ki jih javnost mora vedeti in ne informacij, ki jih morda želi vedeti. Po Jakubowiczu mediji uresničijo svoje poslanstvo takrat, ko uresničijo tako interes javnosti kot tudi javni interes, torej »obenem ponujajo medijskemu občinstvu vsebine, ki si jih želi in jih tudi objektivno potrebuje« (Jakubowicz 2000).

Z razmahom novih medijev je v ospredje stopilo tudi vprašanje vrednosti tiskanih medijev, televizije in interneta v luči političnega znanja. Dnevne časopise na splošno bolj povezujemo z nepristranskim in analitičnim poročanjem o političnem dogajanju, ki v večji meri dosega norme objektivnega poročanja. »Kvaliteten časopis se lahko poglobi v tematiko, oriše dogajanje in njegovo ozadje ter opravi analizo« (Mindich 2005, 29). Vendar je s svojim pojavom televizija postala med občinstvom čedalje bolj razširjen vir novic, danes pa jo vse bolj spodriva internet. Televizija posreduje precej spremenjene medijske vsebine in načine posredovanja te vsebine kakor tiskani mediji. Graberjeva meni, da televizijski medij v večji meri privablja emotivno reakcijo občinstva kakor tiskani mediji. Dramatičnost in vizualne podobe imajo večji potencial, da izzovejo čustvene odzive, simpatije, zavisti, empatije ali celo gnusa, ki s posameznikom ostanejo dlje časa in vplivajo na njegov odnos do političnih zadev (Graber 2001).

»Vedno bolj šibka javna televizija se pridružuje trendu komercialnih televizij, ki ponujajo vedno več t. i. infotainmenta (razvedrila, škandalov, novic o znanih osebnostih itd.) in manj kakovostnih novic o javnih zadevah (politika, ekonomija, sociala, kultura)« (Erjavec 2000, 673). Henry ugotavlja, da

informativni žanri na televiziji čedalje bolj »zanemarjajo objektivno poročanje in analizo političnih zadev in se raje osredotočajo na hitro posredovanje dekontekstualiziranih mini-dram« (Henry v Milburn in McGrail 1992, 614). Tudi iz tega razloga se spremljanje novic na televizijskem ekranu mnogokrat povezuje z nižjim nivojem političnega znanja. Te vse bolj zabavne vsebine imajo namen privabljanja občinstva in usmerjanja pozornosti na lahkotnejše zadeve. Namesto, da bi se medij ukvarjal z analizo političnih zadev in vplivov, ki jih imajo na družbo, se raje posveča političnim osebnostim, spektaklu, individualnim, šokantnim zgodbam in karakterjem političnih akterjev. Mediji vse več pozornosti namenjajo zabavanju občinstva, kar je povzročilo razmah tabloidnega novinarstva in talk showv ter brisanja meja med političnimi in zabavnimi vsebinami (Williams in Delli Carpini 2000). Takšne vsebine nas ne opremijo s pomembnimi informacijami, da bi si lahko oblikovali jasno sliko političnega dogajanja.

Kljub temu raziskave kažejo, da sta televizija in internet postala glavni vir političnih informacij. Iz ameriške raziskave organizacije Pew research center for people & the press (2008) lahko ugotovimo, da 59 % mlajših od 30 let spremlja novice prek televizijskega ekrana, medtem ko novice v tiskanih medijih spremlja le še 28 % vprašanih. Tiskane medije je prehitel tudi internetni medij, ki ga 59 % Američanov mlajših od 30 let sprejema za pomemben vir novic.⁴

Ko govorimo o novih medijih, v ospredje pridejo naslednji izrazi: *digitalno*, *interaktivnost*, *hipertekstualnost*, *virtualno*, *omrežje* in *simulacija* (Lister in drugi 2008, 13), Novi mediji, kot je internet, so precej spremenili način komuniciranja, pa tudi način, kako se občinstvo odziva na medijske vsebine. Že Sabbah pravi, da novi mediji niso več množični mediji v tradicionalnem smislu pošiljanja omejenega števila sporočil homogenemu občinstvu, in, da

⁴ Omenjena raziskava Pew research center for the people & the press navaja rezultate iz leta 2008. Ob tem je potrebno upoštevati tudi dejstvo, da je internet kot vir novic od leta 2007 pridobil kar 25 odstotnih točk, kar kaže na občutno povečevanje deleža občinstva in veliko možnost, da je internet že presegel televizijo kot pglavitni vir novic pri populaciji mlajši od 30 let.

zaradi množičnosti sporočil in virov občinstvo postaja bolj selektivno (Sabbah v Castells 1996, 339). Prav ta premik od enosmerne komunikacije k bolj interaktivni komunikaciji med medijem in uporabnikom je pomembna značilnost novih medijev (Livingstone 1999, 61). Mediji ne nagovarjajo več pasivnih *gledalcev* in *bralcev*, ampak *uporabnike*, ki so lahko aktivni, če to želijo (Lister in drugi 2008, 221). Pravzaprav lahko vsakdo z dostopom do računalnika ustvarja in distribuira nove medijske vsebine. Kot pravi Poster: »Internet omogoča izmenjavo podob, zvoka, teksta preko nacionalnih meja, kot da te meje kot politične enote sploh ne obstajajo. Spodbuja povezanost med posamezniki in skupinami različne, celo sovražne nacionalnosti« (Poster 2001, 125-126). Mnogi teoretiki v novih medijih vidijo priložnost za javno sfero, da družba končno postane participativna v Habermasovem smislu. Kot pravi Horrock (2006) novi mediji posredujejo informacije in obenem dajejo prostor za debato in interakcijo. Tudi Delli Carpini (2000, 347) meni, da je večja informacijska vključenost v medij lahko odgovor na čedalje večjo politično apatičnost predvsem pri mlajši populaciji. Novi mediji, kot je internet, ponujajo mnogo več možnosti za vključevanje in za aktivno sodelovanje posameznikov pri soustvarjanju vsebin in na ta način spodbujajo k participaciji na vseh ravneh družbe (prav tam).

Vendar je potrebno bolj realno pogledati na problematiko, meni Buckingham (2000b, 58): »Medij sam po sebi ne bo privedel do participativne demokracije.« Namesto, da poskušamo meriti učinkovitost novičarskih medijev pri posredovanju političnih informacij, bi se morali vprašati, na kakšen način mediji omogočijo gledalcu konstrukcijo in definicijo odnosa z javno sfero. Pomembno je vprašanje, kako mediji pozicionirajo posameznika naproti družbenemu redu, nosilcem moči in družbenim skupinam. Kako torej medij *opremi* posameznika, da razume odnose med osebnim in političnim, in je sposoben razumeti dogajanje v svetu in ga povezati z vsakodnevnimi izkušnjami (Buckingham 2000b, 18).

3.1.2 Medijska pismenost

Ni dvoma, da so mediji pomemben del naših življenj, zato je potrebno umestiti tudi medijsko pismenost (Erjavec in Volčič 2000, 48). »Medijska pismenost je zmožnost dostopa, analize, ocene in proizvodnje medijskih sporočil v najrazličnejših oblikah ter participacije v medijih in drugih družbeno pomembnih procesih« (Erjavec 2000, 681). Še posebno v času razvoja tehnologij in novih medijev ima medijska pismenost pomembno vlogo v sodobni družbi. Razvoj računalniške tehnologije in razmah interneta namreč postavljata nove smernice v odnosu med mladimi in mediji. Novost ni samo poplava možnosti izbire, ampak je vse več tudi interakcije z mediji in aktivne participacije občinstva. Kot pojasni Erjavčeva, mediji ne le informirajo, ampak tudi (so)oblikujejo naše vrednotenje javnih in zasebnih zadev in prepričanj, zato potrebujemo »novo pismenost, temelječo na hitrih informacijah, globalni interaktivnosti in sporočilih, oblikovanih na mnogovrstni medijski platformi« (Erjavec 2009, 21-23).

Kako se medijska pismenost kaže v praksi; kakšne so dejanske razsežnosti kritičnega spremljanja medijev? Buckingham (2000b) opozarja na dilemo, ki se pojavlja, ko skušamo definirati, kaj sploh pomeni kritično spremljanje medijev. Sam ugotavlja, da mladi izražajo veliko mero kritičnosti do medijskih vsebin v smislu prepoznavanja zavajanja v medijih, pristranskega ali pomanjkljivega poročanja; prav tako razumejo procese selekcije in posredovanja informacij, pri čemer se naslanjajo tudi na splošno znanje o medijih. Vendar kritičnost do medijev ne pomeni nujno, da so mladi dejansko imuni na vplive medijev. Kritičen medijski diskurz je včasih lahko le površinski in je pogosto odraz zanikanja čustvenih odzivanj na medijske vsebine. Mladi pogosto odražajo kritičen oziroma ciničen odnos do medijev, ker so prepričani, da se to od njih pričakuje (prav tam).

Medijsko pismenega državljana lahko definiramo skozi področja znanj in veščin, ki jih poseduje. Z upoštevanjem novih medijev Erjavčeva razvije opredelitev medijske pismenosti v informacijski dobi, ki temelji na dostopu,

analizi, ocenjevanju, ustvarjanju vsebine in znanju o družbi (povzeto po Erjavec 2009, 25-29):

- Brez **dostopanja do medijev**, ne more priti do njihove uporabe. Glede novih medijev se tu izpostavi problem »t. i. *digitalne delitve*, na tiste mladostnike, ki imajo dostop do informacijsko-komunikacijske tehnologije, in tiste, ki ga nimajo« (Erjavec 2009, 26).
- Uporabnik mora razviti določene veščine in spretnosti za **analizo** in razumevanje medijskih vsebin. Buckinghamovo shemo ključnih vidikov vzgoje za medije (medijsko delovanje, medijske kategorije, medijske tehnologije, medijski jezik in medijska reprezentacija) lahko uporabimo kot ogrodje za novo medijsko pismenost, vendar moramo upoštevati, da temelji na tiskanih medijih.
- Za **kritično ocenjevanje** medijskih vsebin v času informacijskega (pre)obilja je potrebno široko poznavanje družbenega, kulturnega, ekonomskega, političnega in zgodovinskega konteksta. Danes je še bolj pomembno kritično postavljanje vprašanj o avtoriteti, pristranskosti in kakovosti posredovanega znanja
- **Ustvarjanje medijske vsebine** je pomembno, ker se z ustvarjanjem vsebin učenci največ naučijo o medijih; ker so v vse večjem informacijskem sektorju ljudje z medijskimi spretnostmi bolj zaposljivi, in, ker imajo državljani pravico do samoreprezentacije in kulturne participacije. Temu Erjavčeva dodaja še dejstvo da lahko danes profesionalno tehnologijo uporabljamo za ustvarjanje in prejemanje medijskih sporočil. »Družbene posledice teh dejavnosti – participacija, socialni kapital, civilna kultura – omogočajo *spletno socialno mreženje* današnje mlajše populacije« (Erjavec 2009, 28).
- Vendar za medijsko pismenost ni dovolj le posedovanje spretnosti, ampak moramo imeti tudi določeno znanje. »Medijska pismenost mora vključevati družbeno, kulturno in politično znanje, da bi mladostniki

razumeli delovanje globalnih medijev in strukturalna razmerja sil in moči v današnji globalni informacijski družbi« (Erjavec 2009, 29).

3.2 Vzroki za upad spremljanja novic

Vzroke slabega stanja in iskanje krivcev za alienacijo mladih od dnevnih novic je težko natančno določiti. Nemogoče je enostavno sklepati in podati oprijemljivo razlago, zakaj mladi vse bolj izgubljajo, ali pa sploh več nimajo interesa za spremljanje novic. So mladi res postali leni, apatični in se ne zanimajo za dogajanje v družbi ter politične zadeve, ali so pravzaprav mediji tisti, ki ne znajo pristopiti k današnji mladi generaciji in ustvariti kvalitetnih vsebin, ki so obenem mladim tudi privlačne?

Strokovnjaki organizacije Pew research center for the people & the press (1990) domnevajo, da je umik od resnih novic pokazatelj splošne *usmeritve navznoter v družbi*. Drugi (Putnam 1995) pa vidijo upad v spremljanju novic kot indikator upada socialnega kapitala, ki se je zgodil s pojavom televizije. Ne glede na to, katero razlago sprejmemo, je očitno, da je nezanimanje za družbene zadeve med mlajšo generacijo pokazatelj širše družbene krize pa tudi nezmožnosti starejših generacij, da zadostno vključijo mlade v družbo (Buckingham 2000b).

Tako kompleksen družben pojav, kot je spremljanje dnevnih novic, posledično omogoča mnoge interpretacije. Buckingham (2000b, 5) sprašuje: »v kolikšni meri je pomanjkanje interesa za novice vzrok za upad socialnega kapitala in v kolikšni meri njegov simptom?« ter »ali spremljanje novic prek televizije povzroča politično apatičnost med ljudmi ali je ravno obratno?«. In dodaja, da je očitno, da gre za spiralo med seboj povezanih vzrokov, čeprav obstaja velika želja po izpostavitvi enega samega krivca – iskani krivec je pogosto prav televizija (prav tam). V mnogih debatah med strokovnjaki sta se tako oblikovala dva pola. Na eni strani teoretiki zaupajo v ideal nespremenljivosti demokracije in objektivnega novinarstva ter za upad v spremljanju novic *krivijo* pomanjkanje interesa ljudi za družbene zadeve. Druga struja pa

odgovornost za ta pojav prelaga predvsem na množične medije in njihovo nezmožnost, da bi uspešno nagovarjali občinstva v spremenjeni družbeni realnosti (Buckingham 2000b).

3.2.1 Ljudje so odgovorni za upad spremljanja novic

Strokovnjaki, ki za upad spremljanja dnevnih novic krivijo mlade same, vidijo sedanjo mlado populacijo kot leno, nezainteresirano za družbeno-politično dogajanje, apatično in neodgovorno (Hart 1994). Torej so sami krivi za lastno politično ignoranco, ker ne spremljajo aktualnega dogajanja, ampak raje namenjajo pozornost zabavnim vsebinam na televiziji in internetu. Zagovorniki takšnega mnenja govorijo o *zlati dobi* pred pojavom televizije, ko so mladi še občutili (in živeli za) družbeno odgovornost (Buckingham 2000a).

Putnam (1995) meni, da je ne-spremljanje novic ključen indikator izgube socialnega kapitala v družbi. Pod pojmom *socialni kapital* razumemo značilnosti družbene organizacije, mreže odnosov, pravila vzajemnosti, zaupanje v druge, ki olajšujejo sodelovanje z namenom, da bi dosegli skupno korist (Della Porta 2003, 79). Današnja mlada populacija kaže manj družbene odgovornosti kot prejšnje generacije meni Putnam (1995). Ravno nasprotno pa se Buckingham (2000b) ob tem sprašuje o smiselnosti spremljanja dnevnih novic, ki izhaja zgolj iz družbene odgovornosti. Meni, da površno spremljanje novic, zgolj zato da *opraviš* družbeno dolžnost nima velike vrednosti za politično participacijo in politično znanje posameznika.

Doris Graber pravi, da občinstvo večinoma spremlja medije zelo selektivno – pozornost posveča le določenim vsebinam (Graber v Buckingham 2000b, 16-18). Večina izmed množice informacij, ki jih vsak dan prejmemo iz medijev, je po mnenju Graberjeve ali spregledanih ali pa se jim posveča zelo malo pozornosti. Takšno je na primer *gledanje* televizijskih poročil kot šum v ozadju, medtem ko pozornost posvečamo neki drugi zadevi. Iz informacij, ki nas iz kakršnega koli razloga bolj zanimajo, se sčasoma oblikuje naš nabor znanja o družbenem dogajanju. Vsak dan znova nato sledimo le za nas

relevantnim informacijam, saj, kot pravi Graberjeva, sprejemamo novice kot nekaj, kar se vsak dan bolj kot ne ponavlja. Na ta način smo državljani sicer vključeni v politično dogajanje, vendar samo na videz. Buckingham (2000b) meni, da gre za precej individualistično usmerjeno teorijo, ki zanemarja družbene in medosebne vplive. Graberjeva naj bi po njegovem mnenju posredno sporočala, da novice ustvarjajo splošen vtis stabilnosti in vključenosti in tako ohranjajo *status quo*. »Novice nam dajo pomirjajoč občutek, da je svet (in naš položaj v njem) še vedno enak kot včeraj« (Buckingham 2000b, 17). Iz tega bi lahko celo sklepali, da so mladostniki, ki zaradi pomanjkanja družbene moči čutijo manj družbene odgovornosti kot odrasli, posledično tudi manj motivirani za spremljanje resnih novic. Motivacija za spremljanje političnega dogajanja in participacija v družbi pa izhajata iz družbene odgovornosti, da naša dejanja in odločitve delujejo v javno dobro (Delli Carpini 2000).

Če mladih politične vsebine ne zanimajo, katerim vsebinam v medijih sploh namenjajo največ pozornosti? Organizacija Pew Internet in projekt American Life (2008) sta med ameriškim občinstvom opravila raziskavo, kjer sta ugotovila, da kar 47 % Američanov najprej prebere novice s sveta zabave in slavnih. Na splošno se k takšnim vsebinam nagiba celotna populacija, čeprav je med mlajšimi ta pojav še posebej očiten. Tudi tisti, ki prebirajo resne časopise ali spremljajo informativne oddaje, največ pozornosti namenijo zabavnim sekcijam oziroma vsebinam (Harcourt in Hartland v Buckingham 2000b, 3). Ob tem se samo po sebi postavlja vprašanje, kako se ta trend vse večjega zanimanja za zabavne vsebine kaže pri medijih.

Spremembe na medijski sceni v zadnjih desetletjih se kažejo v čedalje večji komercializaciji medijev, katerih ne zanimajo javne zadeve, ampak vsebina, ki pritegne (Erjavec 2000). Porast zabavnih vsebin v medijih je posledica čedalje večje tržne naravnosti medijske industrije. V želji po maksimiziranju občinstva mediji ponujajo vsebine, ki ciljno publiko najbolj in v največjem številu pritegnejo. Ob tem Hart (1994) celo pravi, da so pravzaprav mladi s svojo ljubeznijo do senzacionalizma in plitkih vsebin na nek način odgovorni za razmah tako imenovanih tabloidnih vsebin v medijih, saj se, kadar so

postavljeni pred izbiro, raje odločijo za zabavne vsebine. Vendar, ali lahko zagotovo trdimo, da čedalje večje zanimanje za lahkotnejše zabavne vsebine v medijih dejansko pomeni, da so mladi izgubili zanimanje za družbeno dogajanje politične zadeve?

3.2.2 Mediji so odgovorni za upad spremljanja novic

Na drugi strani pa obstaja mnenje, da so mediji sami odgovorni za upad spremljanja dnevnih novic. Zagovorniki tega mnenja, vidijo težavo v tem, da mediji ne ustvarjajo vsebin, ki bi jih ljudje želeli spremljati. V sodobni družbi mediji ne uspejo motivirati mladih za spremljanje resnih novic, ker jih izključujejo iz medijskih vsebin, ker ne znajo približati vsebin vsakdanji izkušnji ljudi, in, ker posredujejo novice na preveč konvencionalen in zastarel način.

Lesley Henderson, profesorica na univerzi Brunel v Veliki Britaniji je izvedla raziskavo z naslovom *Television news, young people and politics: Generation Disconnected?*⁵. V raziskavi so med analiziranimi 2130 prispevki izločili le 200 takšnih, v katerih nastopajo mladi, pa še takrat so večinoma predstavljeni kot problem. Podoba mladih ljudi v medijih je podoba mladih prestopnikov ali žrtev nasilja. Izjema so mladi zvezdniki, športniki, ki pa so velikokrat povezani s težavami prezgodnje slave (Kučić 2007). Tudi Mindich je ugotovil, da mediji pogosto izključujejo mlade tudi iz tem, ki se jih zadevajo. Avtor navaja primer poročanja o študentski problematiki, kjer so mladi prikazani le v oddaljenih posnetkih študentskega kampusa, medtem ko besedo in pozornost medijev dobijo le profesorji in drugi funkcionarji. Na nasprotnem polu pa zabavna medijska industrija (na primer resničnostni šovi) namenja mladim ogromno pozornosti in jih tudi aktivno vključuje v svoje vsebine (Mindich 2005, 47-48). Nezastopanost mladih v novičarskih medijih se končno odraža tudi v majhnem interesu za spremljanje novic. »Politika je zanje le prazen medijski spektakel, namenjen tistim naivnim odraslim, ki še verjamejo, da lahko z udeležbo na volitvah kar koli spremenijo« (Kučić 2007).

⁵ <http://www.brunel.ac.uk/about/acad/sa/artsub/filmtv/tvnewsyoungpeople>

Eden izmed glavnih razlogov, da mlajša populacija ne kaže interesa za dnevne novice, je po mnenju Buckinghama (2000b) tudi dejstvo, da ne vidijo povezave med vsebinami v medijih in svojo vsakdanjo realnostjo. Ker so mladi bolj kot ne izključeni iz dominantnega političnega diskurza, se to odraža v občutenju nemoči vplivanja in posledično pomanjkanju interesa. Buckingham je ugotovil, da mladi vidijo politiko kot *umazano igro*, kjer oni sami pravzaprav ne morejo ničesar spremeniti ali vplivati na potek dogodkov. Mladi označujejo politike kot nepošteno in goljufivo, ki delajo le za lastno korist. Takšen ciničen odnos do političnih zadev se kaže že pri otrocih, ugotavlja Buckingham (prav tam), z leti pa postaja le še bolj očiten in zasidran v njihovih prepričanjih. Problem je v tem, da politične vsebine v medijih pokrivajo večinoma vsakodnevno ozko politično dogajanje, s katerim mladostniki ne znajo vzpostaviti občutka povezanosti. Mediji ne znajo povezati družbenih zadev, o katerih poročajo, z vsakodnevno politiko ljudi in jo umestiti v družbeni kontekst. Mladi tako nimajo interesa, da bi spremljali novice v medijih, ker ne vidijo pomena oziroma koristi v tem početju. (Buckingham 2000b, 200-210).

Jon Katz (1993) za čedalje večjo alienacijo mladih od dnevnih novic krivi novinarje same, saj z ustvarjanjem *konvencionalnih* oblik medijskih vsebin ne znajo pritegniti pozornosti mlajše populacije. Mladi niso apatični in nezainteresirani za dogajanje okoli sebe, temveč imajo le popolnoma drugačen odnos do informacij kot starejše generacije. Bolj so zato naklonjeni raznolikosti in širini informacij, ki jih ponujajo novi mediji. Želijo, da jih mediji nagovarjajo bolj neformalno, vseč jim je ironičen odnos do dogajanja in ne monotonost in avtoritativni pomirjajoči glas *mainstream* novinarstva. Kar se kaže kot ignoranca in politično nezanimanje mlajše populacije, je v resnici nezmožnost medijev oziroma novinarjev, da bi se povezali s svojim občinstvom meni Katz. Tudi Buckingham (2000b) v intervjujih z osnovnošolci ugotavlja, da jih odbija občutek pokroviteljstva in vsevednosti novinarja, ki ga dobijo ob spremljanju televizijskih novic. Namesto tega si želijo bolj tehnološko inovativno in razgibano posredovanje novic, kjer imajo tudi sami oziroma njihovi vrstniki možnost aktivno sodelovati.

V že omenjeni ameriški raziskavi Pew Internet in projekta American life (2008) so ugotovili tudi, da 75 odstotkov vprašanih novice prejema prek spletne pošte ali pa prek objav na spletnih socialnih omrežjih, medtem ko je 37 odstotkov spletnih uporabnikov na enem od socialnih omrežij že objavilo povezavo do novice, ki se jim je zdela zanimiva.

4 ŠTUDENTI IN SPREMLJANJE DNEVNIH NOVIC – KVALITATIVNA RAZISKAVA

Po pregledu strokovne literature bomo v tem poglavju s kvalitativno raziskovalno metodo polstrukturirani poglobljeni intervju analizirali odnos študentov do spremljanja dnevnih novic s političnimi vsebinami. Zaradi kompleksnosti izbranega družbenega pojava smo izbrali kvalitativno raziskovanje, kar nam bo omogočilo boljši uvid v izbrano tematiko in možna izhodišča za potencialno nadaljnje kvantitativno raziskovanje tega področja.

4.1 Metodologija

S kvalitativnim raziskovanjem želimo preučiti *odnos slovenske študentske populacije do dnevnega družbeno-političnega dogajanja, kot je predstavljeno v medijih – torej preučiti odnos študentov do dnevnih novic*. Spremembe v družbi so močno vplivale na odnos mladih do novičarskih medijev in do dogajanja v javni sferi, zato sta ti dve področji potrebni sistematičnega raziskovanja (Buckingham 2000b). Poznavanje političnega dogajanja je močno povezano z informacijami, ki nam jih o tem posredujejo mediji. Če želimo razumeti, kako študenti sprejemajo ali zavračajo interpretacije in vloge, ki jih ustvarjalci medijskih vsebin vnaprej pričakujejo od občinstva, je potrebno preučiti, kako sploh izbirajo vsebine in ustvarjajo pomene iz novic ter iz političnega komuniciranja (Buckingham 2000b, 59).

V intervjujih s študenti smo se omejili na dve področji, ki smo ju zastavili že v teoretičnem delu diplomskega dela. Želeli smo ugotoviti, kakšen je odnos do vsebine (političnih tem) in do samih novic (informativnega novinarstva). V teoretičnem delu diplomskega dela smo izpostavili trditev, da so mladi odtujeni od novic, ker so odtujeni od politike same (Buckingham 2000b). V intervjujih smo torej skušali dobiti odgovore na vprašanja, kako študenti razumejo pojem politike in kako vrednotijo dnevne novice, ki jih spremljajo prek medijev. Skozi pogovor smo bili posebej pozorni na način, kako študenti govorijo o tematiki in njihovo izražanje kritike. V intervjujih nas namreč ne

zanimajo zgolj dejstva, ampak tudi način, na katerega respondenti posredujejo svoj odgovor, in občutja ter mnenja, ki se ob tem izražajo.

Neuman pravi, da se kvalitativni raziskovalec osredotoča predvsem na subjektivne pomene, opredelitve, simbole in opise specifičnih primerov in s tem poskuša razkriti tiste vidike družbenih pojavov, za katere je težko razviti spremenljivke, ki bi te vidike ustrezno *izmerile*, kar se pravzaprav zgodi pri kvantitativnem raziskovanju (Neuman v Kogovšek 1998, 5). Kvalitativno raziskovanje se torej bolj pogloblja v družbene procese in dopušča možnost različnih interpretacij, medtem ko kvantitativno raziskovanje pomeni natančnost in merljivost rezultatov.

Ker želimo poglobljen vpogled v občutenja, mnenja, razmišljanja naše preučevane skupine, smo se odločili, da za raziskovanje problematike spremljanja dnevnih novic uporabimo pristop polstrukturiranega poglobljenega intervjuja, ki »nam na edinstven način poda bolj točne podrobnosti odzivov na občutljive teme« (*Wimmer v Erjavec in Volčič 2000, 53*). Kogovšek povzame (1998, 29) naslednje vrste intervjujev glede na namen raziskave: *strukturirani, polstrukturirani, nestrukturirani* in *skupinski*. S polstrukturiranim intervjujem spraševalec sledi predhodno postavljenemu okvirnemu seznamu tem oziroma informacij, ki jih želi izvedeti od intervjuvanca, natančnejša formulacija vprašanj in njihov vrstni red pa sta prepuščena spraševalcu, ki je na ta način bolj svoboden, da se prilagodi individualnim značilnostim in posebnostim intervjuvanca (Kogovšek 1998, 29). »Relativna fleksibilnost in po drugi strani sistematični pristop sta glavni prednosti te vrste intervjuja. Na ta način je intervjuvancu omogočeno, da kar se da neomejeno poda svoja izkustva, po drugi strani pa omogoča, da intervju ostane osredotočen na relevantne teme« (Denzin in Patton v Kogovšek 1998, 31). Ker želimo tudi v naši raziskavi pokriti določena v naprej izbrana področja, bomo uporabili metodo polstrukturiranega **poglobljenega intervjuja**; formiranje vprašanj in njihov vrstni red bomo prilagodili kontekstu individualnega intervjuja.

V mesecu juniju 2010 smo izvedli dvanajst intervjujev s študenti slovenskih univerz (glej tabelo 4.1), starih med 19. in 25. letom. Upoštevali smo zahtevo

po raznolikosti, zato smo vključili sorazmerno število moških in ženskih respondentov. Izbrali smo študente različnih fakultet, saj smo želeli ugotoviti, ali se njihovi odgovori razlikujejo tudi glede na družboslovno ali naravoslovno usmeritev študija. Respondenti tako obiskujejo ljubljansko univerzo, ena študentka obiskuje mariborsko univerzo (Ekonomsko-poslovna fakulteta), en študent pa prihaja iz novogoriške Evropske pravne fakultete. Študenti ljubljanske univerze obiskujejo Medicinsko fakulteto, Naravoslovnotehniško fakulteto, Fakulteto za matematiko in fiziko, Fakulteto za strojništvo, Biotehniško fakulteto, Fakulteto za upravo, Ekonomsko fakulteto, Filozofsko fakulteto (študija andragogika in geografija) in Fakulteto za družbene vede. Polovica respondentov je v času intervjujev obiskovalo nižja letnika (1. in 2. letnik) študija, polovica pa višja letnika študija (4. letnik in absolvent). Pri izboru respondentov smo upoštevali tudi družbeni razred glede na življenjski standard družine. Študente smo pred intervjuji vprašali po izobrazbi staršev in standardu (okviren dohodek) njihove družine. Izbrali smo šest študentov, katerih družine lahko uvrstimo v srednji razred, in šest študentov, ki jih lahko uvrstimo v delavski razred.

S polstrukturiranimi poglobljenimi intervjuji, ki so trajali od 45 minut do ene ure in pol, smo želeli pridobiti čim bolj pristne odzive in mnenja o raziskovani tematiki, zato respondentov nismo vnaprej seznanili z namenom preučevanja in vsebino raziskave. Respondenti so vnaprej vedeli le, da bo pogovor potekal o množičnih medijih. Poglobljeni intervjuji so bili posneti, kar je omogočilo lažjo izvedbo samih intervjujev in olajšalo kasnejše zapisovanje ter interpretacijo rezultatov.

Tabela 4.1: Predstavitev respondentov kvalitativne raziskave

IME	STAROST	LETNIK ŠTUDIJA	FAKULTETA	DRUŽBENI RAZRED
Neža	19 let	1. letnik	Medicinska fakulteta	srednji razred
Katja	20 let	1. letnik	Biotehniška fakulteta	srednji razred
Ema	21 let	2. letnik	Ekonomsko-poslovna fakulteta, Maribor	delavski razred
Brigita	23 let	4. letnik	Filozofska fakulteta (andragogika)	delavski razred
Monika	24 let	4. letnik	Fakulteta za družbene vede	delavski razred
Klara	25 let	absolventka	Filozofska fakulteta (geografija)	srednji razred
Matija	20 let	1. letnik	Fakulteta za upravo	srednji razred
Filip	21 let	2. letnik	Fakulteta za matematiko in fiziko	delavski razred
Marko	22 let	2. letnik	Fakulteta za strojništvo	srednji razred
Jernej	24 let	4. letnik	Evropska pravna fakulteta, Nova Gorica	delavski razred
Miha	24 let	4. letnik	Naravoslovnotehniška fakulteta	delavski razred
Luka	25 let	absolvent	Ekonomska fakulteta	delavski razred

4.2 Rezultati kvalitativne raziskave odnosa študentov do dnevnih novic

Rezultati našega interpretativnega raziskovanja niso reprezentativni in jih zaradi premajhnega vzorca ne moremo posploševati na vse slovenske študente ali na celotno populacijo. Rezultati so prikaz mnenj, ki jih imajo o predmetu raziskovanja le nekateri slovenski študenti, saj smo želeli dobiti globlji vpogled v odnos, ki ga imajo do novic in do njihovih vsebin.

Rezultate smo glede na vsebino razdelili na tri tematska poglavja. Najprej bomo predstavili odnos študentov do politike in političnih vsebin v dnevnikih novicah. Nato bomo predstavili, kako študenti vrednotijo politične dnevne novice. V zadnjem delu pa bomo predstavili, kakšne novice študenti pravzaprav želijo spremljati.

4.2.1 Študenti in politika

Raziskovali smo odnos študentov do dnevnih novic s političnimi vsebinami, zato smo študente najprej vprašali, kakšna je pravzaprav njihova definicija politike. Kot ugotavlja Buckingham, postmoderni teoretiki družbe opozarjajo, da mladi precej drugače dojemajo čas in prostor ter odnos med javnim in zasebnim, kar vpliva tudi na dojetje političnega (Buckingham 2000b, 33). Na izhodiščno vprašanje, kako opredelijo politiko, je večina intervjuvanih študentov oblikovala opredelitev politike v ožjem smislu, ali kot pravi Bhavnani, najbolj konvencionalni definiciji politike: »izključujoča politika, ki je osredotočena na dejanja oblasti in političnih strank« (Bhavnani v Buckingham 2000b, 33). Tipičen odgovor je bil: »*Politika je to, kar se dogaja v parlamentu, zakoni, ki jih tam sprejemajo, in politični boj za oblast*« (Neža, 19 let). Ena starejša intervjuvana študentka pa je na to vprašanje odgovorila nekoliko širše: »*Politika je zame nekaj zelo širokega. Politika ni samo to, kar se dogaja na političnem področju v zvezi z vlado, državnim zborom, ampak je s politiko povezano vse. Politika je tudi to, kaj si ljudje mislijo o politiki, javno mnenje*« (Klara, 25 let).

Kot nadaljuje Bhavnani, so mladi odtujeni prav od te politike, kot jo razumemo v konvencionalnem smislu (Bhavnani v Buckingham 2000b, 33). Na vprašanje, ali spremljajo politične vsebine v medijih, so namreč predvsem mlajši intervjuvani študenti odgovorili negativno. Tipičen odgovor je bil: *»V bistvu spremljam kakšno bolj odmevno dogajanje, afero ali pa pred volitvami ali referendumom. Drugače pa me ne zanimajo te novice, ker me tudi politika ne zanima«* (Neža, 19 let).

Analiza odgovorov je pokazala, da je med šestimi mlajšimi intervjuvanimi študenti bil tako le en študent, ki je postavil politične vsebine na prvo mesto med vsebinami, ki jih spremlja v novičarskih medijih: *»Najprej preberem politične novice, domače in tuje«* (Filip, 21 let).

Razlike v spremljanju so se pokazale po starosti. Starejši študenti so izrazili več interesa za spremljanje političnih vsebin v medijih. Večina intervjuvanih starejših študentov namreč pravi, da redno spremlja dnevno dogajanje na političnem področju. Na primer: *»Zanimajo me dnevne novice, kaj se dogaja v Sloveniji in po svetu. Politične novice in gospodarstvo«* (Miha, 24 let), in: *»Zanima me politika, kar je najbolj popularno oziroma vse naslovne novice«* (Brigita, 23 let).

Kljub majhnemu zanimanju za tovrstne vsebine, pa se zdi študentom spremljanje političnega dogajanja zelo pomembno. Prevladujoč odgovor na vprašanje, ali se jim zdi poznavanje političnega dogajanja pomembno, je bil namreč pritrdilen. Intervjuvani študenti potrjujejo mnenja teoretikov, da je poznavanje političnega dogajanja pomembno za obstoj demokratične družbe (Bennett 1998; Buckingham 1999; Delli Carpini 2000; Hart 1994; Mindich 2005). Vendar je po drugi strani hitro preverjanje političnega znanja, ko smo študente vprašali po kakšnem političnem dogodku v bližnji preteklosti, pokazalo, da študenti ne poznajo prav dobro političnega dogajanja, oziroma poznajo le izpostavljene dogodke – tako imenovane politične afere. Tipičen odgovor je bil:

Ja, ker sem državljanka Slovenije in imam zato tudi določene dolžnosti in pravice, da se udeležujem referendumom, volitev, da sodelujem. Ne morem pa sodelovati, če se ne pozanimam. Če želim vedeti, kaj se dogaja, si moram pomagati tudi s spremljanjem medijev, ker je to pri nas edini način (Brigita, 23 let).

Ker smo želeli ugotoviti, kakšna je politična participacija med študenti, smo uporabili vprašanja, ki jih v svojem raziskovanju uporabi tudi Mindich. Študente smo vprašali ali so v zadnjem letu: pisali na uredništvo medija, sodelovali na srečanju društva/kluba/organizacije, delali kot prostovoljec/-ka, kontaktirali koga v vladi ali sodelovali na protestu/akciji (Mindich 2005, 131). Večina študentov je odgovorila, da ne participira v nobeni navedeni obliki. Eden mlajši študent je povedal, da občasno na spletu komunicira z mediji: *»Včasih pišem na uredništvo medija elektronsko pošto, kadar me kaj zmoti, pogosto tudi komentiram novice na spletnih portalih«* (Filip, 21 let). Tudi dva starejša študenta sta pozitivno odgovorila na to vprašanje. Njuna participacija poteka predvsem na ravni civilne družbe: *»Sodelujem na srečanjih društva in delam kot prostovoljec«* (Luka, 25 let), študentka pa komunicira tudi z državnimi inštitucijami: *»Sem že sodelovala na protestih, kontaktirala sem tudi že koga v vladi in medijih, ampak to počnem predvsem prek mojega dela v okoljevarstveni organizaciji, brez tega verjetno ne bi«* (Klara, 25 let).

Študenti, ki se sicer zavedajo pomembnosti participacije, podajo opravičilo za svoje nesodelovanje v splošni pasivnosti mladih in v pomanjkanju časa. Kot pokaže tipičen odgovor: *»/.../ smo preveč pasivni, boljše je malo »jamrati«, kot pa kaj narediti, in se smiliti sam sebi«* (Monika, 24 let).

Analiza odgovorov je pokazala, da študenti kot vzrok za nizko zanimanje za politično dogajanje najpogosteje navajajo senzacionalizem v novicah: *»Mediji delajo senzacijo iz vsake stvari, tako dajejo težo nepomembnim stvarem, kar po moje sprožajo politiki sami, tako da preobračajo pozornost od resnih problemov, ki jih javnost pozabi ali ne vidi«* (Klara, 25 let).

Študente moti tudi prevelik poudarek na političnih osebnostih, saj imajo občutek, da se v medijih pojavljajo vedno isti politični akterji. Tipičen odgovor je bil: *»Moti me, da se nekatere politične osebnosti preveč pojavljajo v medijih, kot da mediji gradijo na njihovi osebnosti, pojavi«* (Miha, 24 let).

Večina študentov je tudi izpostavila prepričanje, da so mediji pri pokrivanju političnega dogajanja privrženi eni ali drugi politični opciji, kar znižuje sposobnost medijev, da bi zadoščali normi po objektivnosti. Tipičen odgovor je bil: *»Redko lahko dobiš povsem objektivno predstavljeno novico, saj je v Sloveniji zelo močna delitev na leve in desne, ki nadzirajo vsak svoje medijske hiše in skušajo prek medijev prepričati čim več ljudi, da volijo za njih«* (Marko, 22 let).

Analiza odgovorov je pokazala tudi, da študenti menijo, da politične novice premalo pozornosti namenjajo razkrivanju resnice: *»Mislím, da v Sloveniji možno primanjkuje vrhunskega novinarstva, včasih so novinarji zelo površni, ne zanimajo se za ozadje dogajanja ali razkrivanje resnice, pa velikokrat niso dovolj izobraženi, da bi lahko o nekem področju dobro poročali«* (Jernej, 24 let).

Eden izmed starejših študentov je povedal tudi, da mediji ne vključujejo dovolj vsebin, ki bi ga zanimale:

Novice ne vsebujejo informacij, ki bi me zanimale. Recimo, kam gremo, kaj so politiki naredili za državljane. Večji bi moral biti vpliv civilne družbe na politiko, da se da možnost tudi ljudem iz nasprotnih strank. Ni bistvo v dveh polih, ampak v tem, kaj lahko politiki dosežejo za dobrobit državljanov (Luka, 25 let).

Vendar so predvsem mlajši intervjuvani študenti povedali, da so politične vsebine premalo razumljive: *»Recimo politične teme ne bi spremljala, ker me ne zanimajo, razen če ugotovijo način, da bi bile takšne novice bolj razumljive«* (Neža, 19 let), pa tudi premalo zabavne: *»Novice bi morale biti*

predstavljene z malo več humorja, da bi bile ljudem bolj zanimive, da bi se lahko malo sprostile» (Matija, 20 let).

Analiza odgovorov pokaže, da intervjuvani študenti razumejo politiko v ožjem smislu, ki vključuje vodenje države, delo vladnih institucij in z volitvami izbranih posameznikov. Prav takšna politika, kot jo razumemo v konvencionalnem smislu, naših intervjuvancev ne zanima, kar se kaže predvsem pri mlajših intervjuvancih. Vseeno pa se pokaže, da se študentom zdi poznavanje političnega dogajanja zelo pomembno, zato da lahko uspešno politično participirajo v demokratični družbi. Vendar njihova politična participacija, kot smo ugotovili z analizo rezultatov, ne presega najbolj konvencionalnega načina participacije – volitev. Intervjuvanci upravičujejo takšno stanje s splošno pasivnostjo in usmerjenost mladih v bolj zabavne vsebine. Velik del krivde pa po njihovem nosijo tudi mediji, ki s pristranskim poročanjem o političnih zadevah in vse večjo prisotnostjo senzacionalizma v političnih novicah, ne ustvarjajo političnih novic, ki bi jih zanimale. Več o tem, kakšno je mnenje respondentov o dnevni novicah, ki se ukvarjajo s politično tematiko, bomo predstavili v naslednjem poglavju.

4.2.2 Vrednotenje dnevni novic

Obsežen del raziskovalnih intervjujev je bil namenjen vrednotenju dnevni novic, ki se ukvarjajo s političnimi vsebinami, kar bomo predstavili v tem poglavju.

Prevladujoč odgovor študentov na vprašanje, ali sploh spremljajo dnevne novice, je bil pritrdilen, saj so skoraj vsi študenti odgovorili, da novice spremljajo pogosto, razen pri treh mlajših študentih, ki jih spremljajo le redko. Tipičen odgovor mlajših intervjuvancev je tako bil: *»Novice spremljam bolj občasno Kadar imam čas in nimam kake druge stvari, malo pobrskam na internetu za kakšno novico« (Matija, 20 let).*

Vsi študenti, ki so sodelovali v raziskavi, spremljajo informativne medije. Večinoma in najpogosteje prek interneta zaradi hitrega dostopa do vedno

svežih informacij. Četrtnina vprašanih je kot medij, po katerem dostopajo do novic, navedla telefon. Tipičen odgovor je bil: *»Najpogosteje izberem računalnik ter telefon, kjer uporabljam internet za spremljanje vseh (novic op. a.), saj se najhitreje osvežujejo. Imam ju tudi vedno pri sebi in sta mi najbolj dostopna«* (Matija, 20 let).

Tretjina intervjuvanih študentov poleg interneta spremlja tudi televizijo in četrtnina intervjuvancev spremlja časopis. Predvsem mlajši so navajali tudi časopis in televizijo kot vir informacij, ker sta to medija, ki ju največ spremljajo v družini. Tipičen odgovor je bil: *»Novice v časopisu pa tudi včasih berem, ker ga imamo doma in ga vsi beremo že zjutraj, pa se mi zdi, da so tam novice najbolj zanesljive in resnične«* (Matija, 20 let).

Pri analizi odgovorov na vprašanje, katere vsebine novic spremljajo, se je med študenti pokazala polarnost med starejšimi in mlajšimi študenti. Intervjuvani študenti so na to vprašanje odgovorili tako, da so najprej povedali vsebine, ki jih najbolj zanimajo, in nato vsebine, ki jih najmanj oziroma skoraj ne spremljajo. Buckingham (2000b) opozarja, da pri intervjujih pogosto intervjuvanci podajo nek odgovor, ker menijo, da ga spraševalec od njih pričakuje, kar smo opazili tudi pri naših intervjujih. Pri nekaterih intervjuvancih, ki so odgovorili, da spremljajo politične novice, smo zato preverili, ali se spomnijo kakšne novice v bližnji preteklosti, na kar so večinoma podali negativen odgovor.

Med mlajšimi intervjuvanimi študenti so v prvi skupini skoraj vedno zabava in šport: *»Najprej si preberem črno kroniko, potem zabavo - kot je rubrika Ekskluziv in specialno na POP TV, potem vreme in nazadnje pogledam še politiko ter gospodarstvo«* (Ema, 21 let), pri moških intervjuvancih tudi tehnologija. Nato pa šele v drugi skupini vsebin mlajši intervjuvanci omenjajo politične in gospodarske novice, kot pokaže tipičen odgovor:

Najbolj me zanimajo športne vsebine, predvsem svetovno prvenstvo, potem pa kar je trenutno »na tapeti«, formula ali kaj podobnega. Potem pogledam zabavne novice, kaj se je zanimivega zgodilo v Sloveniji in

tujini, potem tehnologija, predvsem računalniki in mobilni telefoni, potem pa nekaj malega pogledam še politične novice: slovenske in tuje, tiste res pomembne (Matija, 20 let).

Izjema je en mlajši intervjuvani študent, ki je politične vsebine postavil na prvo mesto: *»Najprej preberem politične novice, domače in tuje, znanost in fizika, ker me to zanima, malo tudi zabavne in šport«* (Filip, 21 let).

Pri starejših intervjuvancih pa se pokaže skorajda zrcalna slika, saj so politične vsebine večinoma v skupini vsebin, ki jih spremljajo največ. Moški več spremljajo še šport in tehnologijo: *»Najprej pogledam šport, kar sem počel tudi pred prvenstvom, potem pa po vrsti politične novice, kar se dogaja v svetu, svetovni problemi, na koncu še pogledam zabavne novice in kakšne zanimivosti«* (Miha, 24 let), ženske intervjuvanke pa kulturo in okoljske tematike: *»Največ politika, kultura, okolje in šport, manj pa trače in gospodarstvo«* (Monika, 24 let).

Od dvanajstih vprašanih je le tretjina študentov povedala, da se spomni kakšne novice iz preteklega tedna ali meseca. Mlajša študentka se je spomnila novice o referendumu, ki je potekal v dnevih pred izvedenim intervjujem: *»V Sloveniji je potekal referendum za ali proti arbitražnemu sporazumu. Rezultati so bili sledeči, 51 % za in 49 % proti. Torej smo Slovenci izgubili del morja«* (Katja, 20 let). Študentka je navedla novico o aktualni tematiki izbrisanih, v kateri je glavni akter predsednik državnega zbora: *»Današnja novica, kako se je predsednik državnega zbora Gantar opravičil izbrisanim, da ne bo referenduma«* (Ema, 21 let). Mlajši študent je navedel tematiko dnevne novice, ki so jo slovenski mediji povzeli po hrvaškem dogajanju: *»Novica Meni se ta Janša ne zdi popolnoma uravnovešen (prev. a.)«* (Filip, 21 let). Starejša študentka pa je omenila novico o nevšečnosti, ki se je pripetila ob praznovanju dneva državnosti: *»Novica o tem kako so predsedniku nalašč nagajali na državni proslavi z ozvočenjem«* (Brigita, 23 let).

Kljub temu da smo intervjuje izvajali v precej raznoliki skupini študentov, jih je le malo kazalo izrazit interes za politične novice. Poleg splošnega odgovora predvsem med mlajšimi intervjuvanci, da je politika *dolgočasna, nezanimiva*, so za svoje nezanimanje za te novice podali tudi druge razloge. Študenti so precej kritično naslavljali sposobnost slovenskih medijev, da zadoščajo normam objektivnosti in nepristranskega poročanja:

/.../ ker se mi zdi, da je vse manj objektivnosti v novičarstvu, sploh v političnem novičarstvu in ekonomiji, sploh v Sloveniji, kjer so veze in poznanstva veliko in preden izveš, kaj je resnica, traja. Mediji ne objavljajo nekih novic poglobljeno, ampak jih samo omenijo, sploh ne pokažejo cele slike, ampak samo tisto, kar morajo kot mediji. da se javnost ne začne spraševati na primer: Zakaj pa RTV Slovenija o tem ni poročala? (Luka, 25 let).

Prevladujoče mnenje študentov je, da so mediji preveč pristranski v poročanju in pogosto tudi neke vrste orodje politike za prepričevanje ljudstva in s tem zagotavljanje čim večjega števila glasov na volitvah, kot pokaže tipičen odgovor študenta:

Redko lahko dobiš povsem objektivno predstavljeno novico, saj je v Sloveniji zelo močna delitev na »leve« in »desne«, ki nadzirajo vsak svoje medijske hiše, zato skušajo prek medijev prepričati čim več ljudi, da volijo za njih. Tako da, če spremljaš samo RTV Slovenijo ali samo POP TV, je zelo težko, da boš res vedel, za kaj gre (Marko, 22 let).

Ob tem predvsem starejši študenti poudarijo, da se zavedajo, da je za celovito obveščenost pomembna raznolikost virov informacij. Vendar večinoma spremljajo le dva vira informacij – RTV Slovenija in POP TV – od obeh imajo več zaupanja do RTV Slovenije. Tipičen odgovor je bil:

Najpogosteje obiščem spletni novičarski portal 24ur.com, ker sem navajena strukture strani in se mi zdi zelo uporabna. Kadar si želim objektivnejše informacije, preverim še na Rtv slo.si, ker se zavedam, da

POP TV včasih preveč napihne kakšno stvar, vem pa da moraš informacijo preverit pri drugem viru, sploh, če ti je pomembna (Brigita, 23 let).

Le en mlajši študent je omenil, da spremlja tuje vire novic (spletna portala Guardian in New York Times): *»Za novice tipa »po svetu« se spleta spremljati tuje strani oziroma časopise, kot sta Guardian in New York Times« (Filip, 21 let).*

Kar nekajkrat so študenti kritizirali kvaliteto slovenskih medijev in novinarstva. Mlajša študentka je izpostavila, da jo moti nerazumljivost dnevnih novic: *».../ moti me samo to, da včasih novica ni predstavljena čisto razumljivo. Da, ko berem novico, to ni dovolj, da bi čisto razumela, kaj je bistvo. Po navadi moraš prebrati še kakšno novico, ki je bila objavljena pred tem o isti temi« (Ema, 21 let).*

Tretjina študentov je opozorila tudi na nejasnosti in napačno poročanje, za kar vidijo razlog tudi v neizobraženosti novinarjev. Tipičen odgovor je bil: *»Motijo me tudi pomešani stavki in napake, ki so včasih zelo smešne, ker se mi zdi, da si jih včasih kar malo preveč dovolijo. Potem imam občutek, da se jim sploh ne da potruditi« (Ema, 21 let).*

Čeprav so predvsem mlajši v nekaj primerih celo predlagali, da bi novice morale biti bolj zabavne, študente po drugi strani moti, da je senzacionalizem vse bolj prisoten v novičarskih medijih, kot pokaže tipičen odgovor:

Če gledamo 24ur na primer, iz ene novice se naredi cel »halo«. Mogoče, ker delajo bolj v stilu zabavnih novic, kot pa nekega normalnega poročanja. .../ sam ne bi nikoli delal v medijih, ker se mi zdi, da se morajo novinarji vedno samo lagati in napihovati stvari, da je novica čim bolj brana in priljubljena, vsebina pa sploh ni pomembna (Miha, 24 let).

Ena študentka je izpostavila, da jo motijo tudi načini, kako mediji želijo privabiti občinstvo, na primer z udarnimi naslovi: »*Včasih so naslovi takšni, da se kar ustrašiš, ali pa te začne zanimati, kaj se je sploh zgodilo, potem pa vidiš, da sploh ni nič takega*« (Neža, 19 let).

Analiza odgovorov je pokazala tudi, da večina študentov meni, da je v informativnem novinarstvu premalo preiskovalnega novinarstva in razkrivanja nepravilnosti. Kot pokaže tipičen odgovor: »*Včasih so novinarji zelo površni, ne zanimajo se za ozadje dogajanje ali razkrivanje resnice. Pa velikokrat niso dovolj izobraženi, da bi lahko o nekem področju dobro poročali*« (Jernej, 24 let).

Z analizo odgovorov smo ugotovili, da intervjuvani študenti kar pogosto spremljajo dnevne novice, čeprav nekoliko manj pozornosti namenijo političnim vsebinam, saj so v ospredju predvsem šport in zabava. Pri ženskih intervjuvankah smo ugotovili, da spremljajo tudi kulturo, okoljske tematike ter črno kroniko, moški intervjuvanci pa izberejo tehnologijo. Odgovori so pokazali tudi, da študenti najpogosteje izberejo internet kot medij, po katerem pridejo do novic. Ostali mediji, predvsem tiskani, se jim zdijo *zastareli* in neuporabni. Analiza odgovorov je pokazala kar nekaj nasprotujočih si odgovorov študentov. Po eni strani študenti pravijo, da so (slovenski) mediji pravzaprav orodje ene ali druge politične opcije in da so v svojem poročanju pristranski. Ob tem dodajo, da je potrebno za celovito obveščenost spremljati več virov novic in preveriti informacije pri drugih medijih. Po drugi strani pa študenti kot vir novic navedejo le dva, izjemoma tri, ponudnike novic (RTV SLO, POP TV in Dnevnik). Študenti želijo tudi manj senzacionalizma v novicah, po drugi strani pa menijo, da bi morale biti politične novice bolj zabavne in s tem bolj zanimive. Ko preverimo, katerih novic se spomnijo, pa se pokaže, da – če si sposodimo termina pri Buckinghamu (2000b, 67) – raje spremljajo več tako imenovane *zabavno-politične* novice kot pa *trde politične novice*. Več o tem, kaj intervjuvani študenti pričakujejo od novic, bomo predstavili v naslednjem poglavju.

4.2.3 Kakšne novice študenti želijo spremljati?

Intervjuvanci so na vprašanje, kakšne novice želijo spremljati, odgovarjali na dveh ravneh. Govorili so o tem, kakšne bi morale biti vsebine novic, in o tem, kako bi morale biti posredovane. Njihove predloge za spremembe in nasvete glede podajanja novic lahko razmejimo na vsebino in način posredovanja novic, kakor bomo tudi predstavili njihove odgovore v tem podpoglavju.

4.2.3.1 Vsebina novic

Študenti so v svojih odgovorih povedali, da si želijo še več novic z vsebinami, ki jih zanimajo. Prevladujoč odgovor je bil, da si želijo več novic s športnimi vsebinami, pa tudi zabavnih, kulturnih novic in tehnoloških novic. Tipičen odgovor je bil: *»Več bi moralo biti zabavnih novic, ker se mi zdi, da preveč izpostavljajo samo slabe stvari, pa več športa, ker me to zanima«* (Matija, 20 let). Vsebine izbirajo glede na osebni interes ali svoj bodoči poklic. Tako starejša študentka izrazi željo po več okoljskih in kulturnih vsebinah v novicah: *»/.../ sama bi raje videla več novic iz kulture in varstva okolja, drugega je dovolj. Vendar nikoli oziroma redko boš videl na prvi strani medija novico iz kulture, ker to ni pomembno«* (Monika, 24 let), mlajša študentka poudari pomen znanosti: *»Želela bi si več znanstvene vsebine, novih dosežkov na naravoslovnem področju. To je vsebina, na kateri se gradi prihodnost«* (Katja, 20 let). Moški intervjuvanci, mlajši in starejši pa najbolj izpostavijo športne vsebine, kot pokaže tipičen odgovor: *»Ker me najbolj zanima šport, bi spremljal športne novice«* (Jernej, 24 let).

Izjema je bil odgovor starejšega študenta: *»/.../ da bi izvzel zabavne novice iz dnevnika, ker mislim, da tja ne sodijo, ker si lahko to prebereš v kakšnih revijah ali na spletu«* (Miha, 24 let).

Predvsem mlajši so izrazili željo po novicah, ki se tičejo njihovih vrstnikov. Tipičen odgovor je bil: *»Verjetno bi lahko mediji pisali več tudi o stvareh, ki jih počnejo mladi, ki se nas tičejo«* (Neža, 19 let). V odgovorih so povedali, da bi jih politične vsebine zanimale, če bi bolj vključevale mlajšo populacijo, vendar

v bolj pozitivnem smislu, saj imajo občutek, da jih mediji naslavljajo le kot prestopnike: *»Mogoče me moti to, da smo v novicah vedno, ko naredimo kaj narobe, kot recimo razbijanje na demonstracijah. Ko pa mladi naredijo kaj pozitivnega, recimo kakšno delovanje mladinskih organizacij ali skavtov, pa to bolj redko pride na prvo stran portala ali časopisa«* (Katja, 20 let).

Tudi na splošno je pozitivnost nekaj, česar si predvsem mlajši intervjuvanci želijo več v medijih. Tipičen odgovor je bil: *»Dobre, pozitivne novice, ker se dogajajo tudi take stvari. Vendar je dobra novica vedno slaba novica za novinarje«* (Marko, 22 let).

Glede političnih novic so predvsem mlajši intervjuvanci poudarjali, da želijo kratke in jedrnate novice, kot pokaže tipičen odgovor: *»Recimo politične teme ne bi spremljala, ker me ne zanimajo, razen če ugotovijo način, da bi bile bolj razumljive takšne novice. Pa da bi bile bolj kratke in jedrnate, saj ne maram dolgovernih besedil, ker se mi jih ne da in jih nimam časa brati«* (Neža, 19 let).

Vendar je bila po drugi strani precej izstopajoča pripomba pri dvema intervjuvancema, da si želita več poglobljenih analiz: *»/.../ mogoče bi mi ustrezalo več političnih novic, ki bi se ukvarjale z analizo dogajanja, kar pomeni, da bi bile bolj usmerjene v kvaliteto. Spremljal bi tudi več dobrih kolumnistov in intervjujev z zanimivimi posamezniki,«* (Jernej, 24 let) in, da bi bila novica opremljena z grafičnim materialom, ki bi podprl vsebino, kot to po njegovem mnenju pogosteje počnejo tuji mediji: *»Sam način mi je bolj všeč v tujih medijih, ki znajo to, kar napišejo, podkrepiti s slikami in tabelami. Pri nas ni toliko poglobljenih novic, ki bi bile tako informativne«* (Filip, 21 let).

Študenti tudi menijo, da v novinarstvu primanjkuje preiskovalnega novinarstva. Kot pokaže tipičen odgovor:

Novinarji bi morali biti bolj izobraženi, bolj kritični in objektivni, ne pa da zgrabijo za vsako »foro« in dajejo pomembnost ministrom, namesto da bi se vprašali, kaj je sploh problem, ali je dogodek sploh pomemben, in bi

raziskali ozadje, kaj bi ta politik moral delat, kaj je obljubljal, ipd. Po drugi strani pa tudi ljudi vse preveč zanimajo rumene vsebine, saj so najbolj brane prav Novice (Klara, 25 let).

Kar nekaj študentov je izpostavilo tudi več vključevanja gostov v politične novice. Eden izmed intervjuvanih študentov celo predlaga pogostejše vključevanje neodvisnih kandidatov v politične debate, kar naj bi po njegovem postalo stalnica v medijih:

/.../ bi moral biti v novice vključen nekdo neodvisni, ki bi o določeni stvari podal svoje mnenje, da bi si bralci ali gledalci lažje ustvarili svoje mnenje. Tako bi moralo biti recimo pri soočenju političnih kandidatov. Čeprav je mogoče problem, ker imajo lahko tudi tisti, ki naj bi bili neodvisni, neke svoje interese v ozadju (Miha, 24 let).

4.2.3.2 Način posredovanja novic

Študenti so v svojih odgovorih povedali, da se jim zdi sama struktura novic kar precej pomembna, saj od novic pričakujejo neko smiselno ureditev in predstavitev novic, tako glede na vsebino v mediju samem kot v sami novici, od katere pričakujejo več razumljivosti. Tipičen odgovor je bil: *»Glede načina mi je všeč, kako so posredovane: da je na začetku napovednik ali bistvo novice, da izveš, kdo, kje, kaj, kdaj in zakaj, potem pa bereš naprej, če te zanima«* (Monika, 24 let).

Kljub temu da študenti želijo pri medijih določeno strukturo, pa jim je pomembno tudi, da imajo sami možnost izbire. Selekcija vsebin, ki jih bodo prebrali ali gledali, je kar visoko na njihovi prioritetni lestvici, kar je tudi razlog, da najpogosteje spremljajo novice na internetu, ki selekcijo v največji meri dopušča. Tipičen odgovor je bil: *»Na internetu mi je všeč, ker dobim novico takoj, in da lahko sama iščem, delam selekcijo, kaj rabim. Ne pa časopis ali dnevnik, kjer moram gledati vse«* (Monika, 24 let).

Pogosto se predvsem moški in mlajši intervjuvanci poslužujejo tudi tehnologije, ki omogoča pošiljanje novic na elektronsko pošto, ali prebiranje izbranih novic prek RSS odjemalnikov: *»/.../ smartphone za Twitter in posledično kup linkov na objave in novice, vse ostale novice v zvezi s fiziko in tehnologijo prejemam prek RSS odjemalnika«* (Filip, 21 let).

Vendar predvsem starejši intervjuvanci v možnosti samoizbire vsebin vidijo tudi nevarnost posledične neobveščenosti. Starejša študentka meni, da z lastno izbiro novic lahko nevede izpustiš novice, ki so pomembne za celovito razumevanje dogajanja: *»Vendar je mogoče slabost, če si sam izbiraš, ker potem imaš vedno iste novice ali vire novic, pa lahko kaj zamudiš, ne dobiš celotne slike«* (Monika, 24 let). Starejši študent vidi nevarnost v spremljanju novic prek elektronske pošte ali RSS odjemalnikov: *»Glede interaktivnosti in tega, da si sam izbereš novice, ki se ti pošiljajo, ali feed – to privede do lenobe, ker na začetku izbereš dva ali tri vire in jih imaš ves čas iste, pa sploh ne razmišljaš, da bi mogoče dodal še kak vir«* (Luka, 25 let).

Nekaj študentov je povedalo, da jim je pomembno, da novice vključujejo bralce prek komentarjev, ocenjevanja novic ipd. Vendar sami študenti, razen enega, ki občasno komentira, ne izrabijo te možnosti po aktivnem vključevanju v medij. Najpomembnejši razlog za nesodelovanje je preveč zapleten način registracije.

/.../ se mi zdi najboljše spremljati novice prek interneta, ker imaš tudi možnost komentarjev, kjer takoj vidiš kakšen je »feedback« bralcev, kakšen je odnos do novice. Mogoče, da bi bil na tem poudarek, da bi bilo več prostora namenjenega feedbacku ali oceni novice, mini anketi ipd., da bi bili ljudje čim bolj vpleteni v samo novico. Čeprav je pri teh komentarjih spet problem, ker jih brišejo, in ne vemo zakaj, mogoče, ker so pro ali anti (vsebini, op. a.)« (Miha, 24 let).

Prevladujoč odgovor med študenti je bil tudi, da si želijo grafično privlačne novice, opremljene z slikovnim materialom in video posnetki. Tipičen odgovor je bil: *»Novice na internetu so prikazane bolj privlačno, fotografij je veliko,*

ogledaš si lahko tudi video posnetke« (Katja, 20 let). Grafična privlačnost je eden izmed pomembnejših faktorjev odločanja za novice, pri večini študentov:

Delo (spletni portal, op. a.) mi ni všeč, ker je vse tako sivo, kot da so vse novice enako ne-pomembne. Dnevnik je nekoliko bolj razgiban, ima grafične poudarke. Pomembno mi je tudi, da je slika zraven, ki je dejansko povezana z novico. Moti me tudi, če so naslovi taki, da pritegnejo, novica pa je nekaj drugega (Klara, 25 let).

Dva študenta pa sta poudarila, da je informacija ključna, ko se odločata, ali bosta prebrala novico ali ne. En študent je sicer povedal, da imajo prednost novice, ki so obenem grafično privlačne in informativne: *»Vedno iščem informacijo, so mi pa novice, ki so bolj razgibane in imajo tudi slike, veliko bolj zanimive, ker so bolj pripravljene« (Luka, 25 let)*, medtem ko drugi študent postavi vsebino na prvo mesto: *»Bolj mi je pomembna vsebina kot pa oblika. Vseeno mi je, kako je novica oblikovana, če me tema zanima, jo bom prebral, če je dobro napisana, jo bom prebral do konca, pa ni pomembno, ali je to članek, kolumna ali pa video vsebina« (Jernej, 24 let).*

V tem zadnjem delu analize odgovorov smo predstavili ugotovitve, kaj si študenti želijo od novic. Glede vsebin novic so odgovori pokazali, da si študenti želijo več političnih vsebin, ki bi vključevale njihove vrstnike. Izpostavili so tudi, da bi morali mediji ustvarjati več pozitivnih novic, saj se jim zdi, da imajo predvsem politične vsebine preveč negativen prizvok. Ambivalentnost se pokaže v želji študentov, da bi bile novice kratke in jedrnate, vendar si po drugi strani želijo več poglobljenih analitičnih prispevkov in preiskovalnega novinarstva. Glede formata novic je analiza odgovorov pokazala, da večina študentov pričakuje od novic, da so grafično privlačne, kar pomeni, da vsebujejo dovolj slikovnega in video materiala, ki podkrepi vsebino novice. Pomembno je tudi, da imajo sami možnost izbiranja vsebin, ki jih bodo brali/gledali/poslušali. Iz tega razloga je prav internet, ki v največji meri omogoča selekcijo in interaktivnost, med študenti najbolj priljubljen medij. Odgovori študentov so pokazali tudi, da je zelo pomembno, da lahko sami sodelujejo v novicah, čeprav, v nasprotju s

pričakovanji, sami skorajda ne sodelujejo v komentarjih ali kakšni drugi obliki sodelovanja. V analizi odgovorov smo torej ugotovili, da si študenti želijo sprememb na ravni vsebine in formata novic.

V naslednjem poglavju diplomskega dela se bomo skušali povezati ugotovitve, do katerih smo prišli s kvalitativno analizo izvedenih intervjujev, z opredelitvami in ugotovitvami, ki smo jih pred pričetkom kvalitativne raziskave izpostavili v teoretičnem delu diplomske naloge.

5 DISKUSIJA

Pričujoče diplomsko delo, katerega osrednji namen je bilo raziskovanje odnosa med študenti in dnevnimi novicami s političnimi vsebinami, opredeljuje odnos študentov do dnevnih novic na dveh ravneh: do vsebine novic – političnih vsebin v medijih, in do dnevnih novic v smislu podajanja informacij – informativnega novinarstva v Sloveniji. S kvalitativno analizo izvedenih intervjujev smo opredelili ta odnos in prišli do ugotovitev, kakšnih novic si študenti želijo spremljati, oziroma, kako povečati interes študentov za družbeno-politično dogajanje v medijih, ne le v smislu povečanja medijske potrošnje, ampak predvsem v večjem angažmaju in kritičnosti pri spremljanju novičarskih medijev. Vse bolj je namreč problematičen pasiven odnos do dnevnih novic, ko ljudje sicer (občasno) gledajo televizijo, berejo časopise, iščejo novice na internetu, vendar imajo do njih pasiven, brezbrizen odnos, jih hitro pozabijo in o njih ne razmišljajo kritično (Moriss in Forgette 2007).

Na podlagi analize odgovorov, pridobljenih v intervjujih s študenti, smo prišli do ugotovitve, da študenti ne kažejo velikega zanimanja za spremljanje političnih vsebin v medijih. Alienacija mladih od političnih novic pravzaprav ni nič novega, kot smo ugotovili že v teoretičnem delu naloge, zato smo se namenili raziskati, kakšni so vzroki in posledice tega stanja za družbo, ter, s kakšnimi strategijami lahko pristojne inštitucije spremenijo trenutno stanje. V izhodiščnem delu intervjujev smo potrdili Buckinghamovo (2000b) prepričanje, da so mladi odtujeni od politike, kakor jo razumemo v konvencionalnem smislu: *delovanje politikov*. Večina intervjuvancev je namreč definirala pojem politike v ožjem smislu in jo ob tem označila kot *nezanimivo*, *dolgočasno* in celo kot *umazano igro* izbranih posameznikov. Na politične novice pa posledično gledajo precej kritično, še posebno glede doseganja norme po objektivnem poročanju. Glede na podane odgovore četrtina vprašanih študentov slovenske informativne medije deli na *leve* in *desne*, oziroma meni, da politični interesi nadzorujejo medije. Po drugi strani se, po odgovorih sodeč, študenti zavedajo pomembnosti poznavanja političnega dogajanja za obstoj demokracije. Kot menijo tudi mnogi strokovnjaki: demokratični

državljeni potrebujejo informacije, da se lahko odgovorno odločajo in politično participirajo v družbi (Bennett 1998; Buckingham 1999; Delli Carpini 2000; Hart 1994; Mindich 2005). Njihovi odgovori torej kažejo, da jih, kljub prepričanju, da je politično dogajanje potrebno poznati, ne zanima politično dogajanje, kot ga posredujejo mediji. Mediji so torej tisti, ki ne znajo političnega dogajanja približati tej populaciji. Kljub temu da študente na nek način močno zanima politično dogajanje, smo v analizi odgovorov ugotovili, da so dejansko malo vključeni v procese politične participacije, saj je le tretjina intervjuvancev odgovorila, da aktivno participira, pa še to le v konvencionalnem smislu udeležbe na volitvah. Kot to razloži Buckingham (2000b, 202): »/.../ se zdi, kot da ima veliko težo tudi zavedanje mladih, da pravzaprav nimajo možnosti oziroma moči, da bi vplivali na politično dogajanje in s tem kaj spremenili«. Negativen odnos mladih do novic je posledica težav, ki jih imajo mladi pri povezovanju političnih dimenzij lastnih vsakodnevnih izkušenj z uradnim diskurzom politike, ki ga širijo množični mediji (Buckingham 2000b, 203). Mediji bi tako po mnenju Buckinghama (2000b) morali prevzeti širšo definicijo političnega. Kot trdi Cullingford (1992), otroci že zelo zgodaj razvijejo širše politične koncepte skozi svoje vsakodnevne izkušnje z institucijami (šola in družina). Gre za koncepte avtoritete, pravičnosti, poštenosti, pravil, zakonov in nadzora, ki se razvijejo že veliko prej, kot so otroci zmožni politične participacije na volitvah. V tem oziru je lahko debata o nošenju šolskih uniformah ravno tako politična zadeva kot dogajanje v parlamentu. Tu Buckingham (2000b) izpostavi razlikovanje med *zasebnim* in *političnim* in poudari, da zasebno lahko razumemo tudi kot politično, kar pa zahteva fundamentalne premike definiciji pojavov in medijskem razvrščanju zadev.

Mediji morajo torej sami poiskati načine, kako narediti politično dogajanje bolj relevantno vsakdanjemu življenju ljudi. Potreben je odmik od ozkih in ekskluzivnih diskurzov, ki trenutno dominirajo politične debate in javno sfero. To je vsekakor tudi neke vrste poziv k večji demokratizaciji novinarstva (Buckingham 2000b, 210).

S pregledom strokovne literature in nekaterih raziskav, smo v teoretičnem delu naloge ugotovili, da mlade bolj kot politične zanimajo zabavne vsebine dnevnih novic. To smo potrdili tudi s poglobljenimi intervjuji med študenti, kjer so predvsem mlajši študenti na prvo mesto postavili zabavne vsebine. Hart meni, da so prav mladi s svojo ljubeznijo do senzacionalizma, na nek način odgovorni za razmah tako imenovanih tabloidnih vsebin v medijih (Hart 1994). Če pa pogledamo medije, ki ponujajo zabavne vsebine, pa ugotovimo, da so ravno ti mediji s svojimi načini posredovanja informacij najbolj uspešni v tem, da vsebine približajo mlajši populaciji. To počnejo tako, da mlade aktivno vključijo v medije in se pri posredovanju vsebin poslužujejo bolj inovativnih načinov, kar so tudi najpogostejši razlogi študentov, zakaj raje kot politične spremljajo zabavne vsebine. Mindich (2005) je z raziskavo potrdil ugotovitev, da mlade moti, da jih mediji izključujejo iz političnih vsebin, tudi tistih, ki se jih tičejo. Po drugi strani pa jim na primer resničnostni šovi namenjajo ogromno pozornosti in jih aktivno vključujejo v vsebine. Predvsem mlajši vprašani študenti v naši raziskavi so izpostavili, da bi več spremljali tudi politične vsebine, če bi se vsebine bolj dotikale tudi njih, oziroma, če bi bili v novice vključeni njihovi vrstniki. Izključenost iz politike in političnih vsebin je tudi po mnenju Buckingham (2000b) pomemben dejavnik, zakaj mladih ne zanimajo politične novice. Kot pravi tudi Kučić: »Politika je zanje le prazen medijski spektakel, namenjen tistim naivnim odraslim, ki še verjamejo, da lahko z udeležbo na volitvah kar koli spremenijo« (Kučić 2007).

Pomembna ugotovitev naše raziskave je, da pri študentih prihaja do razlik v odgovorih po spolu in starosti intervjuvancev. »Kar se tiče vsebin, so dekleta na primer bolj zainteresirana za ekologijo, fantje pa za mašinerijo volitev in strankarsko politiko« (Buckingham 2000b, 206). Do takšnih ugotovitev smo prišli tudi v naši raziskavi. Ženske intervjuvanke so pokazale več interesa za okoljske in kulturne ter zabavne vsebine, medtem ko se moški intervjuvanci bolj zanimajo za politične vsebine, pa tudi gospodarstvo in tehnologijo. Buckingham (2000b, 207) manjše zanimanje za politiko (in šport) pri ženskah razloži kot nek način zavračanja *moških* vrednot in uveljavljanje bolj *ženskih*, kar na primer predstavljajo okoljske teme, kultura ipd. Vendar je ta razlika pri starejših študentih manj očitna, saj je pri obema spoloma večji interes za

politične vsebine. Buckingham je v svoji raziskavi ugotovil tudi, da so na primer otroci srednjega belopoltega razreda bolj zainteresirani in pozitivno naravnani do političnih zadev, otroci delavskega razreda manj informirani (Buckingham 2000b, 206). Buckingham razloži, da imajo otroci srednjega razreda bolj pozitiven odnos do politike, kar se tudi sami v prihodnosti vidijo kot del te politike, kot pomembni odločevalci. V naši raziskave nismo prišli do podobnih ugotovitev, saj v odgovorih intervjuvancev različnih družbenih razredov ni bilo opaznejših razlik. Razlika v informiranosti in kritičnosti do medijskih vsebin se kaže glede na starost. Starejši študenti in študentke so namreč pokazali večje zanimanje za politiko in poznavanje političnega dogajanja, pa tudi večjo mero kritičnosti pri vrednotenju vsebin in formata novic. Tudi Buckingham je ugotovil, da se kritičnost povečuje z odraščanjem, vendar je potrebno upoštevati tudi dejstvo, da so intervjuvanci pogosto kritični v odgovorih, ker menijo, da se to od njih pričakuje (Buckingham 2000b, 212). Glede na smer študija ni razlik v rezultatih, saj so se pokazale le v izbiri vsebin – študente naravoslovja na primer bolj privlačijo tudi znanstvene vsebine novic.

Buckingham (2000b) meni, da so potrebne spremembe ne le v definiciji, kaj sploh šteje za novico, ampak predvsem v načinu posredovanja novic, da bi se povečal interes mlajše populacije za politično dogajanje in dogajanje v družbi. Če pogledamo dnevnoinformativne oddaje na televiziji, lahko ugotovimo, da se v zadnjih desetletjih način posredovanja novic ni veliko spremenil, čeprav so se istočasno dogajali veliki premiki in napredki v tehnologiji. Odnos do informacij pa se je predvsem pri mlajši populaciji precej spremenil pravi Katz (1993). Mladi so precej bolj odprti do novih tehnologij in neizmernih možnosti, ki jih prinaša razvoj. Večina vprašanih v naši raziskavi je to potrdila, saj je prav internet njihov primarni medij, po katerem dostopajo do novic. Gilbert meni, da se mladi bolj identificirajo z novimi postmodernimi formami, kot sta na primer MTV in digitalna tehnologija prav zaradi njihovih značilnosti (Gilbert v Buckingham 2000b, 33). Po odgovorih naše kvalitativne raziskave sodeč, študentom veliko pomeni, da do novic pridejo hitro, da so kratke in jedrnate, interaktivne in grafično privlačne. Mnogi novičarski mediji se v želji po privlačnosti zatečejo v ekstremne spremembe in vpeljujejo

novosti, ki jih črpajo iz zabavne industrije. Vendar občinstvo, še posebej mlajše občinstvo, ne želi zgolj zabave. Buckingham ob tem poudari, da ni zadosti, da le dodamo *sladkorček na zdravilo* in na ta način pridobimo pozornost mlajšega občinstva. Tudi Mindich (2005) je mnenja, da privabljanje občinstva k spremljanju novic ne gre nujno z roko v roki s komercializacijo, trivializacijo in vdorom senzacionalizma v medijske vsebine. Tudi večina vprašanih v naši raziskavi je izpostavila, da jih moti senzacionalizem in napihovanje v medijih. Potrebno je ohranjati kvalitetno novinarstvo, vendar ga narediti bolj privlačnega in dostopnejšega za občinstvo, meni Buckingham: »Gotovo pa se lahko novičarski mediji marsikaj naučijo iz drugih bolj popularnih žanrov, ki so uspešnejši pri vključevanju svojega občinstva« (Buckingham 2000b, 211). Po odgovorih sodeč, si tega želijo tudi intervjuvani študenti, saj, kljub temu da po eni strani predvsem mlajši želijo več zabavnih in kratkih novic, predvsem starejši študenti poudarjajo, da političnim novicam manjka preiskovalnega novinarstva in analiz.

Očitno je, da medijske forme ostajajo nespremenjene že zelo dolgo časa (Katz 1993). S pojavom novih tehnologij in z razmahom interneta se postavlja vprašanje, ali se mediji sploh poslužujejo teh novosti in prednosti, ki jih prinašajo nove tehnologije, in, na kakšen način ter v kolikšni meri to počnejo? Predvsem pri televizijskem mediju se način posredovanja novic ni bistveno spremenil. Dnevna poročila imajo še vedno konvencionalno formo, ki jo tvori voditelj, ki bere novice oziroma napovednike, v ozadju pa se predvaja slikovni in video material. Način posredovanja novic, ki ga opeva konvencionalno novinarstvo, je *poln spoštovanja in ponižnosti*. Potrebno ga je opustiti in zamenjati za pristop, ki spodbuja skepticizem in aktivno participacijo (Buckingham 2000b, 210). S tem se strinjajo tudi intervjuvani študenti, ki zavračajo tiskane medije in televizijo, ker se jim zdijo *nepotrebni, zastareli* in *premalo inovativni*, kljub temu da sami ne izkoriščajo povsem možnosti, da bi se v medije aktivno vključevali (na forumih, v komentarjih). Večina študentov v raziskavi je v svojih odgovorih poudarila, da jim je pomembno, da imajo možnost sami izbirati vsebine, ki jih bodo spremljali (kar jim omogoča internet), vendar obenem želijo, da je struktura novic smiselna in jasna, da lahko hitro pridejo do novic ali delov novic, ki jih zanimajo.

6 SKLEP

Obstajata dve nasprotujoči prepričanji, zakaj mlajša populacija vse manj in manj spremlja dnevno dogajanje oziroma dnevne novice v medijih? V javnosti, pa tudi med nekaterimi teoretiki, je razširjeno mnenje, da so mladi izgubili interes za spremljanje dnevnega dogajanja v družbi, ker so v primerjavi s starejšimi generacijami postali apatični, leni, neodgovorni in nezainteresirani za družbene spremembe. Nasproti temu prepričanju pa nekateri teoretiki poudarjajo, da so za zmanjšanje interesa za dnevne novice krivi mediji sami oziroma ustvarjalci medijskih vsebin. Ljudje izgubljajo interes za spremljanje dnevnih novic, ker novice niso prilagojene obstoječemu načinu dojetanja sveta in vseprisotnosti novih tehnologij, ki močno (so)oblikujejo naš vsakdan. Na podlagi teh raznolikih pogledov smo želeli ugotoviti, kakšen je odnos mlajše populacije do novičarskih medijev.

V empiričnem delu diplomskega dela smo na podlagi proučene literature in predhodnih raziskav skušali odgovoriti na vprašanje, *kakšen je odnos študentov do dnevnih novic*. Proučevali smo, kako razumejo politiko in interpretirajo politično dogajanje, ki ga spremljajo v dnevnih novicah, kakšna je vloga novičarskih medijev v njihovih življenjih, in, kakšno mnenje imajo o novičarskih medijih ter o novinarstvu.

Na postavljeno raziskovalno vprašanje smo skušali odgovoriti s kvalitativno metodo polstrukturiranimi poglobljenimi intervjuji med študenti starimi med 19 in 25 let. Za raziskovanje smo izbrali študentsko populacijo, saj je ravno pri tej starostni skupini opaziti največji upad v spremljanju dnevnega dogajanja (Mindich 2005). V intervjujih smo želeli ugotoviti, kakšen je odnos do vsebine (političnih tem) in do samih novic (informativnega novinarstva). V teoretičnem delu diplomskega dela smo izpostavili trditev, da so mladi odtujeni od novic, ker so odtujeni od politike same. V intervjujih smo tako skušali dobiti odgovore na vprašanja, kako študenti razumejo pojem politike, in, kako vrednotijo dnevne novice v medijih.

Z našo raziskavo smo ugotovili, da študenti menijo, da je poznavanje političnega dogajanja zelo pomembno za aktivno udeležbo v demokratični družbi. Politiko razumejo v ožjem smislu delovanja politikov, do katere imajo, predvsem mlajši študenti, precej ciničen odnos. Starejši študentje sicer več spremljajo politične zadeve v medijih, čeprav tako mlajši kot starejši študenti niso pokazali poznavanja političnih vsebin v medijih. Vendar se je predvsem pri starejših študentih pokazalo, da jih zanima dogajanje v družbi oziroma politika, toda v širšem smislu – politika lokalnega in politika, ki jo lahko povežejo z vsakdanjim življenjem, kot ugotavlja tudi Buckingham. Tudi v naši raziskavi smo ugotovili, da študenti sicer redno spremljajo dnevne novice, vendar vsebine, ki jih spremljajo, niso politične (vsaj ne v ožjem smislu). Bolj jih zanimajo zabavne vsebine, moške intervjuvance tudi športne in tehnološke, ženske pa kulturne, izobraževalne in okoljske vsebine. Med študenti prevladujeta le dva oziroma trije viri novic, čeprav večina študentov meni, da za celovito obveščenost potrebujejo več raznolikih virov novic. V raziskavi smo ugotovili tudi, da študenti želijo več pozitivnih novic in novic, ki vključujejo mlajšo populacijo. Glede političnih novic, študenti po eni strani želijo kratke, razumljive in jedrnate novice, po drugi pa si želijo več poglobljenih političnih novic in preiskovalnih člankov. Mediji bi morali poiskati način, kako narediti novice bolj razumljive, obenem pa jim omogočiti tudi, da bodo vsebino novic zmogli povezati s svojimi vsakdanjimi izkušnjami. Študenti so poudarili, da, kljub temu da želijo več zabavnih novic, tega ne želijo v političnih novicah, saj se jim zdi, da je v političnih novicah preveč napihovanja in senzacionalizma. Glede načina, kako so novice posredovane, študenti pričakujejo smiselno ureditev medija in posameznih novic, pomembno jim je tudi, da lahko sami izbirajo novice, ki jih bodo gledali ali brali. Prav tako je študentom pomembno, da so novice interaktivne in grafično privlačne. Vse to v določeni meri že združuje internet, zato je tudi najbolj pogost medij, po katerem študenti spremljajo novice. V medijih naj bi prišlo do nekakšne demokratizacije, vendar to ne pomeni, da mediji prevzamejo pokroviteljsko vlogo in skušajo mlade privabiti z bolj trivialnimi vsebinami. Strinjamo se z Buckinghamom, da morajo novičarski mediji poiskati načine (tudi s pomočjo novih medijev), kako mlade bolj aktivno vključiti v medije, obenem pa zadostiti svojima primarnima funkcijama *informirati* in *izobraževati*.

7 LITERATURA

- Beck, Ulrich. 2001. *Družba tveganja. Na poti v neko drugo moderno*. Ljubljana: Krtina.
- Bennet, Stephen E. 1998. Young Americans' indifference to media coverage of public affairs. *Political Science and Politics* 31 (3): 535-541.
- Brezovšek, Marjan. 1995. Politična participacija. *Teorija in praksa* 32 (3-4): 199-211.
- Buckingham, David. 1999. Young people, politics and news media: Beyond political socialization. *Oxford Review of Education* 25 (1-2): 171-184.
- 2000a. *After the death of childhood: Growing up in the age of electronic media*. Cambridge: Malden.
- 2000b. *The making of citizens; Young people, news and politics*. London: Routledge.
- Burr, Vivien. 1995. *An introduction to Social Constructionism*. London: Routledge.
- Cullingford, Cedric. 1992. *Children and society: Children's attitudes to politics and power*. London: Sage.
- Dalrymple, E. Kajsja in Dietram A. Scheufele. 2007. Finally Informing the Electorate? How the Internet Got People Thinking about Presidential Politics in 2004. *The Harvard International Journal of Press/Politics* 12 (3): 96-111.
- Della Porta, Donatella. 2003. *Temelji politične znanosti*. Ljubljana: Založba Sophia.
- Delli Carpini, Michael X. in Scott Keeter. 1996. *What Americans know about politics and why it matters*. New Haven: Yale University Press.
- Delli Carpini, Michael X. 2000. Gen.com: Youth, civic engagement, and the new information environment. *Political Communication* 17: 341-349.
- Drame, Ines. 1992. Odnosno strukturirana medijska realnost kot posebna realnost. *Teorija in praksa* 29 (9-10): 849-859.
- Erjavec, Karmen. 2000. Medijska pismenost kot pogoj uspešne politične socializacije. *Teorija in praksa* 37 (4): 672-685.
- 2009. Vzgoja za medije in koncept medijske pismenosti v informacijski družbi. *Sodobna pedagogika* 60 (2): 20-36.

- Erjavec, Karmen in Zala Volčič. 2000. »Who wants to be a media literate?« Defining the notion of media literacy and applying it to the public. V *Media education. Vzgoja za medije. Medijski odgoj. Medijsko obrazovanje. Medijska edukacija*, ur. Karmen Erjavec in Liana Kalčina, 47-66. Ljubljana: Informacijsko dokumentacijski center Sveta Evrope pri Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani in Open Society Institut Ljubljana.
- Fiske, John. 1989. *Reading popular*. London: Unwin Hyman.
- Gamson, William A. 1992. *Talking politics*. New York: Cambridge University Press.
- Gans, Herbert J. 2003. *Democracy and the news*. New York: Oxford University press.
- Graber, Doris A. 2001. *Processing politics: Learning from the television in the Internet age*. Chicago: University of Chicago Press.
- Gripsrud, Jostein. 1999. *Television and common knowledge*. London in New York: Routledge.
- Habermas, Jürgen. 1989. *Strukturne spremembe javnosti*. Ljubljana: ŠKUC: Znanstveni inštitut Filozofske fakultete.
- Hart, Roderick. 1994. *Seducing America: How television charms the modern voter*. New York: Oxford University Press.
- Hartley, John. 1982. *Understanding News*. London: Methuen & Co. Ltd.
- Horrock, Peter. 2006. *The future of news?* Dostopno prek: http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2006/11/the_future_of_news.html (10. avgust 2010).
- Jakubowicz, Karol. 2000. *We Know It When We See It? Public Service Broadcasting: Definitions, Descriptions and Policy Dilemmas*. Dostopno prek: <http://www.lboro.ac.uk/research/changing.media/K.J.-Paper.html> (25. marec 2010).
- Katz, Jon. 1993. The media's war on kids. *Rolling Stone*, 47-49 (25. november).
- Kogovšek, Tina. 1998. *Kvaliteta podatkov v kvalitativnem raziskovanju*, magistrsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Kučič, Lenart J. 2007. Mladi in nesrečni – nič čudnega, da mladina noče sodelovati v političnih procesih. *Portal e-demokracija*, 25. november 2007, Dostopno prek: <http://www.e-demokracija.si/2007/11/25/mladi-in-nesrečni-nič-čudnega-da-mladina-noče-sodelovati-v-politicnih-procesih> (2. april 2010).

- Lister, Martin, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant in Kieran Kelly. 2008. *New media: A critical introduction*. London: Taylor & Francis Ltd.
- Makarovič, Matej. 2002. Politična participacija v desetletju demokratizacije. V *Demokracija v Sloveniji, prvo desetletje*, ur. Niko Toš in Ivan Bernik, 29-45. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- McNair, Brian. 1995/1999. *An introduction to Political Communication*. London: Routledge.
- McQuail, Dennis. 2005. *McQuail's mass communication theory*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Milburn, Michael A. in McGrail, Anne B. 1992. The dramatic presentation of news and its effects on cognitive complexity. *Political Psychology* 13 (4): 613-632.
- Mindich, David T. Z. 2005. *Tuned out. Why Americans under 40 don't follow the news*. New York: Oxford University Press.
- Morris, Jonathan S. in Forgette, Richard. 2007. *News grazers, television news, political knowledge and engagement*. Predavanje na Southern political science association meeting, New Orleans.
- Pew research center for the people & the press. 1990. *The age of indifference: A study of young Americans and how they view the news*. Dostopno prek: <http://people-press.org/report/19900628/the-age-of-indifference> (30. marec 2010).
- Pew research center for the people & the press. 2008. *Internet Overtakes Newspapers As News Outlet*. Dostopno prek: <http://people-press.org/report/479/internet-overtakes-newspapers-as-news-source> (2. april 2010).
- Prpič, Marko. 2009. Študentje in mediji. V *Spremljanje in vrednotenje medijev: anketa med študenti, etničnimi manjšinami in politiki v Sloveniji*, ur. Branka Petkovič, 19-77. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Poster, Mark. 2001. *What's the matter with internet?* University of Minnesota Press.
- Putnam, Robert D. 1995. Tuning in, tuning out: the strange disappearance of social capital in America. *Political science and politics* 28 (4): 664-683.
- Schramm, Wilbur. 1963. Raziskovanje sporočanja v Združenih državah Amerike. V *Komunikološka hrestomatija 2*: 1-11. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Statistični urad Republike Slovenije. 2008. *Udeležba na volitvah v državni zbor, 2002 in 2008*. Dostopno prek: http://www.stat.si/tema_splosno_volitve.asp (15. marec 2010).

- Ule, Mirjana in Mihelj, Vlado. 1995. *Pri(e)hodnost mladine*. Ljubljana: DZS
- Ule, Mirjana, Vlado Mihelj, Tanja Rener, Metka Mencin Čeplak, Slavko Kurdija in Blanka Tivadar, ur. 1996. *Predah za študentsko mladino*. Ljubljana : Zavod Republike Slovenije za šolstvo, Urad Republike Slovenije za mladino.
- Ule, Mirjana. 2000. Mladina: Fenomen dvajsetega stoletja. V *Mladina 2000: Slovenska mladina na prehodu v tretje tisočletje*, ur. Vlado Mihelj, 9-37. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport, Urad Republike Slovenije za mladino.
- 2007. Mladi in družbene spremembe. *IB Revija. Urad za makroanalize Republike Slovenije* 41 (2): 62-69.
- Verba Sydney in Nie, Norman H. 1971. *Participation in America: political democracy and social equality*. New York, London: Harper & Row Publishers.
- Williams, Bruce A. in Delli Carpini, Michael X. 2000. Unchained Reaction: The Collapse of Media Gatekeeping and the Clinton-Lewinsky Scandal. *Journalism. Theory, Prac-tice and Criticism* 1 (1): 61-85.
- Zupančič, Maja. 2004. Opredelitev razvojnega obdobja in razvojne naloge v mladostništvu. V *Razvojna psihologija*, ur. Ljubica Marjanovič Umek in Maja Zupančič, 511-524. Ljubljana: Znanstvenoraziskovalni inštitut Filozofske fakultete.