

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Katja Urankar

Medgeneracijska medijska pismenost

Magistrsko delo

Ljubljana, 2015

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Katja Urankar

Mentor: doc. dr. Marko Milosavljević

Medgeneracijska medijska pismenost

Magistrsko delo

Ljubljana, 2015

»Perseverance, secret of all triumphs.«

Victor Hugo



IZJAVA O AVTORSTVU

magistrskega dela

Podpisani/-a KATJA URANKAR, z vpisno številko 21090898, sem avtor/-ica magistrskega dela z naslovom: MEDGENERACIJSKA MEDIJSKA PISMENOST.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo magistrsko delo izključno rezultat mojega lastnega raziskovalnega dela;
- sem poskrbel/-a, da so dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric, ki jih uporabljam v predloženem delu, navedena oz. citirana v skladu s fakultetnimi navodili;
- sem poskrbel/-a, da so vsa dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric navedena v seznamu virov, ki je sestavni element predloženega dela in je zapisan v skladu s fakultetnimi navodili;
- sem pridobil/-a vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti prenesena v predloženo delo in sem to tudi jasno zapisal/-a v predloženem delu;
- se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del, bodisi v obliki citata bodisi v obliki skoraj dobesednega parafraziranja bodisi v grafični obliki, s katerim so tuje misli oz. ideje predstavljene kot moje lastne – kaznivo po zakonu (Zakon o avtorski in sorodnih pravicah (UL RS, št. 16/07-UPB3, 68/08, 85/10 Skl.US: U-I-191/09-7, Up-916/09-16)), prekršek pa podleže tudi ukrepom Fakultete za družbene vede v skladu z njenimi pravili;
- se zavedam posledic, ki jih dokazano plagiatstvo lahko predstavlja za predloženo delo in za moj status na Fakulteti za družbene vede;
- je elektronska oblika identična s tiskano obliko magistrskega dela ter soglašam z objavo magistrskega dela v zbirki »Dela FDV«.

V Ljubljani, dne 15. 9. 2015

Podpis avtorja/-ice:

Medgeneracijska medijska pismenost

POVZETEK

Sodobne, tehnološko razvite in digitalizirane države, prežete z enormno količino informacij, so že davno spoznale, da za svoje delovanje potrebujejo medijsko pismene državljane. Take, ki so zmožni digitalnega komuniciranja, uporabljati sodobno tehnologijo in digitalna orodja ter hitro in učinkovito poiskati, obdelati, uporabiti informacije ter jih kritično ovrednotiti. Neenaka porazdelitev novih medijev, razkorak med tistimi, ki so aktivni v »žičnatem« svetu in tistimi, ki to niso, je pojav, imenovan digitalni razkorak. Nanj vplivajo predvsem individualne dispozicije, družbene lokacije, ekonomski, politični, kulturni vidiki ter starost, razred, spol, etničnost ter geografska pripadnost. Starost je eden bistvenih zaviralcev pri razvijanju medijske pismenosti. Navadno loči populacijo pri dostopu in odzivanju na medije. Specifičen način medijske uporabe in kulture znotraj medijskega okolja določenega časa v formativnih letih vsakega posameznika, pomembno oblikuje njegove vsakodnevne medijske prakse. Raziskava v magistrskem delu je pokazala, da se medijska pismenost razlikuje med generacijami. Digitalni razkorak se kaže predvsem v izkušnjah pri rabi tehnologije. Mladi jo uporabljajo najpogosteje in na najrazličnejše načine. Srednje generacije tehnologijo sprejemajo, če/ko to od njih zahteva (delovni) vsakdanjik, a v nasprotju z mladimi so še vedno precej tradicionalni v medijski rabi. Najstarejši sicer pozdravljajo tehnologijo, a je najpogosteje ne uporabljajo, zaradi zdravstvenih ovir ali pomanjkanja interesa. Klasični mediji ostajajo njihov bistveni vir informacij. Zavedanje digitalne sedanjosti in informacijske zasičenosti se počasi krepi, a bo treba vložiti še veliko naporov, da bomo vedeli, kako zelo pomembna je medijska pismenost in kaj vse bo še potrebno storiti, da bomo postali kompetentni v tem oziru.

Ključne besede: digitalni razkorak, digitalna tehnologija, vzgoja za medije, medijska generacija, medijska pismenost;

Intergenerational media literacy

ABSTRACT

Modern world, imbued with the enormous amount of information, is well aware of the fact that media literate citizens are needed. They need to be able to communicate digitally, make use of modern technology and digital tools, quickly and efficiently process and use information and critically evaluate them. The gap between those who are active in the digital world and between those that are not is a phenomenon known as the digital divide. It mainly depends on individual disposition, social position, economic, political and cultural aspect as well as age, class, gender, ethnicity and geographic origin. Age is one of the key barriers for the development of media literacy. Media practices and use of technology are heavily dependent on the media generation that an individual belongs to. The research conducted has shown that media literacy varies across generations. Young people use it most frequently and in a variety of ways. Middle generation uses technology on a daily basis, but only as much as it is required from them. Their media use is rather traditional. The elderly generation considers technology as something positive, but most often does not make use of it (because of health problems or lack of interest). For them, traditional media remains a substantial source of information. Awareness of the digital era and the information saturation is slowly being strengthened. It will take a lot of efforts to reach the awareness that media literacy is an important aspect in everyday life.

Key words: digital divide, digital technology, media education, media generation, media literacy;

KAZALO

1	UVOD.....	8
2	KONCEPT MEDIJSKE PISMENOSTI.....	13
	2.1 RAZLIČNE DEFINICIJE IN TEORETSKI KONCEPTI MEDIJSKE PISMENOSTI.	13
	2.2 TEORETSKO OGRODJE MEDIJSKE PISMENOSTI - POTTERJEV KOGNITIVNI MODEL MEDIJSKE PISMENOSTI	19
3	VZGOJA ZA MEDIJE	23
	3.1 VZGOJA ZA MEDIJE V KONTEKSTU FORMALNEGA IZOBRAŽEVANJA.....	25
4	DIGITALNI RAZKORAK.....	29
	4.1 ZNOTRAJGENERACIJSKI RAZKORAK	29
	4.2 MEDGENERACIJSKI RAZKORAK	31
5	KONCEPT MEDIJSKE GENERACIJE	33
6	MEDIJSKA PISMENOST IN STAROST	38
	6.1 MEDIJSKA PISMENOST IN MLADI	38
	6.2 MEDIJSKA PISMENOST IN STAREJŠI	47
7	REŠITVE ZA DOSEGO VIŠJE RAVNI MEDIJSKE PISMENOSTI.....	55
8	METODOLOGIJA	62
	8.1 VPRAŠALNIK ZA VREDNOTENJE KOMPETENC DIGITALNE PISMENOSTI...	63
	8.2 POGLOBLJENI INTERVJUJI.....	64
9	REZULTATI	66
	9.1 REZULTATI SAMOEVALVACIJSKEGA VPRAŠALNIKA	66
	9.2 POGLOBLJENI INTERVJUJI.....	67
10	DISKUSIJA.....	82
11	ZAKLJUČEK	87
12	LITERATURA	88
PRILOGE		
	PRILOGA A: VPRAŠALNIK ZA VREDNOTENJE KOMPETENCE DIGITALNA PISMENOST	99

PRILOGA B: NAVODILA ZA INTERPRETACIJO REZULTATOV VPRAŠALNIKA ZA VREDNOTENJE KOMPETENCE DIGITALNA PISMENOST	102
PRILOGA C: VREDNOSTI VPRAŠALNIKA ZA VREDNOTENJE KOMPETENCE DIGITALNA PISMENOST	104
PRILOGA Č: OKVIRNA VPRAŠANJA POGLOBLJENIH INTERVJUJEV	106
PRILOGA D: TRANSKRIPTI AUDIO POSNETKOV POGLOBLJENIH INTERVJUJEV	107

1 UVOD

Posameznik, ki je sposoben digitalno komunicirati, uporabljati sodobne tehnologije in digitalna orodja, predvsem pa hitro in učinkovito poiskati, obdelati ter uporabiti informacijo je medijsko pismen državljan (projekt Raba interneta v Sloveniji 2008). Otroci razvijajo kompetence medijske pismenosti spontano, brez posebnih spodbud (Buchingham 2005, 6), zaradi splošnega kognitivnega, čustvenega in družbenega razvoja, splošne izkušnje sveta in specifične izkušnje z mediji. Skupaj z mladostniki imajo več izkušenj s sodobno tehnologijo ter lažje dostopajo do medijskih vsebin, so torej bolj funkcionalno pismeni kot odrasli, zlasti starejši, a jim primanjkuje kritične pismenosti za interpretacijo, kritičnost in sposobnost umestitve informacije (Facer in drugi v Buchingham 2005, 10). Ker imajo manj praktičnih izkušenj iz realnega sveta, s katerim primerjajo medijske reprezentacije, je zanje težje zaznavati nepravilnosti (Buchingham 2005).

Nove digitalne tehnologije proizvajajo nov način misli in inteligence, predvsem za tiste, ki so bili rojeni znotraj nje. Mladi, opremljeni z novimi mediji razmišljajo in procesirajo informacije fundamentalno drugače kot njihovi predniki (Prensky 2001). Za sodoben način razmišljanja in udejstvovanja je značilna večopravnost, nove, takoimenovane »mrežne generacije« pa so kreativne, interaktivne, kolaborativne in vključujejo induktivno mišljenje. Neenako porazdelitev novih medijev oziroma razkorak med tistimi, ki so aktivni v družbi omrežij, in tistimi, ki so v tem odnosu pasivni ter družba vpliva nanje, imenujemo digitalni razkorak (Dolničar 2008).

Raba interneta se sicer povečuje po svetu, a digitalni razkorak ostaja eden glavnih izzivov v digitalni dobi. Leta 2011 je internet uporabljalo 70,2 % prebivalstva razvitega sveta, medtem ko je imelo dostop le 24,4 % nerazvitih držav. Poleg tega obstaja še notranja družbena slojevitost tako v razvitem kot nerazvitem delu sveta, ki povečuje digitalni razkol in posledično digitalno pismenost. V ZDA na primer imajo Afroameričani in hispanci nižjo stopnjo dostopa do interneta v primerjavi z ostalo populacijo. Takšne delitve so v splošnem posledica ekonomskih razlik, ki omejujejo dostop do tehnologije, infrastrukture, storitev in izobraževanja (Napoli in Obar 2013).

Ekonomske razlike in digitalni razkol so pritegnile politike tako pri nas kot po svetu, ki so prepoznale precejšnje družbene in ekonomske koristi dostopa do interneta ter digitalne pismenosti, tako na individualni kot nacionalni ravni. Raba visoko hitrostnega interneta je bila

spoznana za bistven mehanizem, s katerim lahko države povečujejo ekonomski razvoj, posamezniki pa lahko izboljšajo ekonomske možnosti, politično učinkovitost, raven izobrazbe ter družbeno mreženje (Napoli in Obar 2013). Politični posegi se odražajo na lokalnih, državnih, nacionalnih in internacionalnih ravneh ter presegajo pobude, kot so vladne subvencije za razvoj in ohranjanje infrastrukture, programe, ki izboljšujejo kakovost računalniške infrastrukture v šolah, knjižnice in središča v skupnostih ter programe za razvoj digitalne pismenosti. Kljub temu razkol še vedno obstaja.

Pojavlja se tako imenovani »tehnološki preskok« ali angleško »technology leapfrogging« (Napoli in Obar 2013), ko populacija usvoji novo tehnologijo, brez da bi kdaj prej uporabljala prejšnjo, denimo tradicionalne osebne računalnike. V mnogih nerazvitih deželah do interneta dostopajo prek drugih naprav, zlasti pametnih telefonov, ki so tudi zaradi svoje bistveno nižje cene, dostopnejše širšemu prebivalstvu. Tako se precej zmanjšujejo razlike in razkol med tistimi, ki imajo dostop, in tistimi, ki tega nimajo ter reducirajo ekonomske vrzeli med razvitimi in razvijajočimi se deželami. Takšen dostop omogoča prej izključenim dobre možnosti, da postanejo bolj integrirani v družbeno, ekonomsko in politično življenje (Napoli in Obar 2013).

Eden izmed projektov, ki se ukvarja s tem, je z nekaj drugimi partnerji osnoval tudi ustanovitelj Facebooka, Mark Zuckerberg. Pri njegovi Internet.org so ugotovili, da do spleta dostopa le malo več kot tretjina svetovnega prebivalstva, ta pa se povečuje le slabih 9 % letno. Raba mobilnih telefonov je sicer velika, a nimajo vsi pametnih mobilnih telefonov, ki bi omogočali dostop. Zato se v organizaciji trudijo povezati mobilne operaterje, vlade, znanost in nevladne partnerje, s katerim bi omogočili spletno povezavo čim večji populaciji (Rusli in Clark 2013).

Pri nas se družbeno-ekonomske razlike odražajo predvsem v odnosu med urbani in ruralnimi deli Slovenije. Podatki (MIZS 2015) kažejo, da je razvitost širokopasovne infrastrukture v mestnih in primestnih naseljih malo pod povprečjem EU, medtem ko je naše podeželje med najslabše razvitimi v EU. Agencija za komunikacijska omrežja in storitve (AKOS) je ugotovila, da je imelo v začetku leta 2014 pri nas fiksni širokopasovni dostop do interneta 27,2 % prebivalcev oziroma 70,6 % gospodinjstev, to pa je pod povprečjem EU. V zadnjem času se položaj le počasi izboljšuje, saj se zaradi splošne gospodarske krize manj investira v posodabljanje potrebne infrastrukture. Situacija je še slabša, saj je slovensko prebivalstvo izrazito razpršeno, država je redko poseljena na velikem ozemeljskem območju,

kar povečuje stroške gradnje ter zmanjšuje gospodarski interes zasebnih investitorjev – operaterjev elektronskih komunikacij pri oblikovanju vzdržnih poslovnih modelov. 28 % gospodinjstev se nahaja v suburbanih področjih (16 % ozemlja), skupaj z ruralnimi pa to znaša kar 97 % celotnega ozemlja. Približno 236.000 gospodinjstev nima širokopasovnega dostopa do interneta, hkrati pa obstajajo zelo velike razlike v pokritosti z različnimi tehnologijami. Stanje z razpoložljivostjo širokopasovne infrastrukture na podeželju je torej nesprejemljivo (MIZS 2015).

Po podatkih SURSa (2013) je pri nas kar šestina vsega prebivalstva starega 65 ali več let. Upokojenci so druga najštevilnejša skupina prebivalstva (takoj za zaposlenimi) - med prebivalci, starimi 15 ali več let, je upokojenec vsak četrti moški in vsaka tretja ženska. Njihova izobrazba je zelo različna glede na to, iz katere regije prihajajo (v Pomurju največ z le osnovnošolsko izobrazbo). Le vsak deseti upokojenec pri nas ima najmanj višješolsko izobrazbo. Razlike med regijami se zaradi velike vključenosti mladega prebivalstva v terciarno izobraževanje sicer počasi zmanjšujejo, še vedno pa se diplomanti zaradi primernih delovnih mest nadpovprečno zaposlujejo v osrednjeslovenski regiji. Razlika v izobrazbeni strukturi prebivalstva se odraža tudi med mestnimi in nemestnimi območji: med prebivalci nemestnih območij ima nižjo stopnjo izobrazbe ali le končano osnovno šolo (ali niti te ne) vsak tretji, med prebivalci mestnih območij pa le vsak četrti (SURS 2013).

Pri nas je torej problematično zlasti podeželje, kjer živijo predvsem starejše generacije, večinoma z nižjo izobrazbo. Tam je zaradi okoljske specifikacije in pomanjkanja gospodarskega interesa slabši dostop do interneta, kar vpliva na razvoj in komunikacijske veščine ljudi, ki živijo na teh območjih. Zavedati se je potrebno, da »širokopasovni dostop prinaša pozitivne družbeno-ekonomske učinke za državo in državljane. Dostopna širokopasovna infrastruktura na celotnem ozemlju države omogoča enakomeren razvoj, zmanjšuje digitalno ločnico in povečuje vključenost vsakega posameznika v sodobne družbene tokove. Z vidika usmerjanja razvoja je internet strateški instrument za povečanje produktivnosti, za oblikovanje inovativnih poslovnih modelov, izdelkov in storitev, za bolj učinkovito komunikacijo in za večjo splošno učinkovitost družbe« (MIZS 2015).

Starost je, poleg družbeno-ekonomskega statusa in v manjši meri spola, bistven zaviralec pri razvijanju medijske pismenosti (Buchingham v Ofcom 2005): navadno loči populacijo pri dostopu in odzivanju na medije ter poteka v dveh smereh – starejši imajo slabši

dostop do novih medijev, vendar imajo bolj razvito kritično razumevanje v primerjavi z mladimi.

Posamezna generacija v najpomembnejših razvojnih letih raste skupaj s specifičnim načinom medijske uporabe in kulture, glede na obstoječe medijsko okolje, zato oblikuje specifične medijske prakse. Vsaka generacija »udomači« digitalna okolja glede na različne in tipične navade medijske potrošnje (Pew Internet Research Project 2009), ki skupaj z medijskimi izkušnjami in vsakdanjimi praksami pripomorejo pri samem definiranju generacije (Aroldi 2011). Koncept medijske generacije pomeni kolektivno producirane, deljene in procesirane odzive na dostopno in vseprisotno tehnologijo, ki je del generacijske identitete. Gre za osredotočanje na potencialno vlogo medijev in tehnologije pri (samo)konstrukciji generacije (Buchingham v Vittadini in drugi 2013).

Pregled raziskav na področju raziskovanja medijske pismenosti kaže (Ofcom 2004), da je več raziskav narejenih na področju raziskovanja medijske pismenosti otrok kot o medijski pismenosti odraslih. Najnovejše študije se osredotočajo na merjenje stanja in identificiranje specifičnih skupin prebivalstva glede na njihove sposobnosti in spretnosti ter na drugi strani potrebe in želje (npr. Prevodnik in Vehovar 2011; Ramovš 2012; Švab 2013). Kljub številnim raziskavam doma in v tujini, obstaja na področju medgeneracijske pismenosti raziskovalna vrzel. Zato bom skušala v magistrskem delu ugotoviti, kako se medijska pismenost razlikuje med generacijami. S poglobljenimi intervjuji, ki bodo vključevali samoevalvacijski vprašalnik o digitalnih kompetencah, bom skušala ugotoviti razlike v medijski pismenosti med generacijami. Iz obstoječe literature je razvidno, da imajo različne generacije različno medijsko potrošnjo, poleg tega pa je prav starost eden izmed tistih ključnih dejavnikov, ki vpliva na različno medijsko pismenost. Mladi so bolj tehnološko pismeni, a manj kritični (Facer in drugi 2003), srednje generacije že bolj medijsko pismene, torej imajo več digitalnih kompetenc in bolj kritično vrednotijo informacije, najstarejši pa precej zaostajajo pri usvajanju novih tehnologij, vendar so zaradi življenjskih izkušenj precej bolj kritični (Ramovš 2012). V Sloveniji je raba IKT sicer na dokaj visoki ravni v primerjavi z ostalim svetom, a izjema so starejši (Ramovš 2012). Tako je pri nas prisotna dobro motivirana mlajša in bolj izobražena populacija, medtem ko je veliko motivacij in spodbud potrebno usmeriti v skupine starejših in nižje izobraženih (Prevodnik in Vehovar 2011).

V magistrskem delu bom s pomočjo literature in virov najprej razložila osnovne teoretske koncepte: medijsko pismenost, kdo je medijsko pismen državljan in kaj v tem

kontekstu pomeni politična socializacija ter predstavila Potterjev teoretski kognitivni model medijske pismenosti. Razložila bom pojem medijske vzgoje in njenega razvoja znotraj formalnega izobraževanja. Nadalje bom razložila digitalni razkorak, kaj to je in kako se kaže v sodobnem svetu ter ga opredelila tako znotrajgeneracijsko kot tudi medgeneracijsko. Sledil ji bo koncept medijske generacije, temu pa ključno poglavje o medijski pismenosti v povezavi s starostjo. V prvem delu poglavja se bom ukvarjala z medijsko pismenostjo mladih, v drugem delu pa starejših. Ti starostni skupini bom primerjala in skušala ugotoviti, kaj botruje njihovim težavam na področju medijske pismenosti. Za konec bom navedla še nekaj možnih rešitev v boju, da bi ljudje bili bolj medijsko pismeni, da bi se zavedali, kako pomembno je biti informiran in aktiven na tem področju.

Običajno raziskave proučujejo posamezno starostno kategorijo, sama pa bom v praktičnem delu magistrske naloge primerjala medijsko pismenost pripadnikov različnih generacij. Uporabila bom delitev generacij po J. Novak (2014), ki deli šest različnih generacij, glede na to, kdaj so bili njeni pripadniki rojeni in v kakšnem medijskem okolju so živeli. Glede na to kategorizacijo bom izbrala pripadnike posamezne medijske generacije, ki bodo najprej izpolnili samoevalvacijski vprašalnik za vrednotenje kompetenc digitalne pismenosti, preverjenega v študiji V. Mlinar (2013). Poleg starosti na medijsko potrošnjo med drugim vplivata tudi družbeno-ekonomski status in spol (Lee 2005), zato bodo intervjuvanci v raziskavi izbrani tudi na podlagi teh dveh spremenljivk.

2 KONCEPT MEDIJSKE PISMENOSTI

Zaradi razvoja novih medijev in tehnologij, različnih načinov izražanja in komuniciranja v vsakdanjem življenju, pismenost danes razumemo kot zmožnost posredovanja pomenov skozi sistem simbolov z namenom delovanja v družbi (Hobbs 2010, 16) oziroma kot sposobnost pridobivanja, razumevanja in ustvarjanja komunikacij v različnih kontekstih (Ofcom 2004).

Živimo v multimedijem okolju, ki vključuje na tisku, avdiovizualnosti, mobilni telefoniji in računalniku temelječe medije. Za medijsko pismenost so pomembni vsi mediji, »ki ponujajo interpretacijo kompleksnih, medijsko posredovanih simboličnih besedil, objavljenih v komunikacijskih mrežah.« (Erjavec 2009, 24–25). Vsak medij je »tehnološko, kulturno in zgodovinsko« specifičen, glede na čas in prostor, v katerem se pojavi, prav tako pa je specifična njegova raba (prav tam).

Razširjena pismenost ne sme biti omejena le na uporabnika, ampak mora biti videna kot medijsko pogojeno, (so)ustvarjalno interaktivno delovanje med uporabnikom in tehnologijo. Ključno je, da je v ospredju odnos med tekstualnostjo, kompetenco in močjo ter da razumemo pismenost kot sredstvo demokratizacije, opolnomočenja mladostnikov in drugih ljudi (Erjavec 2009, 33).

2.1 RAZLIČNE DEFINICIJE IN TEORETSKI KONCEPTI MEDIJSKE PISMENOSTI

Že zelo hiter pregled literature na področju medijske pismenosti kaže, da obstaja multidisciplinarna mešanica strokovnjakov za pismenost, kulturo, medije, pedagogiko, računalništvo in novo tehnologijo, ki jih zanima vprašanje sodobne pismenosti (Erjavec 2009). Poimenovanja novih vrst pismenosti kot na primer računalniška, kibernetika, internetna, spletna, digitalna pismenost, nedvomno niso primerna, ker parcialno, omejeno in izključujoče obravnavajo sodobno pismenost, ki bi za potrebe informacijske družbe morala vključevati različne medije (Livingstone v Erjavec 2009). Zagotovo zaradi ozkosti opredelitve tudi ni primerna zgolj uporaba izraza »informacijska pismenost«, ki je splošno razumljena le kot razvoj in pridobivanje spretnosti, ki podpirajo učinkovito učenje v vzgojno-izobraževalnih institucijah (Bundy 2004).

V zgodovini proučevanja pismenosti so se različni strokovnjaki osredotočali na določene vidike le-te in tako so se izoblikovale informacijska, medijska, vizualna, novičarska, digitalna pismenost in vzgoja za medije. Njihove meje se prekrivajo, a so medsebojno zelo povezane; npr. medijska pismenost je zelo povezana s kritično analizo novic, digitalna je povezana s sposobnostjo uporabe računalnikov, socialnih medijev in interneta itd. (Horton 2007, 15).

Pri digitalni in medijski pismenosti gre za konstelacijo življenjskih sposobnosti, ki so nujno potrebne za celostno participacijo v sodobni, medijsko zasičeni in z informacijami bogati kulturi (Hobbs 2010, 7): to zlasti pomeni sprejemati odgovorne odločitve in dostopati do informacij na podlagi razumevanja, analizirati različne oblike sporočil z identificiranjem avtorjev, namenov in vidikov ter oceniti kakovost in verodostojnost vsebine; ustvarjati različne oblike vsebine z uporabo jezika, slik, zvoka in novih digitalnih orodij in tehnologij; individualno ali družbeno deljenje znanja ter reševanje težav znotraj družine, dela in družbe.

V mednarodni literaturi obstajajo različne definicije o tem, kdo in kakšen je medijsko pismen državljan. Projekt Raba interneta v Sloveniji (2008) jih je združil v splošno in raziskovalno uporabno definicijo: gre za posameznika, ki je sposoben digitalno komunicirati, uporabljati sodobne tehnologije in digitalna orodja, predvsem pa hitro in učinkovito poiskati, obdelati ter uporabiti informacijo (v Prevodnik in Vehovar 2011, 8). Poudarja se aktivna in samostojna vloga posameznika za nadaljnje izobraževanje in razvoj, s čimer sodeluje v sodobnih societalnih procesih življenja, dela, učenja in se izogne družbeni izključenosti. Za dosego ustreznega nivoja e-kompetentnosti posameznika v družbi je pomembno razumevanje dejavnikov znotraj različnih segmentov populacije, ki imajo specifične lastnosti, ovire in motivatorje, ki so lahko v odnosu s siceršnjo pismenostjo in socialno vključenostjo (Prevodnik in Vehovar 2011, 8).

Za medijsko pismenost in razvoj kritičnega ter odgovornega državljana je ključno široko (družbeno, kulturno in politično) znanje o družbi, da posamezniki lahko razumejo delovanje medijev ter strukture moči v informacijski družbi (Erjavec 2009, 29). Gledano s stališča raziskovanja občinstva gre dandanes za konceptualni prehod od osredotočanja na gledalca na interakcijo med besedilom in bralcem (prav tam).

Medijsko pismen človek prepozna osebne, korporativne in politične namene in je opolnomočen do te mere, da jasno izraža svoje mnenje o tem (Hobbs 2010, 17). Mora znati razumeti, kako ljudje uporabljajo medije v zasebnem in javnem življenju; prepoznati kompleksne odnose med občinstvi in medijsko vsebino; vedeti, da je medijska vsebina

ustvarjena znotraj družbenih in kulturnih kontekstov; razumeti komercialno naravo medijev in uporabljati medije za komunikacijo s specifičnim občinstvom (The National Communication Association 1998 v Hobbs 2010, 19). Zmožen je najti informacijo, ki jo išče na spletu, kljub ogromnemu številu informacij in relativno neorganiziranim sistemom virov, pri tem pa je zmožen primerjati in ocenjevati informacije ter razvrščati pomembne od nepomembnih (Livingstone in drugi 2005). Občinstvo namreč pridobiva informacije iz najrazličnejših virov. Ker lahko vsakdo daje vsebino na splet, je verodostojnost spletnih novic lahko vprašljiva (Gunter 2003; Katz 1998). Ker je splet interaktiven, lahko njegov uporabnik sledi le novicam, ki ga zanimajo (Tewksbury 2003). Zaradi vsega tega je zelo pomembno, da javnost zna kritično ovrednotiti novičarske vire (Livingstone 2005).

Ljudje, ki so pozorni na kakovost medijskih sporočil, morajo biti tudi samozavedni ter posedovati splošno razumevanje človeških zaznavnih in kognitivnih procesov. Znotraj tega obstajajo naše naravne tendence, da ocenjujemo kot kredibilne tiste vire, ki potrjujejo naša že obstoječa prepričanja in vedenje. Zavedanje tega omogoča ljudem, da so bolj odprti in dovzetni za raznolike vire in poglede (Hobbs 2010).

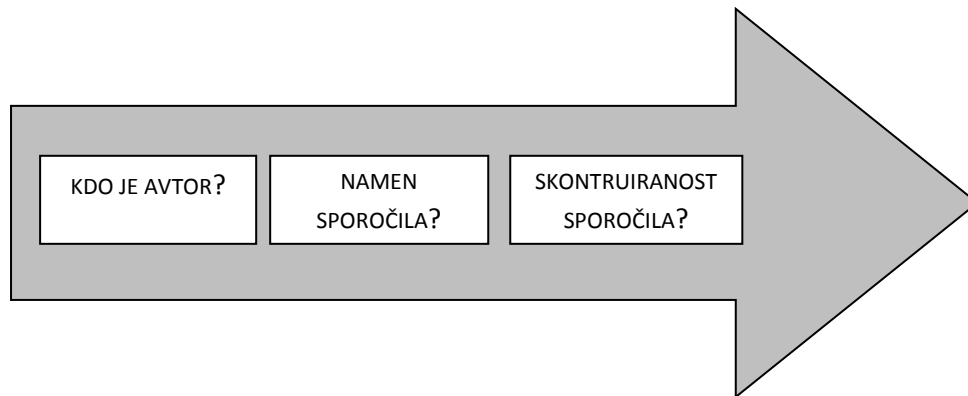
Občinstvo izgubi interes, če ne razume novic. Ker večina novic ne zagotovi konteksta, preteklosti ter vzrokov, jih ljudje ne razumejo in izgubijo zanimanje (Graber 1988; Hargreaves in Thomas 2002). Raziskave tudi kažejo, da ljudje bolj spremljajo novice, ki vključujejo ljudi, ki so jim podobni oziroma ki vključujejo skupne ali univerzalne vrednote, s katerimi se lahko povežejo (Philo in Berry 2004). Kljub diverzifikaciji medijskega okolja televizija ostaja glavni vir novic, ki jim občinstvo zaupa (Livingstone 2005).

Spletne novice se uporabljajo kot dodatek televizijskim novicam, namesto kot njihova zamenjava, čeprav bi se to znalo spremeniti z vedno večjo uporabo interneta. Občinstvo mora biti toliko pismeno, da zna primerjati in soočati različne vire (Althaus in Tewksbury 2000). Ljudje dojemajo za bolj kredibilnega tisti medij, s katerim so bolj seznanjeni (Gunter 2003).

Malo posameznikov preverja informacije, ki jih najde na spletu – tako mladi kot odrasli nekritično zaupajo informacijam, ki jih najdejo, ne glede na vir. Digitalni mediji omogočajo pomanjkanje kredibilnosti in avtorstva tako kot še nikoli do zdaj (Metzger 2009). S tako veliko viri informacij je ocena kredibilnosti težka, celo za odrasle. Internet namreč zamegljuje linijo med ljubiteljstvom in strokovnostjo, med zabavo in oglaševanjem, med informacijo in prepričevanjem. Soočamo se s »kontekstualnim primanjkljajem«, kjer informacije o avtorstvu pogosto niso na voljo, so prikrite ali celo izpuščene (Hobbs 2010, 32).

Za dosego kredibilnosti informacije so pomembna tri vprašanja (Hobbs 2010, 33): Kdo je avtor? Kaj je namen sporočila? Kako je bilo sporočilo skonstruirano? Ta preprosta, a učinkovita vprašanja omogočajo relativno dobro oceno kredibilnosti.

Slika 2.1.: Tri osnovna vprašanja za dosego kredibilnosti informacije



Vir: Hobbs (2010, 33).

Zgodovina kaže, da nove tehnologije v splošnem dopolnjujejo starejše, čeprav se zaradi prvotne popularnosti zdi, da jih bodo zamenjale. Rezultat tega je zelo kompleksno medijsko okolje (Bolter in Grusin 1999; Flichy 2002). Odkar so medijske inovacije dosegle množični trg, mora občinstvo ves čas pridobivati veščine in jih posodabljati (Rogers 1995).

Mediji se hitro in temeljito vključujejo v vsakdanje življenje, kar predstavlja velik izziv za strokovnjake na tem področju (Abercrombie in Longhurst 1998). Zaradi nastanka novih zamegljenih, hibridnih in multimedijskih oblik, medijska pismenost ostaja vitalnega pomena pri zavedanju retorične zasnove, semiotike različnih oblik reprezentacij in kritičnega ovrednotenja resničnosti in avtoritet (Kress 2003).

Z vedno večjim pomenom medijev, informacij in komunikacij v družbi bi lahko rekli, da medijska pismenost služi trem bistvenim namenom: demokraciji, participaciji in aktivnemu državljanstvu; znanju, kompetencam in izbiri; vseživljenjskem učenju, kulturnem izražanju in osebnem izpopolnjevanju (Livingstone in drugi 2004, 3). Medijska pismenost podpira aktivno javnost, bodisi državljana bodisi potrošnika, upravlja pričakovanja in varuje pred tveganji, ki jih povzroča medijsko nasičen svet. Z drugimi besedami zaradi prepričljive uporabe komunikacijskih tehnologij ljudje bolj razumejo svet okoli njih in zato bolje delujejo v njem (prav tam).

»V digitalni dobi je medijska pismenost ključnega pomena za doseganje polnega, aktivnega državljanstva. Tradicionalna pismenost, torej sposobnost branja in pisanja, v današnjem času ne zadostuje več. Ljudje se morajo bolje zavedati možnosti, kako se lahko učinkovito izražajo in si razlagajo sporočila drugih, zlasti pri uporabi spletnih dnevnikov, iskalnikov ali oglaševanja. Vsi, stari in mladi, se moramo spopasti z novim digitalnim svetom, v katerem živimo. Stalno informiranje in izobraževanje sta za to pomembnejša kot predpisi.« (Reding v Erjavec 2009, 22).

Občinstvu primanjkuje kompleksnih veščin, da bi se lahko dovolj pronicljivo oziroma kritično spopadlo z bolj prefinjenimi medijskimi sporočili. Ovire oziroma zaviralci so tako lahko tudi spreminjajoče se oblike medijske reprezentacije (zlasti hibridni žanri), kjer je ločnica med resničnostjo in dramo zamegljena. Ovira je prav tako demografska – torej različna glede na interese, znanje in izkušnje občinstva (Livingstone 2004).

Medijsko pismen državljan pozna komunikacijske družbene procese, njihove ideološke vplive in družbene posledice, kakovostno izbira med informacijami ter se odziva na težave v družbi. Za vse to mora imeti široko medijsko in družbeno znanje ter komunikacijske veščine, hkrati pa se zaveda, kako pomembne so kakovostne informacije o javnih zadevah za odgovorno participacijo v družbi (Erjavec 2000, 682). Ključno pri tej tako imenovani politični socializaciji je torej naučiti državljana izbirati, predelati in se odzivati na kakovostne informacije, pomembno pa jih je tudi znati oblikovati in posredovati medijem. Zato so cilji politične participacije in vzgoje za medije tako povezani: vzgojiti torej kritičnega državljana, ki ustvarjalno sodeluje v medijski komunikaciji in drugih družbenih procesih. Je »kritičen, selektiven in avtonomen član medijskega občinstva.« (Erjavec 2000, 683).

Politična socializacija je »sleherno politično učenje, tudi nenačrtno in brez prisile« ter »vseživljenjski, kontinuirani in neomejeni proces« (Erjavec 2000, 675), ki je lahko neposredna in posredna. Pri prvi gre za to, da človek ves tisti del sveta, ki ga ni izkusil »na lastne oči«, spoznava sekundarno, prek medijev. Že malodane od rojstva naprej smo izpostavljeni različnim medijskim vplivom, ki kreirajo naš pogled na svet in njegovo vrednotenje. Posredna socializacija je prikrita in se je navadno človek ne zaveda. Gre za določeno delovanje medijev, proces imenovan prednostno tematiziranje, pri katerem medijski ustvarjalci selekcionirajo teme in novice na ta način, da določajo kdaj in kako bodo novice objavljene, če sploh. Tako določeni družbeni problemi, ne glede na to, kako pomembni so, postanejo »problem« za družbo ali pa sploh ne. Lahko rečemo, da se ljudje začnejo zavedati

problema, ko (oziroma če) to določijo (želijo oziroma jim je to v interesu) medijski producenti (navadno uredniki ipd.), ki delujejo pod vplivom medijskih lastnikov. Na ta način mediji ustvarjajo družbeno realnost (Erjavec 2000).

Zaradi komercializacije medijev je njihovo poročanje vedno bolj podobno zabavljaštvu (Erjavec 2000) – tako imenovane novice namesto, da bi poročale o pomembnih družbenih socialnih, političnih, ekonomskih in kulturnih zadevah, spektakularno poročajo o škandalih, znanih osebnostih ipd. Politika denimo je predstavljena kot spektakel in ne kot temeljna družbena dejavnost, ki se tiče vseh ljudi (Hachten 1998). Ob tem se ločnica med novinarskimi prispevki in politično-ekonomskimi sporočili vedno bolj tanjša – pogosto povprečen član občinstva težko določi, kaj je eno in kaj drugo. Tako je medijski kapital oziroma so njegovi lastniki tisti, ki oblikujejo medije in njihova sporočila po svoji meri, torej z namenom maksimizacije dobička s produkcijo za čim večje občinstvo z najnižjimi stroški. S tem se medijski uporabniki delijo na tiste, ki so medijsko pismeni in na tiste, ki to niso. Prvi znajo dostopati do raznolikih vsebin, jih razumejo, kritično analizirajo in ovrednotijo ter na tej podlagi vedo, kako delovati v sodobni družbi. Drugi tega ne znajo in v tem se kaže neenakost v znanju in ne nazadnje družbeni moči (Erjavec 2000). Pravilno izbirati informacije tudi ni popolnoma preprosto, saj je človek danes izpostavljen oceanu informacij, ki si med seboj nasprotujejo, a jih je možno preveriti in se nato odločiti.

Današnja celostna participacija v družbi zahteva ne samo sprejemanje medijskih sporočil, temveč tudi njihovo ustvarjanje in deljenje naprej (Hobbs 2010, 7). Ljudje morajo pridobiti multimedijske komunikacijske sposobnosti, ki vključujejo sposobnost posredovanja sporočil prek jezika, podob, grafičnih zasnov in zvoka ter znati uporabiti te veščine za aktivno udejanjanje v družbi. Veščine in kompetence se morajo razviti skozi izobraževalni sistem in informalno izobraževanje kasneje. Vključevanje digitalne in medijske pismenosti v izobraževanje pomeni most prek digitalnih ločnic in kulturnih enklav ter zagotavljanje bolj enakih možnosti v digitalnih okoljih. Bistveno je spoznanje, da se morajo ljudje opolnomočiti in se znati zaščititi pred informacijsko zasičenim svetom. Digitalna in medijska pismenost nam pomagata, da z idejami in informacijami sprejemamo odločitve in participiramo v kulturnem življenju (prav tam). Pomagata, da zmoremo upravljati in ovrednotiti »poplavo« informacij. Ključnega pomena za svobodo in raznolikost je torej razviti kompetence, kot so branje/gledanje novic, pisanje urednikom, pogovarjanje z družino, sodelavci in prijatelji o aktualnih zadevah, komentirati v spletnih družbenih omrežjih, izražati svoje mnenje na lokalnih radiih, izpolnjevati mnenjske ankete, iskati specifične informacije, ocenjevati

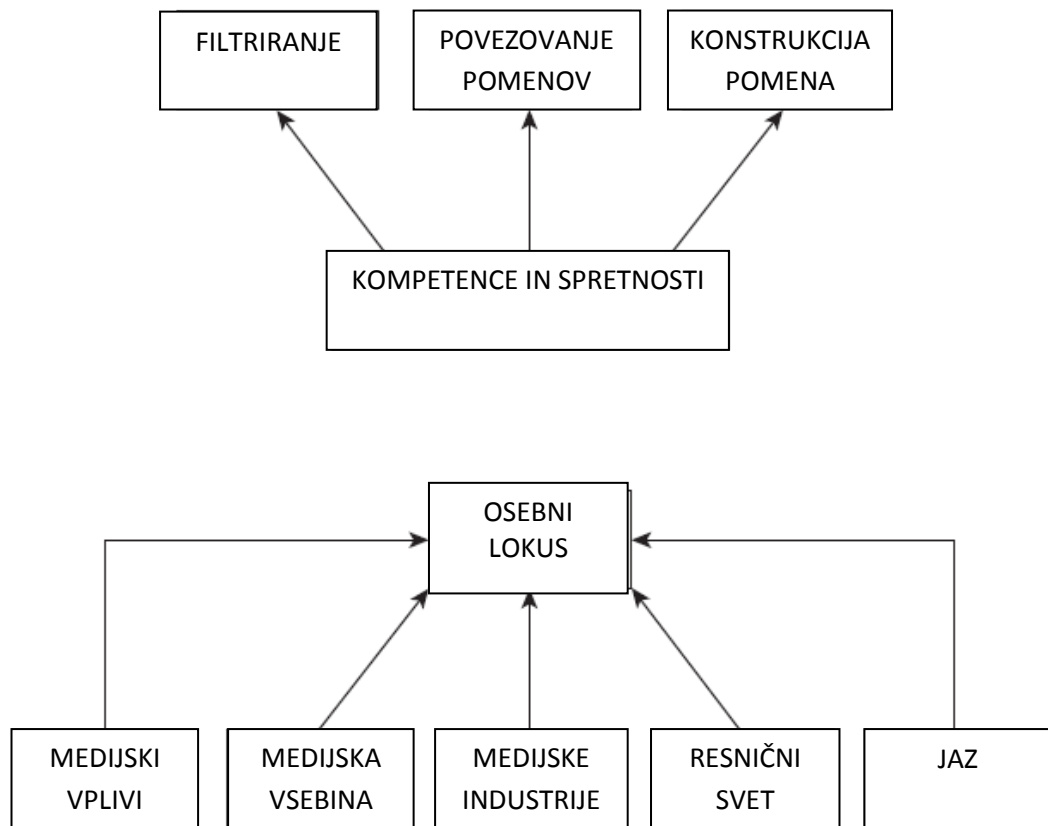
kakovost najdenih informacij, deliti ideje in odločati, biti aktiven v lokalni skupnosti (Hobbs 2010).

Vseprisotne informacije in preprost dostop do njih zahteva novo znanje in spretnosti z namenom sprejemati modre in odgovorne odločitve (Hobbs 2010). Če želijo ljudje doseči osebne, profesionalne ali družbene koristi razvijajočega se digitalnega sveta, te niso samo opcijske ali želene, temveč esencialni elementi digitalnega državljanstva. Ljudje morajo biti vključeni v javno življenje skupnosti, da lahko sprejemajo relevantne in kredibilne informacije na podlagi katerih sprejemajo odločitve (prav tam).

2.2 TEORETSKO OGRODJE MEDIJSKE PISMENOSTI - POTTERJEV KOGNITIVNI MODEL MEDIJSKE PISMENOSTI

Eden izmed teoretskih modelov medijske pismenosti je postavil tudi Potter (2004). Izbrala sem ga, ker na enostaven način razloži, kako poteka obdelava informacij, njihovo povezovanje z že obstoječim znanjem ter kakšen vpliv na to ima medijska pismenost. Sestoji iz štirih pomembnih dejavnikov – struktur znanja, osebnega lokusa, posameznikovih kompetenc in spretnosti ter funkcij za obdelavo podatkov, ki medsebojno interaktivno delujejo. V nadaljevanju ga na kratko predstavljam.

Slika 2.2: Potterjev kognitivni model medijske pismenosti



Vir: Potter (2004, 33).

Temeljni dejavnik so **strukture znanja**, pri katerih gre za organizirane informacije v posameznikovem spominu, ki ne nastanejo spontano, temveč so zgrajene posebej natančno. Gre za medijske vplive, vsebino, industrije, realni svet in posameznike same. Pomagajo nam prepoznati vzorce, ki jih nato uporabljamo kot zemljevide, ki nam povedo, kje dobiti informacije oziroma kje priklicati informacije, ki so že del naših struktur znanja. Bistvena sestavina struktur znanja je torej informacija. Več kot imamo izkušenj realnega sveta, lažje ocenimo in analiziramo medijsko sporočilo. Potter za primer navaja, da nekdanji športnik denimo bolje razume napore tekmovalcev na televizijskem ekranu, ker je to že doživel. Strukture znanja zagotavljajo kontekst, ko skušamo najti pomen novih medijskih sporočil. Več kot je teh struktur, bolj samozavestni smo pri razumevanju obsežnejših sporočil.

Naslednji dejavnik je **osebni lokus**, ki ureja naloge za obdelavo informacij. Sestoji iz ciljev in želje po informaciji. Cilji oblikujejo informacijsko-procesne naloge na ta način, da določajo, katera informacija bo šla skozi filter in katera bo ignorirana. Bolj ko se zavedamo ciljev, bolj

lahko usmerjamo procese za iskanje informacij. In večja, ko bo želja po neki informaciji, več naporov bomo vložili v njeno iskanje, da bomo dosegli cilj. Če je osebni lokus šibek, kar pomeni, da se ne zavedamo ciljev in nimamo namena vložiti veliko napora v iskanje informacij, to pomeni, da imajo mediji velik nadzor nad tem, katere informacije bomo dobili in jih procesirali. Več kot vemo o svojem lokusu in bolj bodo naše odločitve zavestne, več nadzora imamo. Več pozornosti, kot namenimo lokusu, več nadzora imamo nad pridobivanjem in uporabo informacij. In bolj ko vključujemo lokus, bolj se nam bo povečevala medijska pismenost. Slednja je proces, kar pomeni, da bolj medijsko pismena oseba uporablja lokus večkrat in bolj aktivno. Lokus deluje zavedno in nezavedno.

Ko osebni lokus zagotovi načrt in napor, so potrebna orodja za izvajanje tega načrta, torej **set kompetenc in spretnosti posameznika**. **Kompetence** so orodja, ki so pridobljene, da pomagajo ljudem vzajemno delovati z mediji ter dostopati do informacij iz sporočila. Naučene so zgodaj v življenju, kasneje pa uporabljene avtomatično. So relativno dihotomne: ali torej nekaj znamo ali ne. Kompetence same po sebi ne pomenijo, da je nekdo medijsko pismen, vendar njihovo pomanjkanje lahko privede do tega, da ne more pridobiti informacij. Denimo, če ne znamo abecede, ne moremo brati. To močno omejuje gradnjo struktur znanja. **Spretnosti** na drugi strani so orodja, ki jih razvijemo skozi prakso – niso dihotomne in bolj ko vadimo, bolj smo spretni. Bolj ko je osebni lokus usmerjen vanje, večja je možnost, da se spretnosti bolj razvijejo. Analiza, evalvacija, razvrščanje, indukcija, sklepanje, sinteza in abstrakcija so najbolj relevantne spretnosti medijske pismenosti. Redko so uporabljene avtomatično; nasprotno, zahtevajo zavestno prizadevanje, tudi pri bolj sposobnih ljudeh. Medijska pismenost je bolj povezana z izboljševanjem spretnosti kot doseženimi kompetencami. Spretnosti so orodja s katerimi konstruiramo strukture znanja. Razvoj spretnosti je bistven pri razlikovanju med osebami z nizko ali visoko stopnjo medijske pismenosti. Osebe z malo spretnostmi ne bodo znale uporabiti informacije; morda jo bodo celo ignorirale ali sprejele nepravilno. V najslabšem primeru se bodo ljudje z malo spretnostmi izogibali informacijam in postali pasivni. Aktivni ponudniki informacij (oglaševalci in ponudnikih zabavnih vsebin denimo) bodo tako postali konstruktorji posameznikovih struktur znanja ter prevzeli nadzor nad tem, kako ljudje dojemajo svet.

Nazadnje je treba navesti še **funkcije za obdelavo podatkov**: gre za filtriranje, usklajenost pomenov in konstrukcije pomenov. Te naloge so razvrščene v zaporedju obdelave informacij: najprej se odločimo ali sploh procesirati informacijo ali ne. Ko sprejmemo to odločitev, moramo določiti pomen sporočila, torej prepoznati simbole in jih povezati z našimi naučenimi

definicijami teh. Nato tvorimo pomen sporočila. Usklajevanje pomenov zahteva osnovne kompetence prepoznavanja elementov sporočila in dostop do našega spomina, da bi našli pomen, ki smo se ga naučili povezovati s tem elementom. To poteka relativno avtomatično. Ljudje z večjo stopnjo medijske pismenosti se ne ustavijo na tej stopnji, temveč gredo naprej h konstrukciji pomena. V primeru, da tega ne storijo, lahko tvegajo negativne učinke, ki lahko vplivajo tudi na to, kako razumejo resničnost, resnico in sami sebe.

Medijska sporočila so večplastna. Bolj ko se ljudje tega zavedamo, bolj lahko nadziramo izbor pomena, ki ga želimo. Nenehno izpostavljanje medijskim sporočilom vpliva na to, kako razumemo svet in sebe, kakšna so naša prepričanja.

Nekateri imajo boljše funkcije za obdelavo podatkov kot drugi, zlasti tisti, ki so bolj medijsko pismeni. Vsaka od teh funkcij je odvisna od skupne spretnosti. Bolj razvite so te spretnosti, višja je raven medijske pismenosti. Vsaka funkcija se opira na strukture znanja, ki so bolj razvite pri medijsko bolj pismenih posameznikih. Medijska pismenost tako zahteva, da posameznik porabi več časa in napora za zavestno obdelavo, medijsko pismen človek pa je sposoben videti veliko več v posameznem medijskem sporočilu.

3 VZGOJA ZA MEDIJE

V času tradicionalnih medijev je bilo malo producentov in distributerjev, poleg njih pa filtri in odbiratelji medijskih vsebin. Takratna vzgoja za medije je učila o slednjih in njihovem načinu ter posledicah delovanja. Danes je lahko vsakdo producent in član občinstva, zato se mora spremeniti tudi vzgoja za medije in kritična pismenost. Za sodobno, hitro spreminjajočo produkcijo je vzgoja za medije še posebej pomembna, saj preverja avtoriteto, pristranskost in kakovost posredovanega znanja (Erjavec 2009, 27). Potencial vzgoje za medije ni le v razširitvi pismenosti, temveč tudi v preoblikovanju narave poučevanja v globalnem medijskem okolju; ponuja tako nov način poučevanja kot tudi učenja (Erjavec 2005, 4).

Tehnične spretnosti niso dovolj za sodobnega medijsko pismenega posameznika, mladi naj namreč ne bi bili izurjeni le v tehnološki uporabi medijev, pač pa naj bi znali ocenjevati (ne) kakovosti medijskih podob in idej (Erjavec 2009). Vzgoja za medije mora zato poleg spretnosti posredovati tudi znanje za razumevanje delovanja medijev v družbi ter »oblikovati širše programe, ki bodo vključevali odnos med pismenostjo in kritiko in še posebno spreminjajoče se kriterije kvalitete, avtoritete in standarda« (Erjavec 2009, 28).

Razvoj medijske vzgoje je kljub vsemu še vedno v začetni fazi, a se položaj izboljšuje (Erjavec 2000). Počasi se že vključuje v šolske učne sisteme, bodisi kot samostojni predmet bodisi kot del drugih predmetov. Ključna problema še vedno ostajata pomanjkanje strokovne literature ter pomanjkanje strokovnega kadra, izobraževanje učiteljev, ki medijsko vzgojo pogosto dojemajo kot vzgojo z mediji namesto vzgojo za medije. Zadeve se lotevajo tehnološko, menijo, da je dovolj, če znajo operirati s tehnologijo, uporabljajo računalnike in druge avdiovizualne pripomočke. Sodoben vzgojno-izobraževalni sistem mora zato premostiti vrzel med življenjem učencev in tem kako oziroma kaj se učiti, institucije pa se morajo s predmetniki in praksami truditi, da gredo v korak s hitrimi zunajšolskimi spremembami ter otroke naučiti kritične uporabe znanja in spretnosti tako z uporabo obstoječega znanja v novih situacijah kot z analizo informacij in razumevanjem novih idej, prek komuniciranja, sodelovanja in odločanja (Erjavec 2005, 4).

Zagovorniki šolskih sistemov menijo, da je nujno potrebno, da vzgoja za medije dobi mesto v šolskem sistemu, saj je šola bistvena institucija za razvoj in pridobivanje znanja za otroke. Pobudniki vzgoje za medije pa si želijo več, želijo si jo vključiti na vse ravni izobraževanja.

Na Fakulteti za družbene vede v Ljubljani je vzgoja za medije vključena v predmetnik, pri tem pa upošteva specifičnost nacionalnega vzgojno-izobraževalnega sistema in na splošno družbenega reda, s pripadajočo medijsko sfero. Medijska pismenost je namreč odvisna od zgodovinskega in kulturnega konteksta, razvoja medijskega prostora, medijskih in drugih politik ter epistemoloških pogledov (Fastrez 2009).

Vzgoja za medije ponuja ogrodje in pedagogiko nove pismenosti za življenje, delo in državljanstvo v 21. stoletju (Erjavec 2005, 1). Tlakuje pot obvladanja spretnosti, potrebnih za vseživljenjsko učenje v nenehno spreminjajočem se svetu. Zato je njen temeljni cilj »vzgojiti avtonomnega, kompetentnega, družbeno odgovornega in aktivnega pripadnika družbe, ki ve, kako izbrati kakovostne informacije ter »zna odgovorno komunicirati prek medijev ter drugih družbenih oblik komunikacije« (Erjavec 2005, 1).

Cilj vzgoje za medije ni preprečiti ljudem, da bi spremljali medije, temveč spremeniti način sprejemanja medijskih sporočil. Pasivne gledalce in potrošnike spremeniti v aktivne in kritične medijske uporabnike in državljane (Erjavec in Volčič 1999).

Vzgoja za medije tudi ne vsiljuje kulturnih vrednot, pač pa se trudi vzgojiti dobro informirane državljane, ki lahko na podlagi dostopnih informacij ustvarjajo lastne podobe (Erjavec 2005, 4). Za kakovostne prakse vzgoje za medije so potrebne tri ključne sestavine (prav tam): kot prvo vzgoja za medije ni le vsebina, pač pa proces, s ciljem kritične analize, poglobljenega razmišljanja in spretnosti kot podlage za intelektualno raziskovanje. Nadalje vzgoja za medije razširja koncept besedila na vsako besedilo kot sporočanje obliko, ki vsebuje besedno, slušno ali vizualno sporočilo (ali vse tri). Pravilno razumevanje takšnega besedila sestoji iz njegove analize (dekonstrukcije) in učenja zapisovanja svojega mnenja in idej z različnimi medijskimi sredstvi (konstrukcije). Končno je vzgoja za medije raziskovalno naravnana, kar pomeni, da uči postavljanja pomembnih vprašanj o pridobljenih informacijah, v smislu, zakaj je nekaj tako in kako lahko to ugotovimo (Erjavec 2005, 4–5).

V vzgoji za medije je prisotna pedagogika (Erjavec 2005, 7), ki je nasprotna avtoritativnemu poučevanju oziroma enosmerni komunikaciji od pedagoga do slušateljev. V demokratičnem duhu priznava in odobrava pluralnost mnenj in individualnost posameznikov. Le na ta način otroci razvijejo spretnosti, potrebne za kritično razmišljanje in aktivno državljanstvo v javni sferi. Otroci tako izhajajo iz svojih izkušenj in so spodbujeni, da »identificirajo in dešifrirajo kode popularne kulture ter vzpostavijo odnos do množične kulture« (Erjavec 2005, 7), kar

vodi v vzgojo za demokracijo in družbene spremembe. S tem je možno doseči idealni predmetnik in prav takšno pedagogiko: subjekt in objekt raziskave.

Za primeren razvoj vzgoje za medije na vseh ravneh vzgoje in izobraževanja je potrebna kvalifikacija vzgojiteljev, učiteljev in šolske uprave, ki morajo najprej sami biti medijsko pismene osebe ter biti sposobni spodbujati otroke pri učenju o medijih in k aktivni vlogi v medijski in družbeni komunikaciji. Potrebna je tudi tehnična opremljenost, delo v vzgojno-izobraževalnih institucijah pa se mora povezovati z agenti iz okolice – lokalnimi mediji, medijskimi centri, knjižnicami ipd. (Erjavec 2005, 9).

Razvoj bo potekal po korakih, zanj pa ni dovolj le podpora najvišjih vzgojno-izobraževalnih institucij, pač pa tudi političnih kot npr. finančne, medijske, izobraževalne, socialne, delovne, družinske, mladinske in še kakšne druge politike (Erjavec 2005, 9). Množična uporaba medijev gre z roko v roki z medijsko pismenostjo, za dvig njene ravni pa je vzgoja za medije izrednega pomena (prav tam).

3.1 VZGOJA ZA MEDIJE V KONTEKSTU FORMALNEGA IZOBRAŽEVANJA

Šole so v splošnem bistvene institucije pri zagotavljanju dostopa do novih medijev. Najpomembnejša pri tem je kakovost dostopa, ki je odvisna od družbenega in pedagoškega konteksta. Šole se razlikujejo ne samo po opremi, temveč tudi kakovosti in količini dostopa do medijev, ki je vključen v kurikulum (Holloway in Valentine 2003). V preteklosti je večina izobraževalnih sistemov naredilo malo za pospeševanje vzgoje za medije, razkorak med poučevanjem in realnostjo pa je bil zaskrbljujoč (Košir 1996).

Izobraževalne institucije lahko omogočajo učencem in dijakom dostop, analizo/evalvacijo ter kreativne kompetence pri predmetih kot so matematika, jezik, umetnost, družbene vede, znanost in zdravstvena vzgoja. Pomaga jim torej pri iskanju informacij, pripravi PowerPointov, ustvarjanju videovsebin ipd. (Hobbs 2010).

Vzgojitelji in učitelji ter njihovi slušatelji so ključni vir pri pridobivanju digitalne in medijske pismenosti in ne tehnologija. Razvijanje medijske pismenosti v izobraževanju aktivira neodvisno razmišljanje, avtentične dialoge, sodelovanje, reflektivnost, kreativnost in družbeno odgovornost glede na prakse odzivnosti, produkcije in posredovanja sporočil

(NAMLE 2007). Zato slednji ne smejo samo učiti S tehnologijami, orodji in igrami, temveč učiti O medijih in tehnologijah, z aktivno rabo ter spodbujanjem kritičnega mišljenja pri potrošniškem odločanju, produciranju in deljenju sporočil. »Namesto, da splet razumemo kot nevtralni vir informacij, se morajo učenci vprašati o virih informacij, interesih producentov in tem, kako reprezentirajo svet« (Buckingham 2007, 113).

Kljub temu, da mladi uporabljajo digitalne medije, ni nujno, da so tudi digitalno pismeni, čeprav sebe pogosto ocenjujejo kot take (Vaidhyathan 2008). Tako za mlade kot odrasle namreč ni dovolj, da znajo poiskati informacijo na spletu ali ustvariti svoj profil na družbenem omrežju. Bistveno je kritično razmišljanje. In kljub temu, da nekatere šole zagotovijo tehnološko opremljenost, ni nujno, da bo ta primerno in učinkovito uporabljena, saj je šolsko osebje bodisi ne zna uporabljati bodisi nima časa, da bi se ukvarjali z novo tehnologijo. Zgolj nakup opreme še ne vodi k izboljšanju pismenosti. Kot kažejo podatki U. S. Department of Education (v Hobbs 2010, 26) večina učencev uporablja računalnike za pisanje dokumentov, urjenje osnovnih veščin ali priprav PowerPoint predstavitev. Mnogi menijo, da bo nakup in dostop do digitalne tehnologije samodejno povečevalo učenje otrok in mladih, čeprav temu ni tako.

V Sloveniji so bile vladne smernice usmerjene tako, da so do leta 2012, ko je bilo Unescovo desetletje pismenosti, posebno pozornost namenili dvigu ravni pismenosti na nacionalni ravni. Prednostna naloga izobraževanja odraslih v Sloveniji je bil sprejem Nacionalne strategije za razvoj pismenosti (NSRP 2006) in Akcijskega načrta za uresničevanje nacionalne strategije za obdobje od leta 2007 do 2013, ki naj bi jo vodil Nacionalni svet pismenosti. To je bilo neodvisno telo, sestavljeno iz strokovnjakov, ki so se ukvarjali s to problematiko na vseh starostnih stopnjah, torej od predšolske vzgoje do tretjega življenjskega obdobja. Leto 2007, ko se je strategija dejansko začela izvajati, je bilo tudi nacionalno leto pismenosti.

V poročilu o medijski pismenosti v informacijski dobi (Končina in drugi 2000) je bila izražena potreba po medijski pismenosti odraslih, kajti le-ta je vsestranski in vseživljenjski proces. Slovenija je po vojni za osamosvojitve doživela spremembo ne samo družbenega, pač pa tudi medijskega sistema: nimamo več zgolj državnih medijev, pač pa so se tem pridružili komercialni, katerih interes je predvsem povečevanje dobička. Prav zato opozarjajo strokovnjaki (Sawano 2002; Erjavec in Volčič 2000), morajo biti ljudje v takšnih tranzicijskih časih še toliko bolj medijsko pismeni in ne zgolj slepo sprejemati medijskih sporočil.

Rezultati raziskave RISa Šolajoči in uporaba IKT 2009 (v Prevodnik in Vehovar 2011, 51) kažejo: šolajoči v raziskavi so povedali, da je najpogosteje uporabljena IKT med poučevanjem projektor (uporaba učiteljev) – tedensko uporabo poroča 60 % anketiranih. 57 % šolajočih poroča vsaj tedensko uporabo računalnika pri pouku/predavanjih, 25 % jih poroča o vsaj tedenski uporabi interneta pri pouku oz. predavanjih. IKT je najmanj pogosto uporabljena med poučevanjem osnovnošolcev, nekoliko bolj pogosto pa med poučevanjem srednješolcev. Pri poučevanju osnovnošolcev se IKT uporablja predvsem mesečno, medtem ko srednješolci poročajo, da se pri njihovem poučevanju IKT v relativno veliki meri uporablja nekajkrat tedensko. Učitelji zelo redko uporabljajo virtualna učna okolja, kot so moodle, echo - 57 % šolajočih je dejalo, da njihovi učitelji teh okolij nikoli ne uporabljajo. Na internetu najpogosteje objavljajo gradiva učitelji/predavatelji študentov - 72 % študentov poroča vsaj mesečno objavljanje gradiv na internetu (objava predavateljev). Med anketiranimi študenti je skoraj šest desetih takih (59 %), ki vsaj tedensko uporabljajo internet v šolskem okolju za učenje.

RISova Kvalitativna raziskava med učitelji in ravnatelji osnovnih in srednjih šol v Sloveniji (v Prevodnik in Vehovar 2011, 52) je bila leta 2009 izvedena kot del širšega projekta »Konceptualizacija in evalvacija portala Slovensko izobraževalno omrežje (SIO)«. Za poglobljene intervjuje so izbrali učitelje osnovnih šol, ki poučujejo na različnih stopnjah in predmetnih področjih. Računalnik in internet so uporabljali predvsem pri pripravah na pouk, za vodenje evidenc in za svoje lastno delo, medtem ko pri samem poučevanju le redko. Ključna ovira je bila pomanjkanje ustrezne opreme. Kot pomembno so poudarili tudi, da računalnik in spletna komunikacija ne moreta nadomestiti učitelja in "žive interakcije" (v razredu ali v stikih s starši). Poudarili so dejanski dostop učencev do računalnika in interneta izven šole, ki je v ruralnih predelih še vedno bistveno manjši kot v mestih. Zato učitelji v teh šolah ne morejo od svojih učencev zahtevati bolj pogoste uporabe oziroma nalog z računalnikom in internetom. Med slabostmi e-gradiv so poudarili neujemanje z učnim načrtom, slabo informiranost uporabnikov, pomanjkanje gradiv za zgodnejše učenje. Med zaželenimi karakteristikami portalov za učenje so preglednost, obširnost in preprostost za uporabo. Izpostavili so še problematiko nezainteresiranosti in nemotiviranosti učiteljev za razvoj tovrstnih vsebin in načinov dela, ki je po njihovem mnenju premalo vrednoteno.

Tudi anketiranci v raziskavi diplomskega dela Petre Čarman (2007), v katerem je raziskovala Medijsko pismenost odraslih v Sloveniji, so se strinjali, da je potrebno medijsko vzgojiti in

opismeniti najprej in predvsem odrasle, poleg teh pa učitelje, ki pri nas, razen na Fakulteti za družbene vede, težko pridejo do tovrstnega znanja.

Ob tem pa tudi lokalni izobraževalni centri, spletna omrežja in projekti v skupnosti lahko zagotavljajo aktivne, relevantne in prilagajoče oblike učenja, ki lahko mlade zelo učinkovito pripravi na izzive sodobne informacijske družbe. Takšno učenje mlade opogumlja in povečuje avtonomijo ter samonadzor (Bentley 1998). Za dosego čim večje medijske pismenosti med populacijo je torej pomembno partnerstvo med šolami, družinami in medijskimi institucijami (Pungente v Buckingham 2005).

4 DIGITALNI RAZKORAK

O digitalnem razkoraku govorimo, ko obstaja neenaka porazdelitev novih medijev (Mansel 2002) oziroma ko je prisoten razkorak med tistimi, ki so aktivni v družbi omrežij in tistimi, ki so v tem odnosu pasivni in družba vpliva nanje (Calderaro v Prevodnik in Vehovar 2011, 7). Še pomembnejši je t. i. drugi digitalni razkorak (Dolničar 2008), ki se nanaša na vrzel pri izkušnjah v uporabi interneta. Tisti, ki do interneta dostopajo dlje, imajo namreč občutno prednost pred tistimi, ki so šele pred kratkim pridobili dostop. Prvi razkorak naj bi sčasoma izginil, medtem ko je zaskrbljujoč ta drugi, torej »izkustveni oziroma uporabniški razkorak«, ki bo obstajal tudi kasneje.

Zadnjih 30 let se znanost že ukvarja z merjenjem in preučevanjem pojavov ter različnimi oblikami neenakosti v informacijski družbi, a dandanes se raziskave bolj osredotočajo na merjenje stanja in identificiranje specifičnih skupin prebivalstva glede na njihove sposobnosti in spretnosti ter na drugi strani potrebe in želje (Prevodnik in Vehovar 2011, 9). Pri raziskovanju rabe interneta je ključno raziskovati mikro vedenja, interese in individualne pobude, ki odločajo o tem (Wilson 2006). V tem času lahko govorimo celo o pojmu »transpismenost« (Thomas in drugi 2007), ki pomeni sposobnost branja, pisanja in interakcije v okviru številnih platform, orodij in medijev od podpisovanja in ustnega sporazumevanja preko rokopisa, tiska, televizije, radia in filma pa do digitalnih družbenih omrežij. Ključni izziv naslednjih let je torej ne le zagotavljanje dostopa do tehnologije, ampak predvsem poiskati načine, s katerimi lahko posamezniki ali skupnosti najdejo metode za učinkovito rabo tehnologij za raznolike interese (Thomas in drugi v Prevodnik in Vehovar 2011, 3).

4.1 ZNOTRAJGENERACIJSKI RAZKORAK

Glede na percepcijo oviranosti dostopa do interneta, lahko delimo tri skupine digitalno izključenih (Oblak Črnič 2012a, 50–51). Gre sicer za notranje homogene, a strukturno različne skupine. Prvi so motivacijsko izključeni, ki predstavljajo tretjino vseh digitalno izključenih. Ne ovirajo jih finančni viri ali veščine, temveč pomanjkanje motivacije - internet jih ne zanima. Gre predvsem za starejše upokojene moške, ki imajo specifično stališče do interneta. Bolj problematični so celostno izključeni, gre za kar 47 % vseh brez dostopa. Ti so izključeni tako materialno kot veščinsko in motivacijsko: nimajo dovolj finančnih sredstev za

nakup opreme in povezave do interneta, nimajo dovolj znanja in zanimanja za to ter jih je strah pred tehnologijo. Gre predvsem za ženske in najnižje izobražene oziroma upokoјence in nezaposlene, a kljub temu mlajše ljudi kot v skupini motivacijsko izključenih. Namerno izključeni predstavljajo 24 % vseh brez dostopa: ne ovira jih denar niti neznanje in nimajo strahu pred tehnologijami ter jih internet zanima - gre za »načrtno« izključene. Starostno gledano je najmlajša skupina, z velikim deležem zaposlenih in s srednješolsko in osnovnošolsko izobrazbo. Vprašanje dostopa do internetnih tehnologij ni enostranski pojav; pri tem gre za »raznotere izključenosti, ki so posledica strukturnih (celotnostno izključeni) ali mikroomejitev (motivacijsko izključeni) kot tudi svobodne samoizbire (namerno samoizključeni)« (Oblak Črnič 2012a, 51).

Bistveno je prepoznavati problematiko neuporabnikov interneta. Glede na opravljene raziskave je možno oblikovati tri tipe (Dolničar 2008, 19): prvi tip, kjer gre za uporabnike stare večinoma manj kot 45 let. Vedo, da ima internet določeno vrednost za izpolnjevanje osebnih in poslovnih potreb, vendar se srečujejo s primarnimi ovirami – stroški in pomanjkanjem tehničnih spretnosti. Pomemben dejavnik pri teh neuporabnikih je tudi omejena informacijska oprema in tudi dostop do interneta ter izobraževanje in ozaveščanje. Pri drugem tipu gre za nekoliko starejše, ki ne zaznavajo dovolj velike vrednosti interneta za svoje ekonomske in družbene potrebe v danih okoliščinah. Podobno kot prva skupina se tudi ti srečujejo s tehničnimi in stroškovnimi ovirami. Izboljšanje vsebine (ekonomske, družbene in kulturne), ki bi bila zasnovana za njihove potrebe, bi verjetno bistveno pripomogla k večjim možnostim za dostop do interneta. Potrebna sta tudi izobraževanje za tehnične spretnosti in vzpostavitev točk javnega dostopa. Za tretji tip starih nad 55 let je najmanj verjetno, da bodo v prihodnosti uporabljali internet. Ti namreč ne zaznavajo nikakršne osebne koristi od dostopa do interneta, prav tako pa večinoma nimajo potrebnih tehničnih in socialnih sposobnosti ter interesa za njihovo pridobitev.

Izključenost iz spletno posredovanih ekonomskih, socialnih, političnih in kulturnih omrežij je ena najbolj škodljivih oblik izključenosti v našem gospodarstvu in kulturi (Castells 2001). Digitalna ločnica med tistimi, ki imajo internet, in tistimi, ki ga nimajo, sproža veliko debat. Problem se kaže tako globalno, kjer je delitev ekonomska, torej delitev na razvite dežele in tiste v razvoju, na nacionalni ravni, kjer so bistveni geografski, socialno ekonomski in etnični dejavniki ter na ravni doma, kjer sta spol in generacija bistvena v kontekstu dostopa

in uporabe (Livingstone in drugi 2004). Digitalni razkorak je tako odraz socialnih, ekonomskih in kulturnih razlik znotraj družb ter med njimi (Oblak Črnič 2012a, 45).

4.2 MEDGENERACIJSKI RAZKORAK

Starost je zelo pomemben dejavnik digitalne izključenosti: mlajši so pogostejši uporabniki IKT kot starejši, saj zaradi družbeno pogojenih vzrokov in digitalne neenakosti ne sledijo mlajšim generacijam – gre za medgeneracijski razkorak (Lenarčič 2005; Oblak Črnič 2012). Digitalna neenakost se kaže v dostopu do materialnih ravni, zmožnosti na ravni rab, koristi od IKT tehnologij in participacije v odnosu do družbenih institucij, ki so posledica neenake porazdelitve ekonomskega, političnega in socialnega ter kulturnega kapitala (Lenarčič 2005; Oblak Črnič 2012) oziroma ima pet dimenzij: opremo, avtonomno rabo, večšine, socialno oporo in namen rabe interneta (DiMaggio in Hargittai 2001).

Raziskava BSA iz leta 2003 v Veliki Britaniji je pokazala, da 16 % spletnih uporabnikov uporablja internet za prenašanje glasbe skozi določen sistem (Bromley in drugi 2004). Uporaba je bila ločena glede na starost: 42 % starih od 18 do 24 let in le 1 % starih 65 let in starejših. Pomembna je bila tudi izobrazba (12 % z visoko izobrazbo in 8 % brez izobrazbe), dohodek (20 % z najvišjimi in 11 % z najnižjimi) ter spol (19 % moških in 13 % žensk). Kar je bistveno: ovirajo kompetence in ne vsebina (Livingstone in drugi 2004).

Pri nas so najbolj ranljive skupine, ki kažejo na večje ovire pri vključenosti na slovenski splet starejši, nižje oziroma najnižje izobraženi in ženske (Oblak Črnič 2012a). Neenakosti v odnosu do interneta niso zgolj tehnološke narave, pač pa gre za »kompleksno prepletanje individualnih dispozicij, družbene lokacije, ekonomskih, političnih, kulturnih in ne nazadnje tudi jezikovnih virov/.../ter neenakosti na ravni starosti, razreda, spola, etničnosti in geografske pripadnosti« (Oblak Črnič 2012a, 44). Na podlagi opravljenih empiričnih raziskav digitalne razslojenosti so bile oblikovane naslednje skupine (Oblak Črnič 2012a, 56): najmlajša generacija (prevladujejo moški in študenti), imenovana digitalna elita, ki je najbolj večča, najpogosteje in najbolj interaktivno vključena v digitalno kulturo ter ima razmeroma »zdrav« odnos do interneta. Srednja generacija (predstavlja digitalni »srednji« razred) je največja skupina. Pogosto so priklopljeni, pomembnost interneta je zanje »srednja«, vendar na ravni interaktivnih rab povprečna skupina. Upabniki poznih srednjih let so druga največja

skupina (tako imenovani digitalni skeptiki). Sprejemajo mitske učinke interneta v vsakdanu, a so podpovprečni tako na ravni razpona motivov kot tudi rab, veščin in pogostosti. Najmanjša je skupina digitalno šibkih: gre predvsem za ženske, nadpovprečno stare in pretežno upokojene ljudi, ki so najmanj kritični in najmanj pogosti uporabniki spleta.

Iz tega izhajajo tudi razlike pri medijski potrošnji (Oblak Črnič 2012a, 58) – klasične časopise namreč največ spremljajo digitalno šibki, najmanj pa tisti iz digitalnih elit. Popularne televizijske oddaje, kot so sitcomi, resničnostni šovi, nadaljevanke, serije in kvize najmanj gledajo predstavniki digitalnega mainstreama, ki na drugi strani najpogosteje berejo spletne medije. Digitalna elita je tista, ki najmanj spremlja informativno-pogovorne oddaje. Obe digitalno šibki skupini nadpovprečno spremljata popularne in informativne oddaje ter svojo medijsko konzumpcijo omejujeta na stare medije, medtem ko se digitalno najbolj vključeni skupini do njih pogosto ograjujeta (prav tam).

Ugotovljeno je bilo tudi, da 40 % starejših redno bere knjige (Švab 2013, 26) – branje narašča sorazmerno z izobrazbo in višino dohodka ter pada s starostjo. Radio dnevno posluša 70 % starejših (povprečno več kot 4 ure), televizijo pa gleda nad 90 % starejših ljudi (v povprečju po 2 uri na dan). Raziskava *Potrebe, zmožnosti in stališča prebivalstva Slovenije, ki je staro 50 let in več*, je pokazala, da časopise in revije bere 85 % anketirancev, slednji pa jim pomenijo stik s svetom in vir informacij, ki jih zanimajo (Švab 2013, 27). Spremljanje televizije se s starostjo bistveno ne spreminja, ugotavlja Švab (2013, 30), saj se odstotek starejših gledalcev giblje nekje med 88 % in 94 % (pade pa potem po letu 90, in sicer na 56 %). Nasprotno poslušanje radia s starostjo konstantno pada – najredkeje ga poslušajo starejši od 90 let (50 %), najpogosteje pa stari med 50 in 59 let (77 %). Dnevno se radio sicer spremlja več kot televizija (slednja 2 uri v primerjavi s prvim 4 ure), vendar je pogosto radio le spremljevalec med opravljanjem drugih opravil in se ga posluša manj aktivno.

5 KONCEPT MEDIJSKE GENERACIJE

Gerontološko generacija pomeni družbeno skupino pripadnikov vsakega od treh življenjskih obdobij – mladosti, srednjih let in starosti (Ramovž 2013, 9). Mlada (prva) generacija so mladi od rojstva do osamosvojitve z lastnim gospodinjstvom, službo in prvim otrokom. V povprečju gre za starost okoli 25 let. Srednjo (odraslo, starševsko, zaposleno ali drugo) generacijo sestavljajo delovno zaposleni ljudje do upokojitve, nekje do starosti 60 let. Nad to starostjo je tretja (upokojenska, babice in dedki) generacija, bistven mejnik pa je upokojitev. Pri zgodovinsko-družbenem vidiku generacije gre za razlikovanje kolektivnih zgodovinskih oziroma socialnih grupiranj, ki kažejo skupne interese ali kulturne usmeritve na osnovi skupnega odraščanja (Höpflinger s sodelavci v Ramovš 2013, 10).

Družbene generacije so »skupek vseh ljudi, rojenih v obdobju približno dvajsetih let, kar je dolžina ene faze življenja: otroštva, mlajše odrasle dobe, srednjih let in obdobja starosti./.../ Člani iste generacije odraščajo v podobnih okoliščinah. Zato si v življenju delijo nekatere skupne izkušnje, prepričanja in vedenja, kar jih povezuje in zaznamuje potek njihovih življenj.« (Howe in Strauss v Ramovš 2013, 10). Generacijska teorija tako pojasnjuje, da »doba, v kateri se je rodila oseba, vpliva na razvoj njenega pogleda na svet./.../ Če proučujemo vrednote, ki so skupne generacijskim skupinam, potem bolje razumemo njihova raznolika prepričanja in vedenja« (Ramovž 2013, 10).

Ena izmed klasifikacij ameriške družbe deli generacije takole (Howe in Strauss v Ramovž 2013, 11): prva je tiha generacija, rojena pred 1946, ki je živela v trdih razmerah. Baby-boom generacija od 1946 do 1963 je generacija, ki je že živela v izobilju. Med letoma 1964 in 1978 rojeni generaciji X so elektronski mediji že zelo blizu, komunicirajo prek elektronske pošte in s kratkimi neformalnimi pogovori. Sledi generacija Y (1979–1997), ki je odraščala v tehnološki revoluciji. Je zelo raznolika, avtonomna, odraščča ob medijih in jih vsestransko uporablja. Je odklopljena od realnosti in naj bi potrebovala veliko spodbud starejših za funkcioniranje v vsakdanjem življenju. Tudi Novakova (2014) deli šest različnih generacij, glede na to, kdaj so bili njeni pripadniki rojeni in v kakšnem medijskem okolju so živeli.

Pri definiranju generacij so pomembne izkušnje z mediji in vsakdanje prakse občinstva (Aroldi 2011). Generacijska identiteta oziroma generacijska pripadnost je zgrajena skozi družbene odnose, ki pomagajo definirati družbeno pomembnost določene generacije. Za

vsako generacijo (generacijsko identiteto) izkušnje z mediji in tehnologijami v formativnih letih, oblikujejo določene vsakodnevne prakse občinstva. Hkrati medijske reprezentacije, medijski izbori ter tehnologije prispevajo k definiranju določene generacijske semantike (Aroldi in Colombo 2011).

Demografske perspektive vidijo generacije kot starostne skupine ljudi, ki so bile rojene in živijo v istem času. Kulturni pristopi pa pravijo, da generacije temeljijo na skupnih izkušnjah pomembnih dogodkov in kolektivnega spomina. Starost je tako biološka kvaliteta pogojena z zunanjimi lastnostmi, ki niso izbirni. Generacija in generacijska pripadnost je kulturna raba starosti in priložnost za oblikovanje identitete (Vittadini in drugi 2013).

Pri konceptu medijske generacije gre za kolektivno producirane, deljene in procesirane odzive na dostopno in vseprisotno tehnologijo, ki je del generacijske identitete. Gre za osredotočanje na potencialno vlogo medijev in tehnologije pri (samo) konstrukciji generacije (Buckingham 2006). Samokonstrukcija ni vedno identična ozaveščenosti: tehnologija je povsem nevidna za otroke, ki rastejo skupaj z njo; za njih je praktično kot zrak, ki ga dihajo (Tapscott 2009). Tehnološko okolje deluje (sekundarno) naravno za tako imenovane »digitalne domačine« (Prensky 2001). Takšen generacijski pogled vidi tehnologijo kot način tehnološke prakse, ki določa subjekte ter je nasproten pogledu, ki daje poudarek družbenim (in ne tehnološkim) procesom.

Kulturna zasnova medijskih generacij tvori most med dvema ekstremnima poloma: demografskim in tehnološkim absolutizmom (Vittadini in drugi 2013, 3). Pri demografskem gre za zaporedje generacij, torej ljudi, ki živijo v istem času od rojstva do starosti, medtem ko tehnološki predstavlja zaporedje generacij medijske tehnologije od tiska do družbenih medijev. Če bi povsem upoštevali demografski absolutizem, bi bila starost edini relevanten dejavnik, kar bi pomenilo, da bi vsi mladi uporabljali nove medije in vsi starejši brali tiskane časopise. Na drugi strani je tehnološki absolutizem, kjer je bistven poudarek na tehnologiji: pri tem gre za ničelno korelacijo med rabo medijske tehnologije in starostjo; dominantna tehnologija bi prodrla do vseh generacij enako. Nobena od teh skrajnosti ni prisotna v realnosti, bistveno vprašanje pa je, kako ljudje doživljajo starost in tehnologije skozi svoja kulturna okolja, vključujoč navade, vplive vrstnikov, spominov ipd. Statistike kažejo, da so novi mediji pogosteje uporabljeni pri mlajših generacijah. V modelu kulturne medijske generacije starost ni razumljena kot biološka, temveč kulturna kategorija. Gre bolj zato, kaj pomeni biti mlad ter vrednost tehnologije v določeni starostni skupini, natančneje starostni

kulturi (Vittadini in drugi 2013). Za generacije, rojene po letu 1977, se zdi, da so rojene sredi novih medijskih tehnologij in imajo z njo preprost in intimen stik. Tako imenovana notranje-generacijska homogenost daje tej generaciji različna imena kot na primer elektronska (Buckingham 2000), Nintendo (Green, Reid in Bigum 1998), Google (Gunter, Rowlands in Nicholas 2009) ali mrežna generacija (Tapscott 1998), njene predstavnike pa na primer cyberotroci (Holloway in Valentine 2003) ali digitalni domačini (Prensky 2001).

Digitalna tehnologija proizvaja nov način misli in inteligence, zlasti tistih, ki so bili rojeni znotraj nje (Prensky 2001). Mladi, opremljeni z novimi mediji razmišljajo in procesirajo informacije fundamentalno drugače kot njihovi predniki. Večopravilnost oziroma multiprocesiranje je bistven način njihovega dela, sama mrežna generacija pa je kreativna, interaktivna, kolaborativna in vključuje induktivno mišljenje. Pripadniki teh generacij privilegirajo računalniške igre in učenje, ki temelji na raziskovanju (Brown 2000; Holloway in Valentine 2003). Raba interneta je zelo heterogena: na medijsko rabo ne vpliva zgolj starost, temveč tudi drugi dejavniki, kot so spol, družbeno-ekonomski razred in šolanje (Lee 2005).

Sodobna občinstva sestojijo iz ljudi, ki pripadajo različnim generacijam. Dandanes smo priča »razpršenemu občinstvu« (Abercrombie in Longhurst 1998, 261): vsak je del občinstva v vsakem trenutku, to pa konstituira posameznikov vsakdan. Poleg tega je vsak del imaginarne skupnosti, ki si deli izkušnje, kulturne in materialne porabe ter življenjskih stilov (Varnelis 2008). Generacije si delijo tudi prakse občinstev. Pogosto so te razpršene in utrjene skozi posredovane diskurze in naracije, ustvarjene od vrha navzdol - od medijskih institucij oziroma od spodaj navzgor - s strani občinstva (Alanen 2001).

Generacijska pripadnost vpliva na medijske prakse občinstva na dveh ravneh: prva je povezana s tem, da vsaka generacija v najpomembnejših razvojnih letih raste skupaj s specifičnim načinom medijske uporabe in kulture, glede na obstoječe medijsko okolje, kar pomaga ločiti prakse občinstva ene generacije od prejšnje generacije (Schäffer 2003; Colombo 2011). Pew Internet Research Project (2009) je prišel do ugotovitev, da vsaka generacija »udomači« digitalna okolja glede na različne in tipične navade medijske porabe. Iz njihovega poročila je razbrati, da generacija od 18 do 33 let preferira mobilne telefone, prenosne računalnike, Ipode in Mp3je, medtem ko imajo stari od 34 do 45 let rajši namizne računalnike in igralne konzole. Starejši, od 46 do 55 let prav tako uporabljajo namizne računalnike in pa elektronske knjižne bralnike.

Razlike se kažejo tudi drugje (Vittadini in drugi 2013): mladi cenijo hitrost odzivnosti računalniško posredovane komunikacije medtem ko starejši bolj cenijo nekoliko počasnejšo, kot znak bolj preudarjene komunikacije. Vidne so tudi razlike v lingvističnih in pogovornih navadah: pri mladih kratke in dialoške komunikacije v nasprotju z dolgimi in narativnimi deskripcijami starejših. Mladi tudi privilegirajo minljive kulturne objekte, ki jih uporabljajo, a ne posedujejo, medtem ko starejšim več pomenijo otipljivi, posedovani in fizični objekti.

Druga raven je povezana s tem, da vsaka generacija skozi medijske in digitalne tehnologije deli naracije in diskurze, ki pomagajo stabilizirati potrošniške navade kasneje v fazi utrjevanja generacijske identitete, ki sledi formativnim letom (Vittadini in drugi 2013). To na primer pomeni, da generacije 18 do 33 let uporabljajo širok spekter medijskih virov in delujejo kot »space-based« občinstvo (v nasprotju s »place-based«, torej statičnim, lokalno usmerjenim občinstvom), ki je sposobno deliti simbolično vsebino po celem svetu in uporabljati to vsebino za gradnjo skupne kulturne identitete (Aroldi 2011). Pri formiranju generacije in njeni javni podobi veliko vlogo igrajo vrstniki – ne samo, da vplivajo na posameznikovo notranjo motivacijo za uporabo interneta, pač pa imajo tudi pozitivne učinke na povečevanje otrokovih digitalnih zmogljivosti in obseg on-line aktivnosti (Zhao in drugi 2011; Kalmus in drugi 2012). Gre za recipročni proces sooblikovanja med uporabniki in tehnologijami: tako imenovane »space-based« generacije delijo samodefinicije med vrstniki in na ta način spodbujajo generacijske komunikacijske navade skozi diskurzivne prakse znotraj družbenih omrežij (Livingstone 2009).

Tehnološko-vedenjske vrzeli med mladimi in starejšimi generacijami sicer izginjajo (Livingstone 2009; Gonzales s sodelavci 2012). Starejši odrasli so postali veliko bolj motivirani, da se nauče osnovnih veščin spletne komunikacije, zlasti, da lahko ostanejo v stiku svojimi vnuki. Celo več, tehnološko posredovana komunikacija je bistvena pri ponovnem združevanju generacij ter izboljševanju družinskih odnosov (Mesch 2006; Taske in Plude 2011). To velja predvsem za ameriško okolje, kjer so družine bolj oddaljene med seboj, podatki za Slovenijo namreč tega ne kažejo (Prevodnik in Vehovar 2011; Ramovš 2012; Švab 2013). Na drugi strani mladi ne želijo toliko interakcije s svojimi starši na družbenih omrežjih, kot si tega želijo starši; slednji so pogosto eden najbolj motečih dejavnikov (Vittadini in drugi 2013).

A generacije niso homogene enote, upoštevaje deljene prakse in doživljanje ter medijsko rabo. Glede na to, da so starejši pokazali interes nad rabo zlasti družbenih medijev,

nekateri menijo, da skupine medijskih uporabnikov ne morejo biti definirane samo skozi izkušnje, ki jih doživijo v določenem obdobju, temveč gre za podobne življenjske okoliščine, kot so časovna sredstva in tematski interesi (Vittadini in drugi 2013).

6 MEDIJSKA PISMENOST IN STAROST

Starost je poleg socialno-ekonomskega statusa in v manjši meri spola, bistven zaviralec pri razvijanju medijske pismenosti (Ofcom 2004): navadno loči populacijo pri dostopu in odzivanju na medije ter poteka v dveh smereh – starejši imajo slabši dostop do novih medijev, vendar imajo bolj razvito kritično razumevanje v primerjavi mladih. Starost tudi ni linearna meritev – na medijsko pismenost vpliva skupaj z drugimi dejavniki.

Mladi imajo veliko spretnosti, znanja in razumevanja pri soočanju z mediji (Buckingham 2004). Kot kaže, razvijejo dovolj veliko raven medijske pismenosti brez posebnih formalnih navodil, relativno spontano, skladno z razvojem ter kot posledica naraščajočih izkušenj sveta in odnosov z mediji. Otroci imajo več izkušenj z novimi mediji kot odrasli, vendar imajo manj izkušenj z realnim svetom, s katerim primerjajo medijske reprezentacije, zato je zanje težje zaznavati nepravilnosti. So torej medijsko pismeni na različnih področjih oziroma vsaj bolj kot odrasli. Ključni dejavnik pri tem je starost – vsekakor je 15-letnik bolj medijsko pismen kot petletnik, a tudi bolj, kot denimo 60-letnik.

6.1 MEDIJSKA PISMENOST IN MLADI

Med vsemi stališči o medijskem vplivu na otroke je moč najti dva ekstremna pola (Erjavec 2005, 2): prvi zagovarja stališče, da so otroci naivni in ranljivi ter zato potrebni zaščite odraslih, prav tako pa nanje močno vplivajo mediji, katerih vpliv je lahko strašno problematičen in škodljiv, zlasti pri vsebinah, ki vsebujejo spolnost in nasilje. Drugo stališče otroke vidi kot vedno bolj zrele in sposobnejše obvladovanja medijev. Zato namesto pretirane zaščite otroci potrebujejo spodbudo za spoznavanje medijev prek svojih izkušenj. Otroci imajo manj izkušenj iz realnega sveta, a so nadvse radovedni ter pripravljeni na nova znanja na vsakem koraku – zato bodo tudi prej in bolj čustveno verjeli medijem v primerjavi z bolj izkušenimi in kritičnimi odraslimi (Erjavec 2005, 2).

Otroci lahko ne (ali narobe) razumejo medijske vsebine, če nimajo zadostnega znanja za njihovo razumevanje (Dorr 1986, 13). Poleg tega lahko določeno medijsko posredovano informacijo razumejo kot točno, čeprav temu ni tako. Ob tem lahko medijske vsebine vrednotijo brez razumevanja medijske produkcije oziroma brez poznavanja njenih sredstev in

motivov zanjo. Seveda so lahko tudi odrasli neinformirani in zato napačno razumejo in interpretirajo medijska sporočila, vendar načeloma je to bolj značilno za otroke (Erjavec 2005, 3). Mediji so pomemben vir socializacije (Erjavec 2005) – učijo in oblikujejo vrednote v določeni kulturi, to pa počnejo s strukturo programa, sporočanimi vsebinami in z načinom prikazovanja »resnice«.

Otroci razvijajo medijsko pismenost tudi brez posebnih poskusov njenega spodbujanja (Buckingham 2005). Določene kompetence razvijajo v povezavi z mediji zaradi splošnega kognitivnega, čustvenega in družbenega razvoja, splošne izkušnje sveta in specifične izkušnje z mediji. Če so se sami preizkusili v ustvarjanju simboličnih medijskih besedil, tudi bolje razumejo konvencije in vrednote profesionalno ustvarjenega gradiva (Hobbs 1998; Sefton–Green 1999). Z medijskim ustvarjanjem otroci in mladostniki dobijo glas in s tem okrepijo pravico do samoizražanja in kulturne participacije: učenci se najboljše učijo o medijih tako, da ustvarjajo medijsko vsebino; ljudje z medijskimi spretnostmi lažje dobijo delo v vedno večjem informacijskem sektorju; državljani imajo pravico do samoreprezentacije in kulturne participacije (Erjavec 2009). Danes se lahko uporablja ista tehnologija za produciranje in sprejemanje medijskih sporočil, saj imamo v okviru informacijsko-komunikacijske tehnologije na voljo profesionalna orodja. Veliko mladih je skozi medijsko ustvarjanje in uporabo e-meilov, klepetalnic, igrice, družbenih omrežij ipd. že razvilo »celostne spretnosti pismenosti«. Posledice so vidne tudi na družbeni ravni, saj participacija, socialni kapital in civilna kultura omogočajo spletno socialno mreženje mladih (Erjavec 2009, 28).

Medijsko pismenost lahko v tem kontekstu razumemo skozi tri dimenzije (Ofcom 2005, 3): dostop, razumevanje in produkcijo medijskih produktov v različnih kontekstih. Otroci in mladostniki imajo, kar se tiče dostopa, že precej visoko stopnjo funkcionalne pismenosti (Buckingham 2005). Pri tem se razlike in neenakosti glede dostopa kažejo predvsem pri internetu, do klasičnih medijev imajo ljudje načeloma dostop. Kulturni in socialni kapital imata pomemben vpliv na to, kako družine vrednotijo in uporabljajo računalnik (Facer in drugi 2003). Pri tem se kulturni kapital nanaša na razumevanje tehnologije in tehnološke kompetence, socialni pa predvsem na povezovanje z družbenimi omrežji. Tako različen dostop do informacijske tehnologije ne samo, da izhaja iz obstoječih družbenih neenakosti, temveč jih tudi krepi (Buckingham 2005).

Mladi imajo torej veščine in kompetence, ki so potrebne pri dostopanju do medijskih vsebin, pri čemer uporabljajo primerno tehnologijo in potrebno programsko opremo. Mladostniki se v

splošnem zavedajo regulativ in sistemov nadzora, ki jih upoštevajo pri svojem odločanju. Zavedajo se tveganja in neprimernosti določenih vsebin, zlasti na področju spolnosti, manj pa potencialnega ekonomskega tveganja oglaševalcev. Več študij je pokazalo, da je medijsko opismenjevanje bolj učinkovita strategija kot blokiranje in filtriranje vsebin (Buckingham 2005). Nasprotniki filtriranja (npr. Lawson and Comber 2000) namreč menijo, da je neučinkovito in predstavlja zgolj nepotrebno in neželjeno oviro za uporabnike. Preveč filtriranja lahko prepreči dostop do uporabnih strani in komunikacij, zgolj zaradi napačne besede v iskalniku, ki je lahko popolnoma izven konteksta. Nekateri filtri so učinkovitejši kot drugi, a nobeden ni tako učinkovit, kot zagotavljajo njegovi ustvarjalci (The Parents' Information Network v Buckingham 2005). Ne gre za enostransko rešitev, temveč morajo biti mladi podučeni o spletu, neprimernih vsebinah in tveganem spletnem komuniciranju ter to vedenje prakticirati tudi, ko ni filtriranja. Če so otroci zmožni odstraniti mehanizme starševske kontrole, to kaže na visoko stopnjo medijske pismenosti. Kar je za nekoga realen strah, je lahko za drugega že neke vrste preganjavica, medijska pismenost pa je tista, ki lahko uravnava to primerno zavedanje tveganja (Buckingham 2004).

Glavni razlog odraslih, da se ne povežejo s spletom je ta, da nimajo potrebe oziroma interesa (Ofcom 2004). Med najpogostejšimi odgovori otrok je ta, da nimajo dostopa do interneta (47 %), kar nekaj pa jih v raziskavi Livingstone in Bobrova (2004) trdilo, da jih internet ne zanima (25 %). Odrasli morajo spodbujati otroke k uporabi tehnologije, da ta postane del družbenega konteksta njihovega vsakdana (Holloway in Valentine 2003).

Dostop torej ni odvisen samo od tehnološke opreme, pač pa tudi znanja in veščin, kako jo učinkovito uporabljati. Digitalna delitev ne pomeni samo, da si lahko višji družbeni razred lažje omogoči (boljši) računalnik (z boljšo internetno povezavo), temveč tudi to, da več ve o računalnikih, kaj početi z njimi in kako jih najbolje uporabiti. Če imajo otroci boljši dostop do tehnologije, jo bolje uporabljajo in več kot jo uporabljajo, bolj lahko izkoristijo njene potencialne. Kljub temu ta odnos ni povsem enostaven (Buckingham 2004).

Na področju razumevanja medijskih vsebin je bilo v preteklosti največ raziskav narejenih pri proučevanju televizije (Livingstone in drugi 2004). Rezultati kažejo, da se otroci zavedajo televizijskega jezika, razlikovanja med reprezentacijo in realnostjo, prepričevalne vloge oglaševalcev. Vse to se razvije kot posledica povečanega vedenja o svetu in kot rezultat širšega kognitivnega in socialnega razvoja (Buckingham 2004).

Pri dostopu gre za dve dimenziji (Livingstone in drugi 2004): fizični dostop in sposobnost pravilne uporabe tehnologije za dostop do želene vsebine. Dostop do radia in televizije je omogočen marsikomu, končno so starši in družinski življenjski stil tisti, ki ga omogočajo. Pri internetu so razlike pri dostopu bolj očitne, glede na različne družbene skupine. Otroci, ki dostopajo do interneta doma, so vsakodnevni uporabniki spleta in zato tudi veliko bolj večji spletnega iskanja, v primerjavi s tistimi, ki tega doma nimajo in dostopajo le tedensko. Pri mobilnem dostopu do spleta so mladostniki vsekakor bolj kompetentni od odraslih (Livingstone in Bober 2004).

Govorimo lahko o tako imenovanih zaviralcih in vzpodbujevalcih medijske pismenosti (Ofcom 2004). Zaviralci so medsebojno povezani dejavniki, pri čemer sta družbeni razred in ekonomski status pri otrocih najbolj izpostavljena. Slednja najmočnejše ovirata dostop do interneta, manj pomembna sta pri dostopu do radia in televizije. Potencialni vzpodbujevalci medijske pismenosti vključujejo starše, učitelje ter druge akterje kot so medijski proizvajalci in regulatorji. Raziskave v Ofcomovem poročilu (2004) so pokazale, da je starševska mediacija ključna pri razvoju medijske pismenosti, zlasti pri razumevanju realnosti in medijske fikcije.

V ameriških domovih je računalnik najprej namenjen zabavi kot podaljšek televizije, ki je še vedno gledana več kot tri ure na dan, pri otrocih starih od 8 do 18. Ti preživijo 10 do 12 ur na dan z eno od oblik medijev (Kaiser Family Foundation 2010). Računalnik je uporabljen za prenašanje glasbe, gledanje tv, igranje iger ter interakcijo na družbenih omrežjih.

Pri nas so mladostniki najpogostejši spletni uporabniki, saj jih kar 90 % starih med 10 in 15 internet uporablja redno (Erjavec 2009). Najpomembnejše spletne dejavnosti otrok starih od 9 do 10 let in od 12 do 14 let so spletne igre, brskanje po spletu in komunikacija, mobilne telefone pa uporabljajo predvsem za pošiljanje kratkih SMS-sporočil in pogovore s starši in prijatelji (Deskhanje po valovih v Erjavec 2009).

Podatki SURS-a 2010 (v Prevodnik in Vehovar 2011) kažejo, da je v populaciji starosti od 10 do 74 let 72 % rednih uporabnikov računalnika. Pri tem v starosti med 10 in 15 let kar 99 %, tistimi med 65 in 74 let pa le 14 %. 95 % posameznikov z višjo ali visokošolsko izobrazbo je rednih uporabnikov računalnika in le 58 % oseb z osnovnošolsko izobrazbo ali nižjo od te. Med mladimi, starimi od 16 do 24 let, je rednih uporabnikov interneta kar 97 %, 96 % v skupini 10–15 let in med starejšimi starosti med 65 in 74 let le 12 %. Rednih uporabnikov interneta je tudi bistveno več med višješolsko ali visokošolsko izobraženimi (94 %), najmanj

pa med osebami z osnovnošolsko izobrazbo ali manj (56 %). V prvem četrtletju 2010 je 49 % oseb v starosti 10–74 let internet uporabljalo za izobraževanje; 44 % oseb je prek interneta pridobivalo nova znanja in informacije, 26 % pa informacije o izobraževanju in tečajih; tečaje je prek interneta (e-učenje) opravljalo 5 % oseb. Obvladanje različnih veščin pri uporabi interneta pokaže, da je največ oseb (71 %) že kdaj uporabilo iskalnik za iskanje informacij, elektronsko pošto s pripetimi datotekami je že pošiljalo 58 % oseb, 30 % oseb je že kdaj pošiljalo sporočila v spletne klepetalnice, novičarske skupine ali spletne forume, 24 % jih je že uporabilo peer-to-peer izmenjavo filmov, glasbe ali drugih datotek, 22 % oseb je že uporabljalo internet za telefoniranje, 11 % oseb pa je že kdaj oblikovalo spletno stran.

Otroci imajo funkcionalno pismenost in znajo poiskati tisto, kar želijo, potem pa jim primanjkuje kritične pismenosti za interpretacijo, kritičnost in sposobnost umestitve informacije (Facer in drugi 2003). Nezmožni so preseči informacijo nad znanjem in vedenjem, internet uporabijo za potrditev informacije, ki jo dobijo (največkrat) znotraj formalnega izobraževanja.

Adolescenti sebe razumejo kot bolj zrele od otrok (Lightfoot 1997); s tem dosegajo določen družben status, razvijata se avtonomnost in soočanje s tesnobo. Zavedanje tveganja pri brskanju po spletu je določen razvojni dejavnik, ki kaže v prid medijski pismenosti.

Projekt RIS: Šolajoči in uporaba IKT (Brečko in Vehovar 2009) kaže, da vsi šolajoči sodelujoči v raziskavi uporabljajo internet, med njimi je 98 % tedenskih uporabnikov. Med študenti je 87 % takih, ki internet uporabljajo večkrat na dan, med srednješolci je 84 % dnevnih uporabnikov in med osnovnošolci 55 %. Najpogosteje uporabljana IKT med šolajočimi je mobilni telefon – dnevno ga uporablja 99 % študentov, 98 % srednješolcev in 70 % osnovnošolcev. Vse tri skupine pogosto uporabljajo tudi osebni računalnik. Med osnovnošolci je 81 % dnevnih uporabnikov, med srednješolci je 85 % dnevnih uporabnikov računalnika in med študenti 90 %. Vsaj tedensko internet za učenje doma uporablja 79 % študentov in 82 % vprašanih dijakov ter 1/3 osnovnošolcev.

Kar zadeva televizijo se osnovno razumevanje televizijskega jezika razvije že zelo kmalu, pri štirih ali petih letih (Messaris 1994; Meyer 1983; van Evra 2004). Z odraščanjem je njihovo razumevanje širše, razumejo žanre in naracijo, znajo ločiti kaj je res in kaj ni, vse to pa se razvije med 5 in 11 letom, ko otroci največ gledajo televizijo. Širše gledano so starejši otroci bolj analitski gledalci, ki se ukvarjajo z lingvističnim delom, medtem ko se mlajši bolj zanašajo na slike in zvok (van Evra 2004). Otrokovno razumevanje in predelava televizijske

vsebine je predvsem odvisna od njegove motivacije in količine mentalnega napora, ki ga je pripravljen vložiti (Salomon 1983). Velja tudi, da nenehno razvijanje in inovacije televizijske vsebine zagotavlja občinstvu, da se sooča z novimi izzivi pismenosti. Žanri reprezentirajo neizgovorjene odnose z občinstvom in specificirajo pričakovanja in konvencije pri vodenju skozi interpretacijo (Livingstone 2004).

Otroci že zelo kmalu ugotovijo, da tisto, kar vidijo na televiziji, ni nujno resnično. Že pri 11 letih se zavedajo ideoloških vplivov televizije in potencialnih pozitivnih in negativnih podob. Zavedajo se procesov stereotipiziranja (Buckingham 1996). Relativno zgodaj se zavedajo, da je televizijsko oglaševanje in program namerno sproduciran, a traja dlje, da ugotovijo, da imajo medijski producenti določene prodajne ali prepričevalne namene, interese.

»Zaslonarji«, kot današnje otroke in mladostnike imenuje Erjavčeva (2005), uporabljajo predvsem medije z zasloni - televizijo, računalniške in videoigrice, filme, računalnike, mobilne telefone. Njihova uporaba se ne razlikuje po posameznih medijih, do katerih imajo prost dostop. Medije ne razumejo ločeno, pač pa kot »elemente medijskega mozaika njihove kulture« (Erjavec 2009, 23). Medijski svet razumejo brezmejno, kot »globalno mrežo brezžične medsebojne povezanosti« (prav tam).

Raziskava *Medijske navade med slovenskimi mladostniki* (Dolničar in Nadoh 2004) je pokazala, da večina mladostnikov gleda televizijo med tednom od ene do dveh ur. Pri tem osnovnošolci gledajo pogosteje kot srednješolci, fantje več kot dekleta in manj uspešni učenci več kot bolj uspešni.

Mladostniki danes sprejmejo veliko količino informacij, ki jih morajo znati analizirati, ovrednotiti ter umestiti glede na prejšnja znanja. Zato je potrebna »nova pismenost«, ki temelji na »hitrih informacijah, globalni interaktivnosti in sporočilih, oblikovanih na mnogovrstni medijski platformi.« (Erjavec 2005, 23).

Kot je bilo že omenjeno, imajo, poleg formalnega izobraževanja, ključno vlogo pri medijski vzgoji otrok in mladostnikov, starši. Starševske strategije odražajo različne poglede na vzgojo in lastnosti načina komunikacije znotraj družine, ki so lahko socio- ali konceptualno-orientirane (Moore in Moschis 1981). Prve so bolj avtoritativne, druge favorizirajo racionalno diskusijo in pogovor. V tem modelu sta regulacija in mediacija težji, zlasti pri novih medijih, ko starši vedo celo manj kot otroci (Livingstone and Bober 2004). Še

posebej zato je pomembna medijska pismenost, kajti starši ne le, da ne bi hoteli, tudi ne znajo posegati v otrokovo medijsko rabo (prav tam).

Veščine medijske pismenosti se začnejo doma (Hobbs 2010), kjer največ ljudi gleda televizijo in filme, brska po spletu, posluša glasbo, bere časopise in revije ter igra videoigre. S primerno ravno starševskega angažiranja je lahko veliko kompetenc razvitih doma, s strani staršev, ki imajo velik interes in motivacijo za učenje in spodbujanje.

Veliko ljudi ima pomanjkljivo znanje in malo veščin pri uporabi spleta, čeprav računalnik razumejo kot orodje za raziskovanje sveta, informiranje o aktualnih dogodkih in učenju novosti (Hargittai in Walejko 2008). Vedenje, ravnanje in odnos staršev do tehnologije je bistveni dejavnik pri določanju otrokovih izkušenj in medijskih pristopov (Pew Internet and American Life Project 2009).

Internet je vedno bolj prisoten v domovih, zato starši razvijajo veščine in kompetence, da bi zaščitili svoje otroke – to pomeni, da potrebujejo veščine, kako jih zavarovati in voditi skozi varno rabo interneta. To ni tako preprosto zaradi hitrih tehnoloških sprememb, neravnovesja med otroško in starševsko medijsko pismenostjo ter zaradi negotovosti glede pomena že obstoječih starševskih veščin za nov medij. Starši tako doma vlagajo napore za dostop do najrazličnejših novih tehnologij, čeprav je to za njih zahtevno zaradi družinskih finančnih, tehnoloških in družbenih virov (Ofcom 2004).

Raziskave narejene v Veliki Britaniji, Ameriki, Kanadi in Evropi kažejo, da nekje med polovico do dveh tretjin staršev določa pravila svojim otrokom glede uporabe interneta (koliko časa, kaj lahko gledajo, dovoljeni podatki, forumi ipd.), čeprav raziskave otrok kažejo nižjo raven teh pravil, kot jih kažejo odgovori starši (Larsson 2003; Livingstone in Bober 2004). Malo je znanega o tem, koliko starši dejansko sodelujejo pri spletnih aktivnostih svojih otrok, vendar je očitno, da je velika razlika med dejanskim in izraženim, družbeno zelenim vedenjem (Turow 1999; Van-Rompaey in drugi 2002). Končno niti ni popolnoma jasno, kako točno starševski nadzor v obliki filtriranja zmanjša tveganje neprimerne vsebine (Mitchell in drugi 2003). Bistveni oviralci pri tem so dohodek, izobrazba, družbeno-ekonomski status, službeni status ter izkušnje in spretnosti staršev z internetom.

Starši se lahko vključijo na dva načina: z regulacijo (pravili o tem, kaj in koliko se lahko spremlja) in z aktivnim skupnim spremljanjem medijev. Starši (predvsem mame) imajo pozitivno vlogo pri spremljanju televizije (Messaris 1986): ko so otroci še zelo majhni, jim

starši pomagajo pri razumevanju različnih tipov programa ter razlikovati med televizijsko fikcijo in realnostjo. Pomagajo jim oceniti točnost televizijskih reprezentacij in nerealističnih pričakovanj v realnosti, ki lahko izhajajo iz televizije. Končno starši lahko zagotovijo »informacijo iz ozadja«, ko se otroci soočijo z neznano vsebino, zlasti kadar gre za odrasle teme in izkušnje, ki jih otroci še niso izkusili. Starši so tudi zelo pomembni, ko se otroci soočijo z razburljivim in motečimi čustvenimi odzivi na vsebino, ti odzivi pa so nepričakovani (Buckingham 1996). Čeprav je starševski nadzor širše sprejet, pa je manjkrat viden v praksi (Roberts in Foehr 2003). Starši so pogosto prezaposleni za posege oziroma ne delujejo v skladu s priporočili strokovnjakov (van Evra 2004).

Družina je najpomembnejši vzpodbujevalec medijske pismenosti; težko je usmerjati in zaščititi otroke brez primerne starševske podpore (Livingstone 2004). Sodobno starševstvo tudi ni preprosto, saj otroci gledajo video v avtu, igrajo videoigrice na mobilnih telefonih že pri treh letih, imajo svoje telefone pri sedmih ter svoj FB profil v puberteti (Hobbs 2010).

V splošnem starejši Ofcomovi podatki (2004) kažejo, da je bila televizija bistven vir nacionalnih novic (73 % javnosti), mednarodnih (78 %) in lokalnih (44 %). V njihovih raziskavah mladi pravijo, da so novice pomemben vir stresa, ker jih opominjajo na grozeč svet, zaradi česar se ne počutijo varno. Čeprav najstniki spremljajo novice »po nesreči«, ko že, spremljajo novice o glasbi, zabavi, znanih osebnostih in športu (Vahlberg in drugi v Hobbs 2010). Nekateri strokovnjaki na področju raziskovanja otrok in medijev verjamejo, da ni dobro za otroke in mladostnike, da spremljajo novice (American Academy of Child and Adolescent Psychiatry 2013). Nekatere raziskave (denimo Kaiser Family Foundation 2003) so namreč pokazale, da novice o nasilju povzročajo več reakcij strahu kot nasilna fikcija ter ustvarjajo dlje obstoječe skrb vzbujajoče misli med otroki in mladimi ljudmi.

A danes večina otrok vseh starosti uporablja tablične računalnike, medtem ko število otrok s televizijo in igricami v otroških sobah upada. Uporaba pametnih telefonov, ki se je močno povečala, v zadnjih letih ostaja na enaki, a zelo visoki ravni (Ofcom 2014). Otroci bi izmed vseh naprav najbolj pogrešali pametne telefone. Raziskave kažejo (Ofcom 2014), da porabijo več časa na spletu kot za televizijo. Medtem mlajši otroci še vedno preferirajo televizijo.

Starejši otroci presojujejo resničnost spletnih vsebin in preverjajo, kako točno se ljudje predstavljajo na spletu. V Ofcomovi raziskavi (2014) je polovico vprašanih 12–15 letnikov kritično vrednotilo rezultate brskalnikov. To kaže na povečano kritično zavedanje verodostojnosti spletnih informacij. Povečuje se igranje igric na tablicah, na drugih napravah

pa to upada. Starejši otroci porabijo več časa na spletu in preferirajo mobilne telefone za družabne aktivnosti (Ofcom 2014).

Družbena omrežja so najhitreje rastoče aktivnosti na spletu med mladimi (Livingstone in drugi 2011). Uporabljajo jih otroci in mladi, pozornost pa jim namenjajo tako strokovnjaki kot širša javnost. Kot tehnološka platforma družbena omrežja zmanjšujejo kulturne razlike; z vključitvijo klepeta, sporočil, stikov, foto galerij in blogov, potencialno integrirajo različne online in offline načine komunikacije bolj neopazno, kot je bilo mogoče kdajkoli prej (Jenkins v Livingstone 2011). Gre za »generacijo, ki je ves čas v stiku« (Clark v Livingstone 2011). Raziskava EU Kids Online (Livingstone in drugi 2010) kaže, da ima 59 % mladih v 25 evropskih državah starih od 9 do 16 let, ki uporabljajo internet svoj profil na družbenih omrežjih, od tega družbeno-ekonomski status le nekoliko vpliva na to – ima ga 57 % otrok iz gospodinjstev z nižjimi in 61 % iz gospodinjstev z višjimi dohodki.

Glede interneta je bolj pomembno znanje in veščine staršev kot pa otrok. Tisti starši, ki uporabljajo sodobno tehnologijo na delu in so izobraženi, bolj spodbujajo otroke pri uporabi tehnologije doma (Facer in drugi 2003). Za učinkovito uporabo, vodenje in reguliranje otrokove rabe tehnologije, morajo biti starši dovolj medijsko pismeni ter vešči interneta. Projekt UK Children Go Online (Livingstone and Bober 2004) je pokazal, da pretirana bojazen staršev lahko vodi v preveč omejevanje prakse, ki ovirajo dostop otrokom: omejen čas na spletu, sedenje ob otrocih, ko so za računalnikom ipd. Uporabljajo tudi filtriranje, ki ni toliko učinkovito. Končno takšne omejitve lahko ogrozijo otrokovo raziskovanje. Sploh starejši otroci in mladi zavračajo takšne regulative in želijo več spoštovanja in zaupanja. Tudi novejša poročila kaže (Ofcom 2014), da približno četrtnina staršev izraža skrb nad dostopno medijsko vsebino njihovih otrok, zlasti tisti, ki imajo starejše otroke (8–15 let). Skoraj vsi starši vplivajo na dostop otrok do interneta z različnimi ukrepi: tehnološkimi orodji, pravili uporabe, pogovori o tveganjih in nadzoru. Tri četrtine staršev meni, da zna pomagati otrokom in jih ubraniti pred morebitnimi tveganji, a na drugi strani jih vsaj polovica tistih z 12–15 letniki pravi, da jih njihovi otroci učijo o novostih na spletu.

6.2 MEDIJSKA PISMENOST IN STAREJŠI

»Evropa se danes sooča z demografskimi spremembami, ki so po svojem obsegu in teži brez primere.« (Svet EU 2005). Kot kažejo podatki SURS-a (2010) se je v zadnjih desetletjih pri nas močno spremenila starostna sestava prebivalstva, zlasti zaradi stalnega zniževanja rodnosti in podaljševanja življenjske dobe. Staranje prebivalstva zahteva odzive na številne spremembe in izzive ne samo na področjih socialnega varstva, stanovanj in zaposlovanja, temveč tudi izobraževanja, usposabljanja ter uporabo novih IKT (Prevodnik in Vehovar 2011, 24). Starejše prebivalstvo je torej tisto, kateremu je nujno posvečati več pozornosti pri oblikovanju politik na vseh družbenih področjih. Po ocenah Eurostat-a (2010) in SURS-a (2010) pri nas živi približno 200.000 ljudi starih od 18 do 25 let in 300.000 tistih, ki so stari od 67 do 92 let. Rezultati raziskav o uporabi IKT med starejšimi kažejo, da približno 80 % populacije starejše od 65 let, še nikoli ni uporabljalo računalnika, približno 90 % pa še nikoli ni uporabljalo interneta. Starejši so izredno pomembna skupina, potrebna spodbujanja širjenja e-kompetenc in uporabe IKT (Prevodnik in Vehovar 2011, 25).

Demografska kriza se dogaja v »času informacijskega preloma, ko družbeno življenje čedalje bolj teče na osnovi elektronske informacijsko-komunikacijske tehnologije« (Ramovš 2012, 34). Raziskave, opravljene na Inštitutu Antona Trstenjaka (2012) so pokazale, da ljudje v Sloveniji, ki so sedaj stari nad 50 let, računalniške tehnologije večinoma še ne obvladajo. Reprezentativna raziskava vzorca prebivalcev Slovenije (v Ramovš 2012, 34) je namreč pokazala, da računalnika ne uporablja 72 % prebivalcev starih 50 in več let, 19,3 % od teh pa je izrazilo izrecno željo, da bi se ga želelo naučiti uporabljati. Kot eno od perečih potreb starejših ljudi v današnji slovenski družbi se izpostavlja elektronsko opismenjevanje ljudi teh starosti, zlasti učenje uporabe računalnika (Ramovš 2012).

Starejši so tudi veliki televizijski potrošniki in posebej ranljivi pri oglaševanju, zlasti ko gre za oglase za zdravila in prehranska dopolnila (Hobbs 2010). Višja raven medijske pismenosti jim ne bi samo pomagala pri ovrednotenju teh informacij, pač bi jim tudi omogočala večji pretok informacij in večjo družbeno povezanost skozi družbene medije.

Večina odraslih v Ameriki ne uporablja širokopasovnih povezav in storitev (Hobbs 2010). Dejavniki, kot so dostop, relevantnost, pomanjkanje digitalnih veščin in s tem povezani stroški so razlogi, da niso postali uporabniki visoko hitrostnega interneta in digitalnih medijev. Medije vidijo zgolj kot zabavo in sebe pojmujejo kot *ljudi, ki niso za računalnike*.

Bojijo se tehnologije in ne vedo, kje naj jo začnejo uporabljati. S tem zamujajo priložnost, da bi jim digitalni mediji olajšali vsakodnevno življenje. Da bi jih sprejeli v svoja zaposlena življenja, odrasli potrebujejo prilagodljive, kratke drop-in programe, prilagojene njihovim potrebam, kjer lahko raziskujejo in se učijo ob asistentih, ki jim nudijo časovno in strokovno točno tisto, kar potrebujejo (Hobbs 2010, 39).

A novejšo Ofcomovo poročilo (Adults' Media Use and Attitudes Report 2014) poroča, da močno narašča delež starejših ljudi, ki uporabljajo najrazličnejše naprave za dostop do spleta. Povečujejo se raznolike spletne aktivnosti, zlasti na področju komuniciranja in zabavnih vsebin. Povečuje se delež tistih »online« odraslih, ki se pridružujejo družbenim omrežjem (66 %), pri čemer še vedno vodi Facebook. Uporabniške vsebine so postale dobršen vir informacij, čeprav se še vedno pogosteje prejema informacije, kot prispeva.

Zasebnost in varnost pri dostopanju do spleta se, kot doslej, močno razlikujeta glede na starostno skupino. Online izkušnje in odnos do njih je odvisen od tega, kateri starostni skupini pripada posameznik. Mladi so bolj liberalni do regulacije in moderiranja ter imajo vrsto strategij, da je njihova spletna izkušnja čim bolj proaktivna, medtem ko starejši ne. Znajo torej zaščititi svojo identiteto ter se zavarovati. Mladi, predvsem v starosti 16–24 let pogosteje zaščitijo svoje naprave z antivirusni programi, a imajo kljub temu večkrat viruse kot odrasli. Uporabniki pametnih telefonov do spletnih vsebin pogosteje dostopajo prek aplikacij kot s spletnimi brskalniki. V povprečju imajo naloženih 23 aplikacij, vsaj 10 jih redno dnevno uporabljajo.

Novejši podatki še kažejo, da 83 % vseh odraslih v Združenem kraljestvu uporablja splet na različnih napravah in lokacijah: skoraj 98 % ljudi starih med 16 in 34 let ter kar 42 % vseh tistih starih nad 65 let (v primerjavi z letom 2012 33 %). Raba tablic med mladimi se je podvojila, medtem ko se je med tistimi starimi med 65 in 74 let, kar potrojila. Več kot polovica mladih in srednjih generacij uporablja pametne telefone (62 %), uporabljajo pa jih tudi najstarejši, in sicer 20 % (medtem ko leta 2012 12 %). V primerjavi z letom 2012 je manj neuporabnikov interneta – le 12 % jih nima dostopa doma in ga tudi ne namerava imeti.

Povečale so se tudi aktivnosti na pametnih telefonih zlasti med starimi 25–34 in 45–54 let. Prevladujejo komunikacijske in zabavne aktivnosti, torej pošiljanje/sprejemanje e-pošte, dejavnosti na družbenih omrežjih, You Tubu in Skypu ter mobilno nakupovanje in bančno poslovanje.

Televizijo uporablja vedno manj odraslih, le še slaba polovica, povečuje se namreč raba pametnih telefonov in spremljanje tv vsebin prek računalnikov. To variira glede na starost: predvsem mladi vedno bolj uporabljajo pametne telefone, medtem ko tisti najstarejši še vedno tradicionalno spremljajo televizijo. Skoraj polovica starih med 16 in 34 let bi izmed vseh naprav najbolj pogrešalo pametne telefone (Ofcom 2014).

Z internetom in digitalizacijo nasploh, interakcija ni več omejena samo na pogovorne šove in tekmovanja na radiu in televiziji, temveč so se te možnosti dramatično povečale (Livingstone in drugi 2004). Ljudje največ dostopajo do medijev doma. Bistveni zaviralci so demografski (starost, spol, družbeno-ekonomski razred, nezmožnost), ki vplivajo tako na materialni kot simbolni ravni na finančno stanje, razumevanje, razpoložljiv čas ter tudi na samo produkcijo, vsebino in način medijskega udejstvovanja. Na drugi strani so vzpodbujevalci: tehnološka in vsebinska zasnova, možnosti izobraževanja odraslih, potrošniška informiranost in zavedanje, zaznano ovrednotenje medijskih dobrin in storitev, samoučinkovitost (veščine in zaupanje pri uporabi novih medijskih tehnologij), družbena omrežja pri podpori in zagotavljanju dostopa, družinska struktura, delo, pri katerem se uporabljajo računalniki, in nove tehnologije (Livingstone in drugi 2004, 6).

Malo je znanega o tem, kako odrasli razumejo spletno vsebino (Livingstone in drugi 2004) – vendar je bilo ugotovljeno, da se pogosto ne zavedajo izvora informacije in jim primanjkuje sposobnosti, da bi izvedeli, iz katerega zornega kota je informacija predstavljena.

Trend prevzemanja rabe interneta med vsemi starostnimi skupinami ne narašča enakomerno, v nasprotju s pričakovanjem: skoraj 100 % je trend prevzemanja rabe interneta med mladimi starimi do 29 let, nato pa njihov delež upada (Prevodnik in Vehovar 2011, 25–26).

Obravnave starejših pri uporabi IKT zahtevajo bolj poglobljen raziskovalni pristop k merjenju uporabe ter načinov uporabe in interesov te specifične skupine. Starost (ki jo običajno opredelimo kot biološko starost) namreč spremljajo različne pomembne družbene posledice, npr. spremenjeni socialni stiki, spremenjeni interesi in aktivnosti, sprememba finančnega položaja, ki je pomembna zlasti z vidika dostopa do IKT opreme in interneta (Prevodnik in Vehovar 2011, 26). Ugotovljeno je bilo še, da imajo mlajši še vedno več stika z razvojem tehnologije, morda so le-to uporabljali pri svojem delu in želijo te aktivnosti ohraniti; starejši pa se morda niso nikoli niti srečali s tem in tudi sedaj te priložnosti nimajo (prav tam). Starejši se nad novimi tehnologijami ne navdušujejo (Jenko in drugi 2007), če to od njih zahteva veliko učenja in/ali prevelik finančni strošek. Pomembno je torej (Prevodnik

in Vehovar 2011, 27), da se tehnologijo prilagodi in podredi človeku in ne nasprotno, kar pomeni, da morajo biti naprave preproste za uporabo in morajo slediti načelu načrtovanja za vse.

Projekt RIS 2005 (v Prevodnik in Vehovar 2011, 31) je pokazal, da je razkorak v pogledu absolutne, relativne in časovne razdalje glede na starost in izobrazbe naraščal: starejši in manj izobraženi so začeli s posvajanje interneta z zamikom, prav tako je bila za ta dva segmenta značilna nižja stopnja rasti. Temu naj bi botrovalo predvsem neznanje in predsodki, vse manj pa je bil poudarjen pomen stroškov, nezanimanje in odsotnosti spletnih vsebin. S posebnim metodološkim pristopom je bilo pokazano, da se glede na starost digitalni razkorak (vsaj do leta 2005) celo povečuje v škodo starejših (več kot 60 let), prav tako glede na stopnjo izobrazbe. Višje izobražene osebe (visoka ali srednja izobrazba) so bile (do leta 2005) v časovni prednosti glede na dostop do interneta v gospodinjstvu v primerjavi z nižje izobraženimi osebami (poklicna ali osnovna šola), pri čemer časovne razlike med omenjenima skupinama podobno kot pri starostnih skupinah naraščajo. Tudi skupine nezaposlenih, upokojencev ter oseb z nižjimi skupnimi dohodki v gospodinjstvu so v primerjavi s skupnim povprečjem ter skupinami zaposlenih, šolajočih (študenti ali učenci) in osebami, ki živijo v gospodinjstvih z višjim skupnim dohodkom, v časovnem zaostanku, ki se je v obdobju 1996-2005 še povečeval (Prevodnik in Vehovar 2011, 31).

Raba IKT v Sloveniji je na dokaj visoki ravni v primerjavi z ostalim svetom, izjema so starejši (Ramovš 2012, 22). Poročilo WEF (World Economic Forum) 2010–2011 o globalni konkurenčnosti (v Ramovš 2012, 22) uvršča Slovenijo med 139 državami na 45. mesto po indeksu globalne konkurenčnosti, na področju tehnološke razvitosti pa na 35. mesto. Celo na 31. mestu pa smo s 64,3 uporabniki interneta na 100 prebivalcev, zato lahko rečemo, da se glede e-pismenosti nahajamo v zgornji četrtini na svetu.

Podatki Eurostata kažejo (v Prevodnik in Vehovar 2011, 12), da je dostop do interneta v Sloveniji porastel od 54 % gospodinjstev (2006) na 68 % gospodinjstev (2010). Na »prisotnost« interneta v gospodinjstvu vpliva predvsem prisotnost otrok (dostop do interneta ima 92 % gospodinjstev z otroki in 59 % gospodinjstev brez otrok). V Sloveniji je 68 % rednih uporabnikov interneta v splošni populaciji od 16 do 74 let, precej nižji pa je ta odstotek med upokojenimi in drugimi neaktivnimi prebivalci, in sicer le 21 %. Podatki tudi kažejo, da starejši internet uporabljajo predvsem za iskanje informacij, povezanih z zdravjem ter blagom ali storitvami in za pošiljanje ter prejemanje elektronske pošte. Ljudje stari med 55 in 74 leti

zelo malo uporabljajo internet za izobraževalne namene ter za branje spletnih novic, časopisov, uporabo spletne televizije ali radia ter neposredno sporočanje

V prvem četrtletju 2011 je dostop do interneta imelo 73 % gospodinjstev pri nas, to število pa je v enem letu naraslo za 5 % (Černuta 2011). Najpogostejši razlog, da so ljudje brez dostopa do interneta, je pomanjkljivo znanje. Najmanj uporabnikov interneta je med ljudmi starimi od 55 do 74 let, od tega jih le 29 % rednih uporabnikov ter 15 % starih med 65 in 74 let, ki so že izvedli enostavnejše računalniške naloge – uporabili iskalnik ter kopirali/premikali datoteke.

Glede uporabe informacijskih storitev smo torej nekje v evropskem povprečju, zelo pa zaostajamo med upokojenim in neaktivnim prebivalstvom – v EU 40 %, medtem, ko pri nas le 24 % (Ramovš 2012, 22). Eurostat (2008) kaže, da so slovenski uporabniki interneta v večji meri nadomestili branje tiskanih novic, časopisov ali revij z branjem spletnih novic (51 % v primerjavi z EU–27 41 %). V manjši meri so osebne stike z državnimi organi nadomestili s stiki preko interneta (25 %, EU–27 pa 36 %). Razvitost specifičnih e-kompetenc v Sloveniji je nad povprečjem EU, a se primerjalni položaj v primerjavi s tujino poslabšuje, saj starejši od 55 let zaostajajo v vseh pogledih (Prevodnik in Vehovar v Ramovš 2012, 22). Verjetno je delno razlog v tem, da gre za generacije, ki so se v zadnjih 10 - 20 letih zgodaj upokojevale in se ravno izognile uvajanju IKT v okviru zaposlitve, vstop v IKT po upokojitvi pa je bistveno težji (Prevodnik in Vehovar 2011, 1). Tuje pa tudi naše raziskave v zadnjem času (npr. Lenarčič 2005) razbijajo stereotip, da starejših ljudi ne zanima uporaba novih IKT, celo več, usvajanje novih znanj se postopno veča.

Na Inštitutu Antona Trstenjaka je bila opravljena raziskava *Potrebe, zmožnosti in stališča prebivalcev Slovenije, starih 50 let in več* (Ramovš 2012, 1), ki se nanašajo na uporabo računalnika in na želje po učenju. Ugotovili so, da računalniška pismenost s starostjo naglo pada, z izobrazbo pa narašča. Dejstvo je tudi, da je število najstarejših z visoko izobrazbo zelo nizko. V povprečju dnevno za računalnik porabijo dobri dve uri, uporabljajo pa ga predvsem za iskanje informacij po internetu, za dopisovanje po e-pošti doma ali v službi, ker to zahteva delo, za razvedrilo – klepetanje v klepetalnicah in sodelovanje v forumih, doma za delovno, osebno, strokovno in drugo dopisovanje ter za poslovanje, konjičke, ustvarjanje. Pojavili so se tudi posamezniki, ki sicer imajo računalnik in ga znajo uporabljati, vendar jim je ta »prerasel čez glavo že v službi« in ga ne morejo več uporabljati. Med tistimi, ki računalnika ne uporabljajo, bi se ga velika večina želela naučiti (682 od 754 anketirancev), zlasti tistih starih med 50 in 54 let, medtem, ko je med starimi 60 let in več delež le 14,4 %.

Za rešitev problematike je pomembno ugotoviti, zakaj si tisti, ki ne uporabljajo računalnika tega niti ne želijo. Večina anketirancev (32 %) je odgovorilo, da nimajo te potrebe in koristi ter da tega ne potrebujejo. 27 % je bilo takšnih, ki menijo, da so prestari, da je prepozno za to, da so »iz prejšnjih časov«. 23 % jih to ne veseli, nimajo volje, želje in interesa po tem. 10 % jih je menilo, da je to zanje pretežko, strah jih je, da bi kaj pokvarili in da to ni za njih. Nekaj je bilo takih, ki tega ne počnejo zaradi slabega vida ali drugih bolezni. Med ostalimi razlogi so navedli še, da čas raje uporabljajo za kaj drugega, da ga sicer znajo uporabljati, a jim ga ni potrebno, da se teh zadev lotevajo drugi družinski člani, da jih računalnik lahko zasvoji ipd.

V najbolj deprivilegiranem položaju glede pridobivanja in ohranjanja e-kompetenc so skupine (Prevodnik in Vehovar 2011, 63), ki so zaznamovane z izobrazbo (nižje izobraženi imajo manj priložnosti in interesa za pridobivanje novih kompetenc), starostjo (starejši značilno manj dostopajo do IKT, jo uporabljajo za različne aktivnosti in tudi v najnižji meri vstopajo v načine pridobivanja teh spretnosti) in druge oblike hendikepa oziroma deprivilegiranosti (predvsem brezposelni, invalidi in druge osebe s posebnimi potrebami, ostali delovno neaktivni, manjšine in priseljenci).

Načini pridobivanja znanja so tisti indikatorji (Prevodnik in Vehovar 2011, 21), ki kažejo, katere so najpogostejše aktivnosti oziroma kanali pridobivanja in ohranjanja e-kompetenc, ki so že v uporabi in katere so v uporabi manj pogosto. Na teh osnovah se lahko gradijo politike spodbujanja razvoja e-kompetenc. Eurostat (2007) kaže, da se pri nas e-kompetence v največji meri pridobivajo s samoizobraževanjem na podlagi knjig in zgoščenk (s praktičnim delom), s formalnim izobraževanjem in z neformalno pomočjo drugih (sodelavcev, prijateljev, sorodnikov). Mlajši Slovenci v primerjavi s povprečjem EU-27 prednjačijo glede načinov pridobivanja e-spretnosti, medtem ko je delež starejših precej nižji od evropskega povprečja. Podobno je pri izobrazbi – bolj izobraženi bolj pridobivajo tovrstne kompetence, tisti nizko izobraženi pa manj, glede na evropsko povprečje. V Sloveniji je tako prisotna dobro motivirana mlajša in bolj izobražena populacija (Prevodnik in Vehovar 2011, 21–22), medtem ko je veliko motivacij in spodbud potrebno usmeriti v skupine starejših in nižje izobraženih.

Izdelana je bila celostna analiza *Evalvacija stanja ter ukrepi za izboljšanje IKT pismenosti – Konkurenčnost Slovenije 2006–2013* (Vehovar in drugi 2008), znotraj katere je bila izvedena empirična študija, ki je posredno merila tudi splošno in IKT pismenosti. Rezultati so pokazali, da se indeks splošne pismenosti in indeks računalniških veščin zelo močno povezujeta, zato ni bilo presenetljivo, da se tudi splošna in IKT pismenost močno povezujeta. Na podlagi

rezultatov so bile identificirane različne skupine (Prevodnik in Vehovar 2011, 43–45), ki se ločijo glede na stopnjo pismenosti in specifične demografske značilnosti. Avtorji projekta so utemeljili, da se indeks splošne pismenosti in indeks računalniških veščin zelo močno povezujeta (66 % ene spremenljivke so lahko pojasnili z drugo). Z združitvijo obeh so določili štiri skupine:

- nizka IKT; srednja splošna pismenost (slabo izobražene starejše ženske) (26 %)
- nizka IKT, nizka splošna pismenost (slabo izobraženi starejši moški) (18 %)
- srednja IKT, visoka splošna pismenost (izobražene ženske srednjih let) (30 %)
- visoka IKT, visoka splošna pismenost (izobraženi, mlajši, šolajoči) (26 %)

Glede na povezavo med IKT in splošno pismenost so bile oblikovane štiri skupine s tipičnimi lastnostmi: v 1. skupini z zelo nizko IKT in srednjo splošno pismenostjo gre predvsem za slabo izobražene starejše ženske, upokoјence, gospodinje in nezaposlene ter zlasti starejše od 50 let, ki svoje računalniške spretnosti ocenjujejo zelo nizko. Relativno redko uporabljajo računalnik in internet ter ostalo informacijsko-komunikacijsko tehnologijo. Večina računalnika ne uporablja. Za 2. skupino se ocenjuje srednja IKT in visoka splošna pismenost, značilna predvsem za izobražene ženske srednjih let. Računalniške spretnosti ocenjujejo relativno visoko in so suvereni v osnovnih računalniških veščinah. V tej skupini je največ ljudi starih od 25 do 49 let, z vsaj srednjo ali visoko izobrazbo, večinoma gre za zaposlene ali šolajoče. Ta skupina najpogosteje obiskuje knjižnice, knjigarne (tudi spletne), kulturne prireditve, kot so gledališče, kino ali koncerti. V 3. skupini je visoka IKT in tudi splošna pismenost, značilna za izobražene mlajše, zlasti stare do 29 let. Nekoliko prevladujejo moški, šolajoči in zaposleni. Svoje računalniške sposobnosti ocenjujejo zelo visoko, v povprečju računalnik uporabljajo okoli 11 ur tedensko, prav tako so v primerjavi z ostalimi skupinami pogosti uporabniki ostale informacijsko-komunikacijske tehnologije. V 4. skupini z nizko IKT in zelo nizko splošno pismenostjo so večinoma moški, starih od 30 let dalje (vendar ne toliko upokoјenci), z nizko izobrazbo, zaposleni ali ne ter šolajoči. Polovica jih ne uporablja računalnika, pa tudi ostalo informacijsko-komunikacijsko tehnologijo redko.

Kot kaže so starost, spol in izobrazba tisti sociodemografski dejavniki, ki najbolj izrazito vplivajo na indeks računalniških veščin. Višja kot je izobrazba respondenta, višji bo tudi indeks računalniških spretnosti, obenem pa je indeks nižji, če gre za starejše respondente in ženske (Vehovar in drugi 2008). S starostjo večine uporabe računalnika padajo. Najbolj

računalniško spretni so ljudje stari od 20 do 24 let, veliko manj tisti, stari med 30 in 39 let, izredno malo pa stari od 50 do 59 let.

Na podlagi analiz posrednih indikatorjev IKT pismenosti, kjer so v anketi spraševali posameznike po samooceni posameznih aktivnosti, povezanih z uporabo računalnika in interneta (v Prevodnik in Vehovar 2011, 46–51), so bile oblikovane naslednje značilne skupine:

1. skupina: srednja IKT pismenost – visoka izobrazba, srednji IKT indeks (59 %). Gre za največjo skupino, saj je tu vključenih kar šest desetih respondentov. V skupini je polovica moških in polovica žensk, prevladujejo pa starostne skupine od 20 do 60 let – gre za respondente, ki so delovno aktivni. V tej skupini je več kot polovica vprašanih zaposlenih. Njihove računalniške veščine so solidne, IKT pa uporabljajo nekoliko manj kot tretja skupina, kjer je IKT pismenost najvišja. V tej skupini je 79 % respondentov, ki uporabljajo internet. V tej skupini je visok delež respondentov, ki imajo dokončano štiriletno srednjo šolo ali več. Relativno visok delež je tudi študentov.

2. skupina: nizka IKT pismenost – starejši, nizka izobrazba, ženske (30 %). Gre za skupino, ki zelo malo uporablja vso informacijsko-komunikacijsko tehnologijo, večinoma jo sestavljajo upokojenci (54 %) in respondenti z nižjo izobrazbo. V tej skupini je nekaj več žensk kot moških, skoraj sedem desetih respondentov te skupine je starejših od 50 let. V tej skupini so respondenti, ki v primerjavi z drugimi redkeje uporabljajo mobilni telefon, bankomat, kar 75 % jih nikoli ne uporablja osebnega računalnika, 89 % jih nikoli ne uporablja DVD predvajalnika. Povprečni indeks spretnosti uporabe računalnika te skupine je seveda nizek. V tej skupini je 76 % respondentov, ki ne uporabljajo interneta.

3. skupina: visoka IKT pismenost – šolajoči, moški – visok IKT indeks (11 %). Za to skupino je značilno, da je delež moških višji kot delež žensk, gre pa za skupino, kjer so nekoliko mlajši respondenti, saj je kar šest desetih respondentov te skupine starih do 24 let. Gre predvsem za skupino šolajočih in respondentov (močni skupini so osnovnošolci in srednješolci), ki imajo končano poklicno šolo. Respondenti te skupine zelo visoko ocenjujejo svoje računalniške skupine, sicer pa pogosteje kot ostale skupine uporabljajo različno informacijsko-komunikacijsko tehnologijo. Več kot devet desetih respondentov te skupine uporablja internet.

7 REŠITVE ZA DOSEGO VIŠJE RAVNI MEDIJSKE PISMENOSTI

Nedavne ustrezne akademske in druge javno razpoložljive raziskave na področju otroške in odrasle medijske pismenosti kažejo, da je slednja večdimenzionalna (Buckingham 2004; Livingstone 2004) - njena narava in obseg sta v prvi vrsti odvisna od namena uporabe medija. Zato so potrebni redukcijski ali mehanični pristopi pri ugotavljanju ravni medijske pismenosti znotraj populacije.

Več raziskav je narejenih na področju otrok kot o medijski pismenosti odraslih (Dennis 2004). Večina raziskav pri proučevanju medijske pismenosti se nanaša na samosporočanje, nasprotno pa se priporoča, da bi bilo več opazovanja, da bi ugotovili, kako se medijska pismenost kaže v vsakdanjem življenju. Veliko raziskav je bilo narejenih na podlagi vprašalnikov (Buckingham 2004), v katerih respondenti odgovarjajo tako kot naj bi bilo, torej dajejo družbeno zelene odgovore – npr. da starši spremljajo otrokovo udejstvovanje z mediji, otroci sebe pogosto dojemajo kot odrasle in takšne, ki poznajo medije ipd. Zato bila potrebna opazovanja, da bi lahko resnično ugotovili medijsko pismenost v vsakdanjem življenju.

Glede izobraževanja se kaže potreba po razvoju novih načinov doseganja večje učinkovitosti medijske vzgoje tudi zunaj izobraževalnih ustanov (Buckingham in Livingstone 2004).

Zato Buckingham (2004) razširja Ofcomovo definicijo medijske pismenosti in pravi, da sta narava in doseg posameznika največ odvisna od posameznikovega namena uporabe medija. Medijska pismenost tako ni samo kognitivne, racionalne narave, temveč vključuje tudi emocionalne odzive, uživanje in kulturno bogatenje. Je veliko več kot zgolj učenje samozaščite pred slabim. Strokovnjaki, ki se ukvarjajo z medijsko pismenostjo, morajo slednjo bolje raziskati v praksi.

Trend gre v smeri multimetod (Livingstone s sodelavci 2004), ki so zasnovane tako kvalitativno kot kvantitativno. Priporočene so longitudinalne zbiralne študije podatkov, ki merijo skozi čas. Treba je proučevati povezavo med mediji in medijsko pismenostjo in se vprašati, kako so določeni oviralci povezani z določenim medijskim tekstom ali tehnologijo ter kako je medijska pismenost pogojena s specifičnim medijem. Potrebno se je zavedati, da lahko mediji sami povečujejo ali zmanjšujejo medijsko pismenost in da so medijski proizvajalci tisti, ki imajo zelo pomembno vlogo.

Potreben je vesplošen trud tako na lokalni, regionalni kot nacionalni ravni (Hobbs 2010). Bistven je čas, da se pripravi primerna infrastruktura in človeški viri, ki bodo prinesli digitalno in medijsko pismenost do vseh državljanov.

Globalno gibanje za medijsko pismenost se razvija povsod po svetu (Frau-Meigs in Torrent 2009). V EU je medijska pismenost prioritetejnega značaja 21. stoletja. Zajema namreč vse medije, tako televizijo in film, radio in glasbo, tisk, internet in ostale nove tehnologije digitalnega komuniciranja. Je bistvena kompetenca ne samo za nove, mlade generacije, temveč za ljudi vse starosti, za starše, učitelje in medijske strokovnjake. Ker gre za tako ključno vprašanje, ki je bistveno za evropski družbeni in kulturni razvoj, naj bi vse države v EU že do leta 2011 razvile preliminarne metrike za merjenje ravni medijske pismenosti med prebivalci (Hobbs 2010).

Skozi generacije je očitno, da sama tehnologija ni dovolj. Mobilni telefoni, video igrice, družbena omrežja in internet ne bodo avtomatično izboljšali izobrazbe, nič bolj kot radio in televizija. Kljub temu, da otroci in mladi uporabljajo digitalne medije, ne pomeni nujno, da so pametnejši ali bolj pismeni. Nove digitalne tehnologije lahko celo povečujejo motnje npr. pri delu domačih nalog ipd. Računalniki so doma primarno uporabljeni za zabavo, razen, kadar so namerno rabljeni za aktivno učenje (Duke University v Hobbs 2010).

Tako imenovani vzpodbujevalci bi pripomogli k povečanju medijske pismenosti in zavedanju njene pomembnosti v širši javnosti ter pri izzivih strokovnjakov v prihodnosti (Ofcom 2004, 55): pomembna je že sama zasnova medijskih in komunikacijskih tekstov. Če so slednji in tehnologija dobro zasnovani za svoje uporabnike, potem so zahtevane spretnosti medijske pismenosti manjše in nasprotno, slabše zasnovani zahtevajo višjo medijsko pismenost. Odgovornost za povečanje medijske pismenosti, zlasti v hitro spreminjajočem se komunikacijskem okolju, leži tako na medijskih ustvarjalcih kot na občinstvu. Izobraževanje odraslih mora temeljiti na učenju dostopanja in razumevanja, še bolj pa na sami produkciji. Treba je ozaveščati potrošnike, kar je ključno pri vzpostavljanju zaupanja v medijsko vsebino in institucije ter povsod tam, kjer je to še posebej potrebno. Ljudje se morajo zavedati, da z internetom in digitalnimi tehnologijami veliko pridobijo, s tem se povečuje tudi sama medijska pismenost. Pomembna je tudi samoučinkovitost, ki pomeni mešanico spretnosti in samozavesti pri uporabi medijev. Slednja spodbuja nadaljnje raziskovanje in učenje, njeno pomanjkanje pa lahko deluje ovirajoče. Več ljudi, ko bo komuniciralo prek družbenih omrežij in prek e-pošte, bolj se bo ta težnja povečevala v posamezni skupnosti. Bolj ko je skupnost

»žičnata«, večje koristi bodo od tega. Pomembna je družinska struktura - družine z otroki imajo višjo raven medijske pismenosti, saj otroci želijo vedno nove in nove tehnološke pridobitve, starši pa jim želijo to omogočiti. Tisti, ki se na delu soočajo z novimi medijskimi tehnologijami, imajo več izkušenj s tem, te pa prenašajo tudi na uporabo doma. Ljudje so pogosto motivirani in navdušeni nad spremembami v medijskem okolju, to pa jih vodi v preizkušanje novih priložnosti (Dennis v Ofcom 2004, 56). Ob tem so negotovi, zaskrbljeni in razočarani zaradi prvotnih izkušenj. Bolj ko regulatorji, vzgojitelji, potrošniške skupine, podjetja in vladne organizacije delajo skupaj, da bi ljudem omogočili, da se poglobijo in širijo svoje izkušnje in strokovno znanje medijev, informacij in komunikacije, bolj se bo medijska pismenost povečala.

Ena izmed rešitev je lahko akcijski načrt (Hobbs 2010), s katerim se da doseči, da ljudje vseh starosti ne samo uporabljajo digitalna orodja, pač pa tudi ugotovijo, da je dobro biti informiran, vključen ter biti odgovoren potrošnik in producent. V okviru tega je potrebno digitalno in medijsko pismenost uvesti v formalno in neformalno izobraževanje skozi družbeno edukativno gibanje. Vzgojiteljem, razvijalcem kurikulumov in snovalcem politik se priporoča pet izzivov pri izboljševanju programov za digitalno in medijsko pismenost (Hobbs 2010, 52): v ospredje je potrebno postavljati spretnostno uporabo namesto uporabe usmerjene v orodja; naslavljati tveganja, povezana z medijsko in digitalno tehnologijo; razširjati koncept pismenosti; povečati sposobnost ljudi, da kakovostno in kredibilno ocenjujejo sporočila ter uporabljati novice in novinarstvo v formalnem izobraževanju mladih. Potrebno je najti pravo ravnovesje med zaščito in opolnomočenjem z mediji ter se resno odzivati na prava tveganja povezana z mediji in digitalno tehnologijo. Potrebno je pomagati ljudem vseh starosti, da se naučijo ločevati med kakovostnimi informacijami, oglaševalskimi pritiski in škodljivimi »smetni« (prav tam).

Za razvoj medijske pismenosti so potrebne veščine razvite doma in v šolah (Hobbs 2010), pa tudi v knjižnicah, muzejih, izvenšolskih programih, lokalnih informacijskih centrih, univerzah in neprofitnih organizacijah. Tako šole dosežejo otroke in mladostnike, univerze mlade, knjižnice in programi zaposlene in nezaposlene odrasle. Potrebno je maksimizirati učinkovitost z razvojem lokalnih formalnih in neformalnih programov, ki dosegajo tudi specifične subkulture.

Knjižnice širši javnosti zagotavljajo dostop do računalnikov in spleta ter ponujajo programe za uporabo tehnoloških orodij. Navadno omogočajo individualno pomoč pri iskanju

informacij, zato gre za eno bolj osebnih in učinkovitih oblik izobraževanja (Hobbs 2010). Knjižnice pomagajo ljudem pri iskanju služb, novic, izobrazbe, storitev, družbenih stikov ter tudi državljske aktivnosti.

Pri nas je naloga Vlade RS v naslednjih letih najprej omogočiti e-kompetence tistim, ki si tega želijo naučiti, hkrati s tem pa mora potekati informiranje večine ostalih ljudi starih nad 55 let, ki se računalnika ne želijo naučiti (Ramovš 2012). Dobra informacija je najboljša motivacija, zlasti če poteka po metodi socialnega učenja iz prakse za prakso ob živem zgledu številnih vrstnikov, ki uspešno usvajajo večino računalniške pismenosti (Ramovš 2012, 27). Glede na to, da skoraj tri četrtine slovenskih 50-letnikov in starejših, ki računalnika ne zna uporabljati in si tega niti ne želijo, obstaja skrb, da bodo do konca življenja odrezani od informacij in sodobnega javnega e-poslovanja. Stroka in politika morata zato poznati razloge za njihova odklonilna stališča, le tako bosta našli načine, da bi vsaj del teh ljudi spremenilo stališče v smeri pripravljenosti za e-opismenjevanje. V Sloveniji potekajo različna plačljiva in brezplačna izobraževanja odraslih in starejših za uporabo IKT. Učni servisi s tržno ponudbo ali z denarjem EU in slovenskih razpisov računalniško opismenijo morda nekaj odstotkov starejših (Ramovš 2012).

Ramovš (2012, 28–34) med drugim predlaga model prostovoljskega družabništva dijakov z upokojenci ob učenju računalništva za zadovoljevanje potreb po računalniškem opismenjevanju starejših ljudi in krepitvi medgeneracijske solidarnosti. Model se kaže kot stvarna možnost, da se večina starejših ljudi, ki to želi, računalniško opismeni v nekaj letih. Rezultati kažejo, da je v enem letu rednega druženja dijaka in upokojenca ob učenju računalnika dosežena zadovoljitev obeh potreb, računalniško opismenjevanje in medgeneracijsko sodelovanje, torej je model pravšnja rešitev za oba aktualna problema.

Ideja e-vključenosti (*»e-inclusion«*), ki jo v mnogih dokumentih zadnja leta podpira Evropska komisija, je doseči, da pri izkoriščanju prednosti IKT nihče ne zaostaja (npr. Digital agenda for Europe 2010). Ob tem podpira ideje, kot so *»design for all«*, katere bistvo je, da je mogoče in izvedljivo narediti IKT produkte, ki jih lahko uporabljajo vsi potencialni uporabniki brez večjih prilagoditev ter *»assistive technology«* (podporna tehnologija) kot pomemben vezni člen med prevladujočimi IKT tehnologijami in potrebami oseb s posebnimi potrebami (Prevodnik in Vehovar 2011).

Kot možnost se ponujajo tudi *Potencialne aktivnosti za večanje e-kompetenc v ciljnih skupinah* (Vehovar in Prevodnik 2011, 60–61), s katerimi bi prek ključnih ponudnikov lahko

optimalno fokusirali pristop k spodbujanju pridobivanja novih in ohranjanja obstoječih e-kompetenc posameznikov. Te aktivnosti so ključne za vzpostavljanje okolja, ki bo spodbudno za razvoj in pridobivanje e-kompetenc.

Pri šolajočih (formalni izobraževalni sistem: otroci, šolarji, dijaki, študenti) so ključni agenti formalno izobraževanje - šolski sistem (vrtci, OŠ, SŠ, postsekundarno izobraževanje), neformalno izobraževanje v neprofitnih organizacijah, samoizobraževanje in mediji. Bistvene akcijske prioritete so v vsebinah v slovenskem jeziku (predvsem OŠ) ter določitvah (opredelitvah) kompetenc oziroma veščin za uporabo IKT, ki naj bi jih imeli/pridobili s formalnim izobraževanjem na različnih ravneh izobraževalnega sistema v Sloveniji. Poleg tega še prepoznavanje in seznanjanje s pravicami in problematiko zasebnosti in varnosti v rabi IKT ter razvoj koncepta »open labs« po Sloveniji. Končno pa tudi zagotavljanje dostopa do računalniške in programske opreme (sofinanciranje), finančno ugodnejši dostop do IKT in interneta in medgeneracijsko povezovanje - projekt E-šolstvo, ki je v teku – kontinuirane aktivnosti na področju.

Ključni agenti za delovno aktivne, torej zaposlene v izobraževanju (sektorju formalne izobrazbe: učitelji, predavatelji, asistenti, svetovalci ...) so interna izobraževanja (kolektivi šol, aktivni posameznih področij ipd.), formalno izobraževanje (pedagoške smeri srednjih šol in terciarnega izobraževanja), neformalno izobraževanje prek specializiranih ponudnikov izobraževanj ter samoizobraževanje. Za to skupino je najpomembnejša določitev in opredelitev ključnih kompetenc oziroma veščin, ki so za učinkovito in smiselno rabo IKT potrebne pri pedagoških delavcih – standardizacija znanj oziroma veščin (npr. podpora iniciative e-kompetentnega učitelja, npr. www.sio.si in projekta e-šolstvo, ki razvija standarde e-kompetentnega učitelja, računalnikarja in ravnatelja oziroma e-kompetentne šole na primarni in sekundarni ravni) ter uvedba sodobnih vsebin o uporabi IKT v formalne izobraževalne programe za pedagoške delavce (na osnovi standardiziranih modelov ključnih kompetenc). Poudarek je tudi na ustreznih učnih vsebinah, predvsem v slovenskem jeziku (gradiva za učitelje in iniciative za oblikovanje gradiv za učence) in zagotovitvi ustreznih pogojev dela za vse pedagoške delavce (uporaba IKT pri pripravah in pri poučevanju). Pomembna je tudi ustrezna motivacija (formalno priznavanje znanj in spretnosti – npr. uvedba certifikatnega sistema, upoštevanje pridobljenih kompetenc; standard e-kompetentnega učitelja) ter spodbuda sodelovanja med učitelji – dostop do učnih gradiv in deljenje le-teh med njimi. Ne nazadnje pa tudi smiselna uporaba IKT pri poučevanju in učenju.

Neformalno izobraževanje pri specializiranih ponudnikih izobraževanj, interna izobraževanja in samoizobraževanje so ključni agenti za delovno aktivne (torej aktivno prebivalstvo staro 15 let in več, razen zgoraj omenjenih skupin). Pri teh je akcijska prioriteta formalizacija pridobljenega znanja (certifikati, priznavanje spretnosti).

Kar se tiče ključnih agentov podobno velja za delovno neaktivne – brezposelne, saj znanje lahko pridobivajo prek neformalnega izobraževanja pri specializiranih ponudnikih izobraževanj, s samoizobraževanjem in neformalnim izobraževanjem v neprofitnih organizacijah. Tudi tu je bistvenega pomena formalizacija pridobljenega znanja (certifikati, priznavanje spretnosti), poleg tega pa še spodbude za povečevanje »splošne pismenosti« (predvsem z vidika funkcionalne pismenosti), zagotavljanje izobraževanja in usposabljanja (predvsem za nižje izobražene segmente) – zavod za zaposlovanje, centri za svetovanje (ponudniki brezplačnih izobraževanj) ter zagotavljanje podpore uporabnikom. Dodatno pripomorejo tudi promocije uporabe spletnih strani za e-participacijo (npr. občinske spletne strani, strani upravne enote, različnih društev ipd.), zagotavljanje dostopa do IKT in aplikacij ter finančno ugodnejši dostop do IKT in interneta.

Za ostalo delovno neaktivno populacijo staro 50 let in več ter predvsem za upokojene in starejše od 60 let so ključni agenti neformalno izobraževanje pri specializiranih ponudnikih izobraževanj in neprofitnih organizacijah, samoizobraževanje in mediji. Bistveni za izboljšanje stanja so ukrepi za »prestopanje praga« (prva uporaba IKT in interneta) – predstavitev prednosti uporabe IKT in zagotavljanje podpore uporabnikom (primeri dobre prakse, npr. inštrukcije zavoda Zlata leta). Potrebne so ustrezne – potrebam specifičnih skupin prilagojene - vsebine v slovenskem jeziku ter spodbude za povečevanje »splošne pismenosti« (predvsem z vidika funkcionalne pismenosti). Nadalje tudi zagotavljanje storitev in aplikacij z že uveljavljenimi tehnologijami (npr. mobilni telefon) in vlaganje v razvoj »prilagojene« računalniške in programske opreme potrebam starejših (glede na najpogostejše težave, npr. slabovidnost, sluh, blažje oblike motorične oviranosti). Končno pa tudi prepoznavanje in seznanjanje s pravicami in problematiko zasebnosti in varnosti v rabi IKT, dostop do IKT na javnih točkah s podporo (npr. uradi, knjižnice, šole, pošte ipd.), medgeneracijsko povezovanje, promocija uporabe spletnih strani za e-participacijo (npr. občinske spletne strani, strani upravne enote, različnih društev ipd.) in finančno ugodnejši dostop do IKT in interneta.

Digitalna in medijska pismenost morata postati bistvena dela sodobnega institucionalnega in izven institucionalnega izobraževanja (Hobbs 2010, 52). To pomeni, da morajo biti starši pozorni, zakaj in kako so »ekranizirani mediji« uporabljeni pri otrocih in najstnikih ter uravnavati te aktivnosti z drugimi oblikami igre in učenja. S tem jih bodo zavarovali in opolnomočili. Ljudje vseh starosti morajo ponotranjiti prakse kritičnega zanimanja o tem, kdo je avtor, kakšen je namen in vidik vsakega sporočila (politične kampanje, oglasov, elektronske pošte ipd.). Učitelji morajo uporabljati poučne metode, da bi ugotovili celostno vlog novic in aktualnih dogodkov v družbi, povezav z literaturo, znanostjo, zdravjem ipd. ter graditi »mostove med učilnicami in domom«, da bi podprli vseživljenjsko učenje. Ljudje vseh starosti morajo biti odgovorni in državljanski v svojem komunikacijskem vedenju, medsebojnem spoštovanju in upoštevanju potreb drugih ter tako razviti občutek za druge on in off line. Študenti morajo proizvajati avtentična sporočila za prava občinstva, z uporabo digitalnih orodij, podob, jezika, zvoka in interaktivnosti, da bi razvili znanje in veščine ter odkrili, kako biti učinkovit komunikator. Ljudje morajo biti zmožni najti informacije ter jih deliti, da bi rešili svoje probleme ter razvili sposobnost dostopa, analize, evalvacij, komunikacije ter deljenja idej in informacij, sodelovati v pomembnih družbenih akcijah znotraj lokalnih, nacionalnih ter tudi svetovnih sosesk. Medijski strokovnjaki v novicah in novinarstvu, digitalnih medijih, oglaševanju ter tv mrežah spoznavajo, da vsi pridobimo, če so potrošniki bolj aktivni, namenski in strateški v medijskih navadah. Ko imajo ljudje visoka pričakovanja pri kakovosti novic in zabave, potem je več priložnosti za proizvodnjo kakovostnih produktov.

8 METODOLOGIJA

Da bi prišla do odgovora na raziskovalno vprašanje ali se medijska pismenost razlikuje glede na starost, sem uporabila metodo poglobljenih oziroma polstrukturiranih intervjujev, ki so ena glavnih metod za zbiranje podatkov v kvalitativnem raziskovanju (Prevodnik 2008). Njihova vloga je predvsem v odkrivanju »pomenov, ki jih ljudje pripisujejo svojim izkušnjam in družbenemu okolju« (Legard v Prevodnik 2008, 4). Poglobljeni intervjuji omogočajo pogled v globino, odkrivanje novih smernic, odpirajo nove razsežnosti problemov ter omogočajo dostop do jasnih in točnih mnenj, ki izhajajo iz osebnih izkušenj (Walker 1988, 4).

Uporabila sem delitev generacij po J. Novak (2014), ki deli šest različnih generacij, glede na to kdaj so bili njeni pripadniki rojeni in v kakšnem medijskem okolju so živeli. V analizi sem uporabila le pet različnih generacij, torej generacije Z, Y, X, baby-boom (BB) in tiho generacijo (T), ljudi stare od 0 do 87 let. V času generacije GI ali »greatest generation« (tako jo poimenuje Brokaw 1998, ker naj bi bila najbolj produktivna v času velike depresije v ZDA, ki je nato doživela še drugo svetovno vojno) so se informacije širile predvsem od ust do ust in časopisja ter nimajo dosti izkušenj z drugimi mediji, zato bi bili manj primerni za analizo. Poleg tega imajo tudi sodobne raziskave, ki sem jih vključila v teoretični del, najstarejše proučevane generacije stare od 65 do 74 let, kar ustreza tihi generaciji Novakove in je zato tudi bolj primerljivo s teoretičnim delom naloge.

Tabela 8: Delitev generacij po J. Novak

GENERACIJA	OBDOBJE ROJSTVA	STAROST
GI	1901 – 1926	88-113
TIHA	1927-1945	69-87
BABY-BOOMERSI	1946-1964	50-68
X	1965-1980	34-49
Y	1981-2000	14-33
Z	2001 – 2014	0-13

Vir: J. Novak (2014).

Glede na to kategorizacijo sem izbrala pripadnike posamezne »medijske generacije«, ki so najprej izpolnili samoevalvacijski vprašalnik za vrednotenje kompetenc digitalne pismenosti, preverjenega v študiji V. Mlinar (2013). Tako sem dobila osnovne podatke o digitalnih kompetencah respondentov, ki so mi bili v pomoč pri nadaljevanju raziskave, kjer sem

uporabila metodo poglobljenih intervjujev. Za vsako od petih kategorij sem izbrala dva intervjuvanca, skupaj jih je bilo deset: dva osnovnošolca (13 let), študentka (23 let) in prodajalec (28 let), dipl. kadrovski organizator (34 let) in serviser dvigal (36 let), dipl. vzgojiteljica pred. vzgoje (52 let) in električar (54 let) ter upokojenka (73 let) in upokojenec (79 let). Ker študije, navedene v teoretičnem delu predvidevajo, da sta poleg starosti družbeno-ekonomski status in spol bistvena določevalca medijske potrošnje, sem intervjuvance izbirala tudi na podlagi teh dveh spremenljivk.

8.1 VPRAŠALNIK ZA VREDNOTENJE KOMPETENC DIGITALNE PISMENOSTI

Namen samoevalvacijskega vprašalnika je dejansko ugotavljanje razvitosti kompetenc digitalne pismenosti ter prva informacija o respondentovih izkušnjah na področju rabe informacijsko komunikacijske tehnologije, s katero sem dobila okvirno sliko o respondentovih znanjih, spretnostih in kompetencah na tem področju (Mlinar 2013). Trditve v vprašalniku so se nanašale na določena vedenja in opravila v zvezi z rabo informacijsko komunikacijske tehnologije in bile razdeljene v štiri temeljne vsebinske sklope:

1. Temeljna informacijska znanja
2. Izdelava in oblikovanje besedil
3. Uporaba interneta
4. Uporaba elektronske pošte.

Vsako trditev je respondent ocenil z eno izmed treh ocen:

1. Sploh ne drži zame (ocena 0)
2. Delno drži zame (ocena 1)
3. Drži zame (ocena 2).

Glede na število točk v samoevalvacijskih vprašalnikih - vsak je lahko dosegel od 0 do 90 točk, so bili respondenti uvrščeni v kategorijo digitalnih kompetenc, ki jih ta predvideva, in sicer (Mlinar 2013):

Število točk

1. SKUPINA :
od 63 do 90 točk
(70% - 100%)

Ocena

Vajeni ste uporabe računalnika ter glavnih računalniških aplikacij v smislu iskanja, zbiranja, obdelave in uporabe informacij, tako za delo kot v prostem času. Informacije

obravnavate kritično in znate ločevati med realnim in virtualnim svetom v smislu resničnosti in zanesljivosti informacij.

2. SKUPINA:
od 36 do 62 točk
(40% - 69%)
Uporaba računalnika ter glavnih računalniških aplikacij vam ni tuja, težko pa bi rekli, da je s tovrstno uporabo dosežena kompetenca digitalne pismenosti v celoti. Nekoliko več pozornosti bi bilo potrebno nameniti redni uporabi računalnika in računalniških orodij z namenom doseganja samostojnega in kritičnega iskanja, oblikovanja in uporabe informacij tako za delo kot v prostem času.
3. SKUPINA:
manj kot 36 točk
(manj kot 40%)
Verjetno ste z uporabo računalnika in glavnih računalniških aplikacij začeli pred kratkim, ali pa ste njegovi uporabi posvečali nekoliko manj časa. Predlagamo pogostejšo rabo, z namenom doseganja samostojnega in kritičnega iskanja, oblikovanja in uporabe informacij tako za delo kot v prostem času.

Dobljeni rezultati so mi služili kot izhodišče za oblikovanje konkretne ocene za vsakega posameznega kandidata. Podatke sem dopolnila s točnimi ugotovitvami po posameznih vsebinskih sklopih, v smislu izpostavljanja tako dobrih kot slabih področij razvitosti digitalnih kompetenc. Na ta način so bili podatki bolj celoviti, natančni, individualizirani ter opremljeni s konkretnimi napotki v podporo razvoju manjkajočih dimenzij digitalne kompetence za vsakega vprašanega posameznika (Mlinar 2013). Te rezultate sem primerjala med posameznimi generacijami; s tem sem dobila predvsem tehnični vidik rabe komunikacijskih orodij in njihovo poznavanje.

8.2 POGLOBLJENI INTERVJUJI

Vsak respondent je najprej izpolnil samoevalvacijski vprašalnik, nato pa sem z njim opravila poglobljeni intervju. Tako sem preverila odnos respondentov do medijev in komunikacijskih orodij ter njihova stališča in razloge za to. Za to metodo sem se odločila, ker sem lahko vodila intervjuvance skozi vprašanja ter jim bila v pomoč pri razumevanju, zlasti pri starejših generacijah. Ker gre za intervjuje odprtega tipa, sem pri tem naletela na določene

problematike, s katerimi se respondenti soočajo in na katere sama pred raziskavo nisem pomislila.

Razdeljeni so bili na tri tematske sklope, vsebovali so tudi demografske podatke (spol, starost in izobrazbo/poklicni status):

- a.) Dostop, uporaba in čas namenjen različnim medijem in digitalni tehnologiji.
- b.) Stališča do medijev in sodobne tehnologije.
- c.) Kritično in analitično pridobivanje informacij ter njihovo ovrednotenje.

Vprašanja sem oblikovala na podlagi vprašalnika telefonske ankete o odnosih med ljudmi in novimi tehnologijami e.SOCNET (CMI FDV 2009).

Odgovore sem nato primerjala najprej v odnosu do samoevalvacijskega vprašalnika na ravni posameznika, nato pa še generacije med seboj. Zapisala sem bistvene ugotovitve, v diskusijo pa vključila le signifikantne trditve, ki so še posebej pomembne za moje raziskovalno vprašanje.

9 REZULTATI

9.1 REZULTATI SAMOEVALVACIJSKEGA VPRAŠALNIKA

Izmed vseh desetih respondentov se jih je sedem uvrstilo v prvo skupino in tako zbralo največ, to je od 63 do 90 točk (70 %–100 %), ena respondentka – (¹BBŽ52) v drugo, od 36 do 62 točk (40 %–69 %), oba upokojenca (TŽ73 in TM79) pa nista dosegla nobene točke in se zato uvrstila v tretjo skupino, z manj kot 36 točkami (manj kot 40 %) (PRILOGE A, B in C).

V prvo skupino, v katero sodijo ljudje vajeni rabe računalnika ter znajo kritično presojati informacije, sta se tako uvrstila oba osnovnošolca (ZM13a in ZM13b), oba predstavnika generacije Y (Ž23 in M28) in X (M34 in M36) ter en predstavnik BB (M54). Pri tem so predstavniki generacij Y, X in BB dosegli vseh 90 možnih točk (100 %), predstavnika generacije Z pa 81/90 (M13a) in 76/90 (M13b). Slednjima so bila jasna temeljna informacijska znanja, ZM13a je le delno poznal *osnovne tipe datotek, oblikovati tabele, določiti nastavitve tiskanja spletne strani*, a ni poznal *ukaza Najdi za iskanje določene besede ali fraze znotraj urejevalnika besedil ter poslati e-pošte več prejemnikom hkrati*. Podobno je tudi ZM13b le delno poznal *glavne dele računalnika (procesor, trdi disk ipd.) in glavne vhodne enote za vnos podatkov, osnovne tipe datotek, vstavljanje in oblikovanje tabel, funkcije odgovori, odgovori vsem in posreduj znotraj e-pošte ter natisniti e-sporočilo, sploh pa zanj ni držalo, da zna uporabiti funkcijo zamenjaj, znotraj urejevalnika besedil, uporabljati ukaza razveljavi in uveljavi, nastavitve tiskanja spletne strani ter poslati pošto več prejemnikom*.

Predstavnica generacije BB Ž52 se je uvrstila v drugo skupino, kar pomeni, da ji raba računalnika ni tuja, ni pa digitalno pismena v celoti. Več pozornosti bi morala nameniti rabi računalnika, da bi dosegla samostojno in kritično iskanje informacij. Poznala je osnovne funkcije, zataknilo pa se je pri *poznavanju fizičnih delov računalnika* ter pri *zahtevnejših opravilih z datotekami (urejevanje, premikanje ipd.)*, *shranjevanju na različne medije* ter *poimenovanju pod drugim imenom, kopiranju in premikanju znotraj več odprtih dokumentov, vstavljanju in oblikovanju tabel, zahtevnejšim ukazom znotraj urejevalnikov besedil*,

¹ BBŽ52 - prva črka pomeni generacijo, druga spol, številki starost respondenta

upravljanju s priljubljenimi spletnimi stranmi ter nastavitvami tiskanja spletnih strani, pripenjanju datoteke e-sporočilu, premikanjem e-sporočila v mape ter tiskanjem tega.

Oba upokojenca TŽ73 in TM79 sta se z 0 točkami uvrstila v tretjo skupino, ki sicer predvideva vsaj nekaj osnovnega računalniškega znanja, a respondentoma je bilo vsako omenjeno področje (informacijska znanja, oblikovanje besedil, uporaba interneta in e-pošte) tuje.

9.2 POGLOBLJENI INTERVJUJI

Vsem desetim respondentom sem zastavila enaka vprašanja ter po potrebi dodajala in prilagajala podvprašanja (PRILOGA Č). Intervjuje sem posnela z diktafonom in jih potem pretipkala po sklopih (PRILOGA D). Odgovore respondentov različnih generacij sem nato primerjala za vsako vprašanje posebej (nekatera sem v analizi združila), po sklopih:

a) Dostop, uporaba in čas namenjen različnim medijem in digitalni tehnologiji

I. Vprašanje: katere medije uporabljate (tisk, radio, tv, internet), koliko časa in zakaj uporabljate posameznega izmed njih?

ZM13a in ZM13b

Tiska skorajda ne uporabljata, le občasno kakšno revijo (PIL, National Geographic), če slučajno pride pod roke oziroma imata na voljo nekaj časa.

Včasih spremljata radio, pa še to le, če se peljeta v avtu oziroma je spremljevalec na računalniku; poslušata glasbo in ne novic.

Tv gledata uro ali manj na dan, najpogosteje zvečer pred spanjem. Ni važno kaj gledata, pač tisto, kar se trenutno predvaja. Novic ne spremljata, razen, če starši ravno takrat spremljajo večerna poročila in nenamenoma ujameta kaj zanimivega, predvsem športne novice. Tvja v sobi nimata. TV KOT USPAVALO

Največ časa namenita internetu, približno 3-4 ure/dan (ZM13a); med tednom najpogosteje za šolske obveznosti, sicer pa za razvedrilo, predvsem igranje igrice, FB in poslušanje glasbe. ZM13b starši regulirajo dostop do spleta: čez teden ga lahko uporablja le za šolske dejavnosti, čez vikend pa do dve uri/dan za druge dejavnosti. VPLIV STARŠEV

YŽ23 in YM28

Časopis ali »*kakšno lahkotno branje*« prebereta med službenim časom. Gre za Dnevnik in Slovenske novice, ki so ravno tam. Načrtno časopisa torej ne kupita; če jima pride pod roke, ga prelistata, rešita križanko, prebereta tisto, kar ju slučajno zanima (odmevnejše dogodke in športne vsebine), s časopisom si predvsem krajšata čas med delovnim časom.

YŽ23 radio posluša v avtu in v službi, ki služi zlasti kot spremljevalec in predvajalnik glasbe. Če slučajno ujame novice, jih posluša, medtem ko YM28 radia sploh ne posluša.

Tv spremljata pred spanjem, največ dve uri na dan, tisto kar je trenutno na sporedu. (TV KOT USPAVALNIK in DEL RITUALA). YM28 se pozanima le o športnih predvajanjih in jih tudi načrtno spremlja prek TVja, YŽ23 pa občasno načrtno vklopi tv, da spremlja informativno oddajo z namenom, da je »*malo na tekočem, kaj se dogaja*«. Najpogosteje ima tv in radio vklopljena vsaj zato, da »*nekaj čeblja in da ni vse tiho*«. Verjetno bi jo na daljši rok pogrešala, čeprav je ne spremlja vsakodnevno.

Največ se poslužujeta interneta – če čas dopušča tudi do tri ure/dan, po delih (»*Uporabljam internet, ker je tam vse, kar je v poročilih*«). Če potrebujeta informacijo, najprej preverita na spletu, ostali mediji jima služijo bolj v razvedrilne namene. YŽ23 splet uporablja še za študijske dejavnosti in za administrativna dela v službi.

XM34 in XM36

XM34 tiska skorajda ne uporablja, če že, priložnostno v službi predvsem za razvedrilo in kratkočasje, »*zagotovo pa ne za iskanje informacij, ker so tam itak že stare*«. XM36 občasno pobrska za tehničnimi revijami (deli za popravila ipd.), sicer pa prav tako le občasno preleti dnevno časopisje, ki ga lahko »*danes dobiš vsepovsod*«. Ne gre ponj zavestno, prebere pa kaj, če ga to resnično pritegne.

XM34 radio posluša bolj malo, le na kratki poti na delo v avtomobilu, medtem ko je XM36 velik del delovnika v avtu, kjer je radio njegov spremljevalec in tudi vir informacij.

Tv spremljata bolj malo, občasno, v večernih urah. Gledata tisto, kar je takrat na sporedu, predvsem razvedrilo pa tudi novice, če ravno pridejo vmes. »*Tv ni pomembna zame*.« (XM36).

Največ uporabljata internet; predvsem spremljata novice, družbene medije (XM34), vreme, ostale informacije. Do spleta dostopata prek pametnega telefona, prenosnika in tvja.

BBŽ52 in BBM54

Spremljata tisk, radio, tv in uporabljata internet. BBŽ52 spremlja informativno spletno stran 24ur.com in bere dnevno časopisje, vsaj pol ure/dan, ko se vrne z dela. Naročena je na revijo Lady. Čez dan ima priklopljeno tv ali radio – slednjega da bolj naglas, če jo kaj posebej zanima (npr. novice). Občasno ga posluša tudi v službi. Veliko spremlja tv, razvedrilne oddaje, serije pa tudi informativne oddaje. Med kuhanjem brska po spletu, saj ima prenosnik v kuhinji, največ informacij dobi prek interneta in tvja, predvsem doma.

BBM54 največ posluša radio (do tri ure/dan), saj je v službi veliko v avtomobilu. *»Radio poslušam zavestno, zanimajo me novice, stanje na cestah. Je eden glavnih virov informacij in vsakdanjih dogodkov.«* Sicer ima naročen dnevnik Slovenske novice, a jih doma ne utegne prebrati, pač to stori med odmorom v službi – preleti naslove, prebere zgolj zanimivosti, redko celotne članke ter reši križanko. Tv spremlja predvsem v večernih urah (do 2 uri/dan); bolj razvedrilo in tisto, kar je na sporedu, predvsem pa športne vsebine. Tv ni bistven vir novic: *»Nisem doma, zato, da bi spremljal Dnevnik«*, saj te dobi čez dan, predvsem prek radia, časopisov in interneta. *»Informacije se itak podvajajo: eno in isto slišiš večkrat, le v različnih oblikah«*.

TŽ73 in TM79

Spremljata dnevno časopisje, radio in tv, ne uporabljata pa interneta. Dnevno časopisje prebereta zjutraj po zajtrku. TM79 ima naročnino na Slovenske novice in Nedeljski dnevnik. *»V glavnem preberem vse. Je to že kar taka navada, da je zjutraj na vrsti časopis od začetka do konca. Če imam več časa bolj obširno, sicer bolj na kratko.«* (TM79).

Na radiu spremljata predvsem postaje, kjer se vrti slovenska domača glasba in ni toliko oglasnih sporočil. Radio je sicer spremljevalec, a ni glavni vir informacij, kot sta tv in časopis. Tv redno spremljata. Ne samo razvedrilne oddaje, temveč predvsem televizijska poročila na različnih kanalih in urah (torej tista ob 18. in ob 19.) *»Dnevnik in vreme zmeraj gledam.«* (TŽ73).

Interneta ne uporabljata, ker nimata računalnika in ga ne obvladata. Obema informacije na spletu poiščejo otroci ali vnuki.

II. Vprašanja: katero sodobno tehnologijo uporabljate, zakaj (delo, izobraževalni nameni, razvedrilo ipd.) in kje ste se je naučili uporabljati? Kje dostopate do spletnih vsebin (pametni telefon, računalnik, tv ...)?

ZM13a in ZM13b

Sodobno tehnologijo uporabljata predvsem za šolske namene in komuniciranje. Računalniških veščin in varnosti na spletu sta se naučila v šoli (tudi v okviru izbirnega multimedijskega predmeta), veliko pa s sovrstniki, ki imajo radi računalnike. VPLIV SOVRSTNIKOV

YŽ23 in YM28

Uporabljata sodobno tehnologijo za študijske dejavnosti (YŽ23) in pridobivanje informacij, čeprav YŽ23 prizna, da večji del časa nameni razvedrilnim vsebinam (glasba, filmi, informativni portali). Pove še, da je razne razvedrilne vsebine prej brala v revijah, ki jih je občasno tudi kupovala, zdaj pa so te dostopne na spletu, brezplačno. BREZPLAČNE VSEBINE! YM28 pove, da se je digitalnih veščin naučil sam oziroma s prijatelji. *»Je pa res, da ni ne vem kakšna znanost. Verjetno zato, ker sem odraščal s tem in mi je lažje.«* (YM28).

XM34 in XM36

XM34 dostopa do spleta predvsem prek pametnega telefona (*»Je vedno pri roki.«*), pa tudi prenosnika in tvja. Išče predvsem razvedrilo (informacije o avtomobilizmu, tehniki ipd.), splošne informacije in novice. Spletne nakupe in bančništvo opravlja raje na prenosniku, ker se mu zdi varneje. *»Naučil sem se sam, to ni nič takega«*. Tudi XM36 informacije išče na spletu, ker lahko v vsakem trenutku dobi informacijo, ki jo želi. V službi računalnika ne potrebuje, zato razvedrilne vsebine (glasbo, filmi, igrice) in tehnične podatke dobi na domačem prenosniku. Prek pametnega telefona dostopa do spleta občasno, če gre za bolj nujne stvari, povezane z delom (dnevno obveščanje ipd.). Digitalnih veščin se je naučil sam, s pomočjo prijateljev in brez dodatnega izobraževanja.

BBŽ52 in BBM54

BBM54 vsakodnevno dostopa na splet, kjer brska za informacijami, ki ga zanimajo: spletne trgovine, izdelki, informacije, manj pa za vsakodnevne novice, saj jih posluša na radiu. Prenosnik uporablja predvsem doma, do spletnih vsebin pa večino dostopa prek pametnega telefona. Čeprav ima možnost spletnega dostopanja prek televizije, tega ne uporablja, ker ima prenosnik v dnevnem prostoru in tako vedno pri roki. Digitalno tehnologijo uporablja enakovredno za razvedrilo in iskanje informacij. Naučil se je uporabljati v nekdanji službi, ki je zahtevalo računalniško znanje, zaradi česar je bil primoran, da se je nauči. Poleg krajšega izobraževanja je bistveno znanje pridobil samoiniciativno in s pomočjo sodelavcev. Nasprotno BBŽ52 do spleta prek pametnega telefona ne dostopa, temveč predvsem doma prek prenosnika. Dostop ima tudi v službi, a samo delo ne zahteva uporabe računalnika. V

okviru tega so sicer imeli krajše izobraževanje, a je bilo zanjo to prezahtevno. »Nisem računalniški strokovnjak in več časa potrebujem, da ozavestim to novo znanje, da sem prepričana vase. Moram reči, da so mi pri tem predvsem pomagali otroci.« Na spletu išče novice, zanimive članke za delo in razvedrilo, tekoče dogodke.

TŽ73 in TM79

Uporabljata samo stacionarni in mobilni telefon zlasti za pogovore s sorodniki.

III. Vprašanje: katera družbena omrežja uporabljate in zakaj?

ZM13a in ZM13b

»Ne vem, Facebook imam, ker ga vsi uporabljajo.« (ZM13a). Uporablja ga za dogovarjanje, ohranjanje stikov in komuniciranje. Redkokdaj kaj objavi na svojem profilu, saj so ga v šoli podučili o spletnih nevarnostih ter varovanju osebnih podatkov. Občasno prek FB dobi šolsko gradivo; slednje mu služi namesto e-pošte, ki jo uporablja predvsem za prijavo spletnih igrice. Prav tako ZM13b pravi, da ima na svojem profilu objavljeno le ime in priimek, ne pa na primer podatka o tem, kje živi »To ne bi bilo varno.« Tudi on je bil o tem informiran na šolskem predavanju. FB uporablja, ker lahko brezplačno komunicira s prijatelji ter spremlja objave svojega odbojarskega kluba. BREZPLAČNA KOMUNIKACIJA

YŽ23 in YM28

YŽ23 uporablja FB, ker se ji zdi, da ji zadostuje in ne potrebuje še drugih profilov. Dnevno dostopa, najpogosteje prek pametnega telefona, ki ji samodejno javlja novosti. Ne pomeni ji veliko, ji pa je v pomoč pri brezplačnem komuniciranju s prijateljicami, dogovarjanju ter tudi kot vir informacij, saj tam prebira profile spletnih medijev, prek katerih potem dostopa do spletnih strani. »FB uporabljam, ne vem zakaj, ker ga pač imam.« pa pravi YM28, ki dostopa le občasno, za krajši čas, predvsem za dogovarjanje z določeno skupino ljudi za športno aktivnost. NE VEM! + BREZPLAČNA KOMUNIKACIJA

XM34 in XM36

XM34 uporablja FB in Twitter tako za osebne kot poslovne namene. Osebno za ohranjanje stikov, zabavo, poslovne pa za povečevanje prodaje. Na oba profila dostopa pogosto, večkrat dvnevno, po nekaj minut vsaki dve uri, najpogosteje prek mobilnika, ki ima vključeno sinhronizacijo in je vseskozi povezan. Nasprotno XM36 nima profila na nobenem družbenem

omrežju, saj sam zase pravi, da ni »tip človeka, ki bi objavljaj svoje podatke, jih delil in se na ta način razkazoval« kot to počnejo nekateri uporabniki tovrstnih omrežij, ki po njegovem mnenju lahko v nekaterih primerih ogrožajo lastno varnost.

BBŽ52 in BBM54

Oba imata profil na FB. BBŽ52 se ga je sprva sicer zelo branila, a je po menjavi službe želela ostati v stiku z nekdanjimi sodelavkami. Poleg tega ga uporablja za razvedrilo med drugimi opravili, na primer kuhanjem kosila. Ne objavlja svojih podatkov, niti ne objavlja drugih stvari, le komentira objave drugih. Do FBja dostopa tudi prek pametnega telefona, ko je kdaj v čakalnici in ima čas.

BBM54 ima profil, ker ga imajo prijatelji, s katerimi se dogovarja za športne aktivnosti. Ko je ravno priklopljen, preleti še objave drugih in prebere kakšno zanimivost. Do FBja dostopa predvsem prek pametnega telefona, ki ga samodejno obvešča o novostih, zlasti ko ima čas, da se kratkočasi.

TŽ73 IN TM79

Nimata svojega profila, čeprav vesta, da družbena omrežja obstajajo. TŽ73 pravi, da ji je sicer to všeč, a je sama prestara za to. Tudi če bi jo kdo želel naučiti, ne bi želela, ker ji zdravje tega ne dopušča. Tudi TM79 se ga ne želi naučiti uporabljati, ker niti nima računalnika, poleg tega pa pravi, da ga ne potrebuje, česar pa ne uporabljaš redno, tudi pozabiš, kako uporabljati.

IV. **Vprašanje:** uporabljate pametni telefon in zakaj?

ZM13a in ZM13b

ZM13a ima običajni mobilnik, a z aplikacijami, s katerimi lahko dostopa do spleta, medtem, ko ZM13b uporablja pametni telefon. Kupili so jima ga starši, ki ga ZM13b-ju pred spanjem vzamejo. Služi jima predvsem za klicanje, kratka sporočila za komuniciranje s starši in prijatelji. ZM13b z njim dostopa predvsem na FB, da brezplačno klepeta s prijatelji.

YŽ23in YM28

Uporabljata pametni telefon predvsem za klice in smse. YM28 občasno tudi za dostop do spleta, medtem ko YŽ23 to počne pogosteje, preverja e-pošto, FB ipd., uporablja pa ga tudi namesto mp4 predvajalnika glasbe.

XM34 in XM36

XM34 pametni telefon uporablja bolj za dostopanje do interneta kot za klice, ki so drugotnega pomena. Nasprotno XM36 telefon še vedno primarno uporablja za klice, smse, mmse, občasno za kakšno igrico in splet.

BBŽ52 in BBM54

Imata pametni telefon, ki ga uporabljata predvsem za klicanje in pošiljanje smsov, mmsov. BBM54 pogosteje kot BBŽ52 dostopa do spleta in FBja, mobilnik pa uporablja tudi za pošiljanje e-pošte, igrice in aplikacijo fotokamere, ki jo potrebuje pri terenskem delu.

TŽ73 IN TM79

Imata mobilnik z osnovnimi funkcijami, ki ga uporabljata za klicanje.

b) Stališča do medijev in sodobne tehnologije

I. Vprašanje: kaj si na splošno mislite o medijih (klasičnih in spletnih), kaj pomenijo za vas in ali jim zaupate?

ZM13a in ZM13b

Predstavnika Z generacije menita, da je naloga medijev komentirati dejanja ljudi ter obveščati ljudi o vsakdanjih dogodkih, politiki ipd. Ne razmišljata o njih, niti ne o njihovi verodostojnosti, ker ju to ne zanima. POMANJKANJE INTERESA

YŽ23 in YM28

Mediji jima pomenijo vir informacij o vsakdanjih dogodkih. YŽ23 pravi, da je prav, da mediji obstajajo, ker so se ljudje navadili, da jih obveščajo o nevarnostih, stanju v državi, vsakdanjih dogodkih. Glede tega jim verjame in zaupa, nekoliko manj (zaradi slabih izkušenj) rumenim medijem in njihovim temam, saj naj bi jim šlo le za povečanje naklade in s tem dobička. Tudi YM28 meni, da nekateri mediji objavljajo novice le toliko, da nekaj objavijo zaradi zaslužka, pri tem pa ne pazijo na kakovost vsebine. Zato selektivno izbira medije, ker so nekateri »bolj na nivoju«. Ne zaupa jim povsem, a nekaterim bolj kot drugim. Kljub temu nadaljuje, da zanj nimajo pomembne vloge, saj spremlja le tisto, kar ga zanima. KRITIČNOST, DRUGI INTERESI

XM34 IN XM36

Po mnenju XM34 so mediji že takšna stvar navade, da bi težko shajali brez njih, je pa res, da je veliko nepomembne medijske vsebine, ki jo je treba selektivno izbrati. Nadaljuje, da je naloga medijev v osnovi obveščati, a pogosto so zadaj skriti interesi, najpogosteje kapital. *»Najbolj klikana spletna stran pri nas je polna oglasov, to je posel.«* Pomembnejše novice in informacije najpogosteje spremlja na spletu, ker jih lahko preveri pri različnih virih in si sam ustvari mnenje, zato jim tudi bolj zaupa, medtem, ko lahkotne objave npr. v tisku le preleti, ali so prave ali ne, mu niti ni pomembno. Tudi XM36 podobno pravi, da so mediji v službi ljudi, da jih obveščajo. Tudi on stoodstotno ne verjame vsemu, kar prebere, zato se pozanima pri različnih virih ter o informacijah tudi razpravlja z drugimi ljudmi. Zaveda se, da večja branost medija pomeni večji zaslužek in da imajo mediji vpliv na ljudi.

BBŽ52 in BBM54

Naloga medijev je korektno seznanjati ljudi s tekočimi dogodki ipd., čeprav temu ni vedno tako, pravi BBŽ52. Obsoja medijsko senzacionalnost in medijske linče malih ljudi ter na drugi strani neprofesionalnost in nekorektnost ustvarjalcev medijskih vsebin, ki so posledica vpliva politike in kapitala na medije. Zato jim zaupa selektivno, glede na svoj notranji občutek. BBM54 meni, da so bili mediji vedno pomembni, saj ustvarjajo neko javno mnenje, ne glede na to ali gre za politične ali druge vplive (zlasti glede resnih tem, ob tem pa se sprašuje, koliko in če sploh so pomembni rumeni mediji). Zanj nimajo zelo velike vloge, ker *»za vsako novico nekdo stoji zadaj«*. Novico sprejme takšno kot je, z njo se ne ukvarja in je ne preverja.

TŽ73 in TM79

TŽ73 pravi, da so mediji pomembni, saj poročajo o dogodkih. Ker je zaradi slabšega zdravstvenega stanja manj aktivna, vse izve prek njih in zaupa njihovim objavam. *»Menim, da je tisto, kar vidim na tv in preberem v časopisu pravilno.«* TŽ79 jim prav tako zaupa in poudari, da mediji dandanes razkrivajo več nepravilnosti kot v preteklosti. Mediji tako opravljajo svojo osnovno funkcijo, stanje pa je boljše kot nekdanj. Dodatno novic ne preverja, ker meni, da v vsakem primeru ne moreš vsega popolnoma preveriti.

POVEČEVANJE KRITIČNOSTI S STAROSTJO

II. Vprašanje: kaj menite o sodobni tehnologiji, kako pomembna je za vas in ali ji zaupate?

ZM13a in ZM13b

Oba jo uporabljata in pravita, da je dobra, ker je z njo lažje (in brezplačno) komuniciramo, iščemo informacije. Rada jo uporabljata vsakodnevno in bi bila težko brez. Poudarita nekaj negativnih vidikov: s tem, ko gre vse na splet propada papirna industrija, preveč časa preživimo s tehnologijo, kot se družimo zunaj ter omenita varnost osebnih podatkov, zaradi česar ne uporabljata spletnega nakupovanja ali bančništva ter ne objavljata svojih podatkov na spletu brez premisleka.

YŽ23 in YM28

Sodobna tehnologija je pomembna, ker živimo v takih časih in smo se nanjo tako navadili, da bi težko bili brez. Kljub temu, da jo vsakodnevno uporabljata in ji zaupata, YM28 v nasprotju z YŽ23 ne uporablja spletne banke ali opravlja spletnih nakupov, ker se mu to ne zdi dovolj varno. Uporablja jo torej pri manj pomembnih opravilih, sicer pa preferira medosebno komunikacijo.

XM34 IN XM36

»Sodobna tehnologija je vedno dobrodošla, vsak dan novejša.« XM34 jo uporablja vsakodnevno za veliko opravil, zaupa ji ter meni, da je natančnejša in manj zmotljiva kot človek. *»Raje se poslužujem te, kot pa da zadeve urejam osebno, saj opravilo naredim, ko imam čas, pa še dokaz imam.«* Podobnega mnenja je tudi XM36, a je pri njeni uporabi bolj selektiven: uporablja jo pri manj pomembnih zadevah, pomembnejše stvari pa opravlja osebno, ker meni, da so podatki npr. na spletu lahko zlorabljeni.

POVEČANJE RABE IN KRITIČNOSTI S STAROSTJO

BBŽ52 IN BBM54

Sodobna tehnologija je v redu, če se ne zlorablja, pravi BBŽ52 in ob tem izpostavi, da je mladim njena raba samoumevna in lažja, ker so rasli skupaj z njo, sama pa mora v to vlagati veliko truda in volje. Kar jo je res zanimalo, se je naučila s pomočjo otrok in moža. *»Dandanes je svet tako naravnan, da jo potrebujemo in bi težko preživeli brez nje.«* Zaupa ji, a ne toliko, da bi urejala finančne stvari ali nakupovala prek spleta. Za BBM54 je dobrodošla, saj lahko v vsakem trenutku komunicira z ljudmi po svetu, kupuje prek spleta ipd. *»Svet je postal majhen zaradi tega«*. Meni, da je pozitivna v mejah normalne uporabe, dokler te ne zasvoji in se zato prekine medosebna komunikacija. Uporablja spletno banko, opravlja spletne nakupe ipd., kar mu je enakovredno kot osebno urejanje. *»Recimo, da je varno, popolne*

varnosti tako ali tako ni.« Kljub temu preceni, kje objavlja osebne podatke (zlasti ne na družbenih omrežjih).

TŽ73 IN TM79

Sodobne tehnologije ne uporabljata (razen osnovnega mobilnika in televizije, radia), a jo pozdravljata. Menita, da doživlja zelo hiter razvoj in da je tako prav. Kljub temu pravita, da je zanju prepozno, da bi se spopadla z njo, ker je v času njune mladosti še ni bilo, zdaj pa bi jo premalo uporabljala in zato pozabila, kako se uporablja.

c) Kritično in analitično pridobivanje informacij ter njihovo ovrednotenje.

I. Vprašanje: kje najpogosteje iščete informacije, zakaj tam in ali te informacije preverjate še pri drugih virih?

ZM13a in ZM13b

Informacije pridobivata na spletu, ker se tam hitreje najdejo kot drugje (npr. v knjižnici). Ne obiskujeta istih spletnih strani, temveč vtipkata iskalno geslo v brskalnik ter preverita zadetke. Informacije, ki se pojavljajo v več zadetkih, so zanju pravilne in jih načeloma dodatno ne preverjata. ZM13a se zanese na lasten občutek, včasih pa prebrano dodatno preverja še pri prijateljih.

YŽ23 in YM28

»Na spletu vedno najdem, kar iščem.« pravi YŽ23 in doda, da pomembnejše informacije preveri na več zadetkih, ki jih ponudi brskalnik ter se o tem pogovori še z družino. YM28 prav tako išče informacije na spletu, ker je to najbolj »priročno« (sploh če brskaš prek pametnega telefona, ki ga »imaš vedno pri roki«). Nepomembnih informacij ne preverja, pomembnejše pa najprej poišče na spletu, nato pa se posvetuje še v družini in pri prijateljih.

XM34 IN XM36

Informacije pridobivata na spletu, ker je v vsakem trenutku dostopen in nudi ogromno informacij. Če gre za pomembnejše informacije jih preverita pri različnih virih.

BBŽ52 in BBM54

BBŽ52 informacije enakovredno pridobiva prek tvja, radia in interneta, a vseeno preferira osebno komunikacijo. Tako stvari ureja na uradih in pravi, da je v tem smislu bolj »tradicionalna«. Novice same načeloma ne preverja drugje, saj se zanese na lasten občutek, o tem pa razpravlja tudi z okolico. BBM54 informacije pridobiva prek radia in jih ne preverja, če pa ga kaj posebej zanima, preveri še na spletu ali kje drugje oziroma se pozanima pri prijateljih in družini.

TŽ73 in TM79

Za informacije se obrneta na otroke in vnuke ali pa se pozanimata prek telefona. Pogovarjata se tudi s prijatelji in družino. Novic, ki jih dobita iz medijev dodatno ne preverjata.

II. Vprašanje: ste družbeno aktivni, zakaj in kako?

ZM13a in ZM13b

Nista družbeno aktivna, včasih svoje mnenje objavita le na FBju. Zdi se jima prav, da ljudje opozarjajo na družbene probleme in ZM13b ne zanika možnosti, da bo to kdaj v prihodnosti počel.

YŽ23 in YM28

Nista družbeno aktivna, YM28 pravi, da ga to ne zanima, ker pač ni za to, kljub temu, da se ne strinja z vsem, kar se v družbi dogaja. »Mislim, da so za to drugi ljudje, da se s tem ukvarjajo.«

XM34 in XM36

Prav tako nista družbeno aktivna, čeprav »... bi bilo dobro, da bi se odzvali in ne da samo govorimo in ne naredimo nič.« Menita, da nista za to in da je dosti drugih, ki se s tem ukvarjajo.

BBŽ52 in BBM54

»Velikokrat imam v glavi, kaj vse bom povedala, pa potem, tam tudi ostane.« BBŽ52. Razmišlja, analizira in kritično ocenjuje družbene tematike, a o njih razpravlja le v neposredni okolici. Tudi BBM54 ni družbeno aktiven, saj »... če bi imel občutek, da bi kaj prispeval, potem bi, tako pa tega ni«.

TŽ73 in TM79

Menita, da je prav, da se opozarja na nepravilnosti in da so bile in so stvari, s katerimi se ne strinjata, a nista (bila) nikoli aktivna na tem področju.

III. Vprašanje: poznate termin medijska pismenost? Kaj si predstavljate pod to besedno zvezo?

ZM13a: »Nisem še slišal. /.../ Gre za to, da lahko razbereš podatke iz interneta.«

ZM13b: »Nisem še slišal. /.../ To pomeni, da se naučiš brati in pisati s spletom.«

YŽ23: »Slišala sem že za MP«. Pomeni ji dvoje: pismenost samih medijev – korektna in pravilna objava prispevkov ter nasprotno, da so pismena tudi medijska občinstva, da znajo pripraviti in objaviti članke.

YM28: je že slišal za MP in si pod tem predstavlja, da zna posameznik upravljati s tehnologijo, telefoni, računalniki, spletom ipd.

XM34: »Slišal sem že za MP in zame to predstavlja, da poznaš različne medije, jih znaš uporabljati, interpretirati novice ter poiskati in preverjati informacije.«

XM36: je že slišal za termin MP, razlaga pa si jo tako, da razčleni besedno zvezo, torej »mediji so nekaj, kar nas spremlja vsak dan«, »pismenost pa je način izražanja, npr. da poznaš kratice, kot je LOL, torej, da veš, kaj pomenijo takšne stvari v spletni komunikaciji.«

BBŽ52: pravi, da pozna termin MP, ki zanjo pomeni obvladovanje računalnika. Ker ga sama uporablja le, kolikor je nujno in ker pogosto potrebuje pomoč otrok, sama zase meni, da medijsko zelo »pol-pismena«.

BBM54: je že slišal za MP in si pod tem predstavlja, da posameznik zna uporabljati računalnik in splet, poiskati informacije, ki ga zanimajo, spremljati različne medije.

TŽ52: »Nisem še slišala za MP. Nimam pojma, kaj bi to bilo.«

TM79: *»To pa ne vem. Kako je to mišljeno? Verjetno gre za medije, ki te obveščajo.«*

IV. Vprašanje po tem, ko sem respondentom razložila termin medijske pismenosti: kako pomembna je po vašem mnenju za družbo?

ZM13a: *»MP se mi zdi pomembna, a je odvisna od posameznika – nekateri so takšni, drugi ne in ne moreš jih v to prepričati, ne glede na starost./.../ Nekateri moji sošolci ne uporabljajo sodobne tehnologije.«*

ZM13b: MP je pomembna ter meni, da so ljudje medijsko pismeni, tudi njegovi sovrstniki.

YŽ23: MP je pomembna tudi z vidika ohranjanja pravilnega slovenskega jezika.

YM28: MP je pomembna, zlasti tehnološki del, saj tehnologijo potrebujemo povsod.

XM34: *»MP naj bi bila pomembna, težko pa povem, kako določiti, kdo je MP in kdo ne. Sam zase mislim, da sem, glede na moje potrebe, pa v resnici morda nisem.«*

XM36: meni, da je MP pomembna za družbo, a se sam na to področje ne spozna in težko komentira.

BBŽ52: MP se ji zdi pomembna. Zase pravi, da je medijsko pismena, ker spremlja družbeno dogajanje, o tem razmišlja in razpravlja, čeprav ji manjkajo tehnične kompetence.

BBM54: *»MP je pomembna, ker živimo v takih časih, da brez tega težko funkcioniraš oziroma ti olajša življenje. Ljudje so vedno bolj medijsko pismeni, sploh mlajši, naše generacije pa zelo odvisno od posameznika: pogosteje tisti, ki uporabljajo računalnike v službi.«*

TŽ73: *»Sama na slepo ne verjamem kar vsemu, dandanes pa imamo veliko informacij.«* Pravi je, da so ljudje medijsko pismeni in meni, da je danes dovolj ljudi MP.

TM79: *»Razpravlja se zadosti, a ljudje na položajih poskrbijo, da se nikoli nič ne zgodi v pravi smeri.«*

V. Vprašanje: kako komentirate naslednjo trditev – 'Mlajši imajo več digitalnih veščin in tehnološkega znanja, a manj izkušenj iz realnega življenja, v primerjavi s starejšimi, ki so bolj izkušeni, a jim je tehnologija bolj tuja'? Menite, da se medijska pismenost razlikuje glede na starost?

ZM13a: se strinja s trditvijo in še enkrat potrdi, da je MP bolj odvisna od osebnosti kot od starosti.

ZM13b: se strinja in poudari, da so mladi bolj za računalnike, starejši pa bolj kritični. MP se razlikuje glede na starost.

YŽ23: *»Ljudje so definitivno različno MP glede na starost.«* in nadaljuje, da so manj MP osnovnošolci, ker še nimajo tak razvitega besednega zaklada in ne poznajo terminov ter raznolikosti medijev, starejši pa ne morejo več toliko slediti tehnologiji. Po njenem so najbolj MP ljudje, ki veliko uporabljajo računalnik za pomembna opravila, torej dijaki, študenti in zaposleni, medtem ko ga mlajši uporabljajo za manj pomembne stvari, kot so igrice in trači. Starejši se poslužujejo tradicionalnih medijev in knjig.

YM28: ljudje, sploh mladi, so bolj pismeni kot včasih, problematični so starejši. *»Ljudje različnih starosti so različno medijsko pismeni, starejši se težje lotevajo sodobnih stvari, ker niso z njimi odraščali, danes pa vsak mulc ve, kako in kaj.«*

XM34: se strinja s trditvijo.

XM36: se strinja s trditvijo in opozori na to, da so mladi pogosteje na spletu, a se manj zavedajo realnega življenja. *»Na internetu si lahko vse, v realnosti pa ne, to je problem za mlade.«*

BBŽ52: se strinja s trditvijo in dodaja, da *»Mladi kljub digitalnim sposobnostim ne znajo selektivno presojati zadev ter zaradi pomanjkanja izkušenj verjamejo marsičemu. Znanje in izkušnje so idealna kombinacija.«* *»MP se vsekakor razlikuje glede na starost. Mladi imajo svoje izkušnje in drugačne medijske vplive kot starejši, zato prihaja do razhajanj v pogledih. Vedno mladi mislijo, da so starejši staromodni, starejši pa da mladi nimajo dovolj izkušenj.«*

BBM54: *»Se strinjam s trditvijo, seveda je razlika: mladi so navajeni informacije poiskati na spletu, drugi si pomagajo drugače.«*

TŽ73: se strinja s trditvijo in tem, da se MP razlikuje glede na starost.

TM79: se strinja in dodaja, da *»... gre tehnologija naprej, stvari se izboljšujejo, mladi drugače razmišljajo, starejši pa imajo prakso, zato bi morali sodelovati. Oboje mora biti: praksa in teorija.«*

10 DISKUSIJA

Rezultati evalvacijskih vprašalnikov kažejo, da sta najbolj informacijsko in digitalno pismeni generaciji Y (od 14 do 33 let) in X (od 34 do 49 let), nekoliko manj Z (od 0 do 13 let) in BB (od 50 do 68 let). Pri slednji se je predstavnik BBM54 sicer uvrstil v prvo skupino, predstavnica BBŽ52 pa v drugo, medtem ko sta se oba ZM13a in ZM13b sicer uvrstila v prvo skupino, a imata pomanjkljivo znanje zahtevnejših funkcij. V primerjavi z njima ima BBŽ52 še manj kompetenc. Predstavnik generacije T (od 69 do 87 let) nimata nikakršnih tovrstnih kompetenc.

Ti rezultati so skladni z odgovori v poglobljenih intervjujih. Respondenti, ki so dosegli nižje število točk v evalvacijskih vprašalnikih, so tudi v poglobljenih intervjujih izražali manj zanimanja za sodobno tehnologijo, njeno poznavanje in rabo ter bili bolj tradicionalni v medijski rabi.

V raziskavi je opazen predvsem t. i. drugi digitalni razkorak, torej tisti, ki kaže na razlike v izkušnjah pri rabi tehnologije. Slednja je dostopna vsem respondentom, kar pomeni, da razlogi za njeno nerabo niso materialne narave, pač pa v (ne) zmožnostih na ravni rabe, pomanjkanju interesa ter neenakosti predvsem na ravni starosti, ki je bila tu bistven kriterij (sicer pa še spol, družbeni razred, etničnost in geografska pripadnost). Očitna je digitalna razslojenost med mlajšo digitalno elito, digitalnim srednjim razredom in digitalnimi skeptiki ter skupino digitalno šibkih. Ali drugače: med mladimi, ki se najpogosteje poslužujejo tehnologije, so je najbolj večji ter so vedno manj vključeni v rabo tradicionalne medijske potrošnje, do srednjih generacij, ki tehnologijo sicer uporabljajo v manjši meri zaradi občutka, da jo morajo oziroma če so v to prisiljeni bodisi zaradi dela bodisi vsakodnevne rabe, ob tem pa še vedno spremljajo klasične medije do starejših generacij, ki so tehnološko najmanj aktivni in prisegajo na klasične medije.

Tiha generacija najbolj spremlja tako imenovane tradicionalne medije - tisk, radio in tv. Spremlja jih vsakodnevno in točno ob določenih urah ter jim zaupa. Zaradi starosti in slabšega zdravstvenega stanja so pogosto glavni vir informacij. BB generacija glavne novice in informacije še vedno dobi prek časopisja, radia in tv, vendar informacije že išče na spletu. Najpogosteje se spleta poslužujeta generaciji Y in X, ki ga uporabljata v zelo širokem obsegu

– primarno za iskanje informacij, sicer pa za študijske namene in osebno poslovanje ter razvedrilo. Tudi najmlajša generacija Z pogosto dostopa do spleta, a ga poleg šolskih dejavnosti uporablja predvsem kot dodatni (brezplačni) komunikacijski kanal in igranje igrlic. Na količino časa in izbor spletnih vsebin vplivajo starši, ki jo regulirajo. Raba računalnika in dostopa do spleta narašča od generacije Z prek Y in doseže vrh pri generaciji X, ki ga najširše uporablja (spletno poslovanje, osebni poslovni nameni, komuniciranje, razvedrilo ipd.), medtem ko ga BB kombinira z ostalimi mediji, T pa se ga v tem primeru ne poslužuje oziroma informacije tam črpajo otroci ali vnuki.

Radio je pri generacijah Z in Y bolj naključni spremljevalec in predvajalnik glasbe, pri X in T se že kaže kot pomembnejši vir informacij, najbolj pa pri BB, kjer se izkaže celo za primarni vir novic.

Tv je najpomembnejša za T generacijo, saj je glavni prenašalec novic za starejše, ki te spremljajo ob različnih urah in na različnih kanalih, čeprav priznajo, da se novice podvajajo. BB pogosteje spremlja novice in informacije prek tv, čeprav tv sporeda ne spremlja tako natančno, ker informacije črpa prek dneva tudi drugje. Za ostale generacije Z, Y in X tv postaja vedno manj pomembna, čeprav do tv vsebine lahko dostopajo na vedno več načinov (poleg tv sprejemnika, še prek pametnih telefonov, računalnikov, tablic ipd.). Pogosto jo spremljajo naključno, ob večerih pred spanjem, zato deluje kot »uspavalno« oziroma sredstvo za umirjanje pred koncem dneva. Je nekakšen ritual pred spanjem.

Tisk je še pomembnejši za generacijo T, ki ga prebere natančno in ob točno določenem delu dneva. Del dnevene rutine pomeni tudi za BB, a se tu že kaže, da tisk ne služi zgolj informiranju, temveč vedno bolj za kratkočasenje – odmevnejši prispevki, križanke ipd. Tako X in Y posežeta po njem naključno in nenamerno, medtem ko Z sploh ne (čeprav se zaveda, da je s tem ogrožena papirna industrija). Tisk je za mlajše generacije torej bolj »kratkočasnik« kot pomembnejši vir informacij.

V splošnem generacija Z o medijih ne razmišlja in jih niti kritično ne ocenjuje, ker je ne zanimajo. Kljub temu se zaveda, da je njihova naloga obveščati o družbenih dogodkih ter jih komentirati. Tudi ostale generacije poznajo osnovne namene medijev, so pa z leti vedno bolj kritične do njih: zavedajo se, da medijsko kolesje poganjajo različni interesi (kapital, politika ipd.), zato so glede tega bolj distancirani - izbirajo medije, nekaterim zaupajo bolj kot drugim ter jih tudi kritično ocenjujejo. Končno se zanesejo na svoj lastni občutek oziroma si mnenje ustvarjajo v komunikaciji z drugimi. Kljub temu, da sta zlasti X in BB najbolj kritični, T

ocenjuje, da mediji danes bolje opravljajo svojo nalogo kot v preteklosti. Zanimanje za medije in analiziranje njihove vsebine ter kritičnost in samoiniciativnost pri ustvarjanju mnenja tako narašča s starostjo.

Tudi raba in poznavanje sodobne tehnologije s starostjo narašča: generacija Z jo uporablja za komuniciranje in razvedrilo ter šolske obveznosti, Y poleg tega še za študijske in delovne obveznosti ter poudarja, da s tehnologijo lahko dostopa do vsebin in komunicira brezplačno. X poleg vsega tega rabo še razširi kot strateško prodajno orodje, s spletnim poslovanjem ipd. ter jo uporablja na najrazličnejše načine. Zaradi boljšega poznavanja ji tudi bolj zaupa v primerjavi z Z in Y. Pri X in BB se sicer že kažejo razlike pri posameznikih: na posameznikovo rabo in zaupanje v tehnologijo vpliva tudi to, koliko časa ji namenijo in posledično ali jo uporabljajo pri delu ali ne. Tisti del, ki tehnologijo uporablja tudi v službi, jo več in bolj vešče uporablja, drugi potrebujejo pomoč ali nasvete družinskih članov ali prijateljev. Generacija T je skorajda ne uporablja, ker naj bi zamudila njen čas.

V mlajšem obdobju generacije BB tehnologija še ni bila tako razvita, v domove ljudi in na delovna mesta je prišla naknadno, zato so se v okviru tega udeleževali izobraževanj, vendar so se glavnino naučili sami ali s pomočjo prijateljev, družine. Zanje je delo s sodobno tehnologijo težje, ker je niso vajeni od malega. Še težje se z njo spopada T generacija, ki meni, da je prezahtevna, zdravstveno stanje in starost pa njene predstavnike pogosto ovira pri novem učenju. Na drugi strani jo zlasti generacije Z, Y in X jemljejo kot samoumevno in enostavno. Naučile so se je predvsem samoiniciativno, prek prijateljev, nekaj pa tudi skozi institucionalno izobraževanje. Že Z generacija se zaveda, da je potrebno poznati tudi negativne plati sodobne tehnologije ter posledice tega. S starostjo to zavedanje in kritičnost še narašča, tako kritičnost raste prek Y, X in BB, vendar ji je X še vedno najbolj naklonjena, saj jo najbolje pozna in se zna tudi najbolj obraniti pred morebitnimi negativnimi platmi (vdor v zasebnost, virusi ipd.).

Respondenti vseh generacij razen T imajo profil na FB. Njeni pripadniki sicer bežno poznajo družbena omrežja, ki jim ne nasprotuje, a se jih ne poslužuje, ker nima tehničnih pogojev, torej računalnika ali mobilnika s FB aplikacijo. Tako pri generaciji Z kot Y se je pokazalo, da posamezniki niti ne vedo povsem, zakaj sploh imajo profil oziroma ga imajo zato, ker ga imajo drugi. Na ta način lahko (brezplačno) komunicirajo s (pogosto zaprtimi) skupinami ljudi, z namenom dogovora medosebnega druženja (denimo športne aktivnosti). Poleg tega ga uporabljajo tudi kot razvedrilo (npr. ko imajo odveč nekaj časa) in da preverijo objave

prijateljev in znancev, pa tudi kot vir informacij, saj ima veliko (spletnih in tradicionalnih) medijev svoje profile. Generacija X ga uporablja v najširšem pomenu (poleg tega še Twitter), torej ne samo za osebno rabo, temveč tudi v poslovne namene, zlasti za povečevanje prodaje. Vsi se zavedajo morebitnih nevarnosti ter podatke objavljajo po temeljitem premisleku oziroma sploh ne (zlasti osebnih podatkov). Nekateri so pazljivi celo do te mere, da nimajo svojega profila. Najpogosteje na FB dostopajo prek pametnega telefona.

Generacija Z ima tako osnovne mobilnike (a z aplikacijami kot je denimo FB) kot pametne telefone, ki so jih kupili starši, ki tudi regulirajo uporabo in njihovo namembnost (npr. da so dosegljivi, v primeru prevoza iz šole ipd.). Tudi T generacija uporablja mobilnik, predvsem za klicanje. Generacije Y, X in BB prek pametnih telefonov dostopajo do spleta, imajo veliko različnih aplikacij ter funkcij (mp4), a ga v večini primerov primarno še vedno uporabljajo za klicanje, nato za pošiljanje smsov in mmsov, šele potem za dostopanje do spleta. Le pri delu generacije X se izkaže, da pametni telefon že izgubi osnovno funkcijo klicanja ter se primarno uporablja za dostopanje do spleta (e-pošta, FB ipd.) in kot vsestransko uporaben pripomoček (z najrazličnejšimi aplikacijami).

T generacija se v najmanjši meri poslužuje sodobne tehnologije, a jo pozdravlja. Za vse ostale generacije je dobrodošla, ker je svet danes naravnano k njeni široki uporabi - vsakodnevno in za najrazličnejše namene, predvsem manj pomembne. Marsikdo, ne glede na starost še vedno pomembnejša opravila raje uredi osebno, tu gre najverjetneje za posameznikovo (ne) naklonjenost in (ne) zaupanje tehnologiji. Kritičnost in varovanje osebnih podatkov torej s starostjo narašča vse do T generacije, ki pa je ne uporablja v takem obsegu.

Generacije Z, Y in X informacije najprej iščejo na spletu, ker tam vedno dobijo, kar iščejo, do informacij s tem pridejo najhitreje in v vsakem trenutku, najpogosteje prek pametnega telefona, ki je vedno pri roki. Tem informacijam zaupajo, zlasti če se pojavijo na več spletnih mestih ali pa se o tem dodatno pozanimajo pri drugih ljudeh (če gre za bolj pomembne informacije). Generacija BB informacije enakovredno pridobiva tudi prek drugih kanalov, zlasti tvja, radia in časopisja, preferira pa osebno komunikacijo. T generacija informacije dobiva prek tradicionalnih medijev in z medosebnimi stiki, če pa potrebuje informacijo s spleta, se obrne na družinske člane.

Nobeden izmed respondentov ni družbeno aktiven tako, da bi na kakršenkoli način opozarjal na družbene probleme, kljub temu, da so stvari, ki jih motijo oziroma se strinjajo, da obstajajo nepravilnosti. Menijo, da je prav, da se opozarja na takšne stvari, a da sami niso dovolj

kompetentni za to oziroma imajo občutek, da ne morejo ničesar spremeniti. Po definiciji medijsko pismenega državljana bi ta moral med drugim biti dovolj samozavesten in kompetenten, da se odzove na družbene probleme in opozarja nanje, vendar respondenti tega ne počnejo.

Generaciji Z in T sta priznali, da še nista slišali za termin medijska pismenost, medtem ko ostale generacije so, a so težko razložili njen pomen; najpogosteje so uganili predvsem tehnični vidik (raba tehnologije). To je problematično, saj bi morali ljudje, če želimo nekje v prihodnosti imeti medijsko pismeno sodobno družbo, najprej poznati njen pomen, da bi lahko stremeli k povečevanju ravni medijske pismenosti.

Medijska pismenost je po mnenju vseh generacij pomembna za družbo, se pa razlikuje glede na starost. Vsak respondent je na svoj način in s svojimi besedami povedal, da so mladi bolj tehnološko spretni, zlasti tisti, ki tehnologijo veliko uporabljajo ter se tudi zavedajo nevarnosti, ki spremlja njeno rabo. Zaradi večje prilagodljivosti, splošne aktivnosti v družbi lažje dostopajo in preverjajo različne informacije prek različnih kanalov. A ker imajo manj izkušenj, včasih slabše ocenjujejo dane informacije, v nasprotju s starejšimi, ki jih imajo več. Ti pa so zaradi starostnih omejitev primorani informacije pridobivati (skoraj) zgolj od tradicionalnih medijev takrat, ko so dosegljivi oziroma ne točno v trenutku, ko bi želeli neko informacijo.

11 ZAKLJUČEK

Posebej pomembno je poudariti, da sem za raziskavo uporabila majhen vzorec z omejeno možnostjo posploševanja. Respondenti so bili izbrani predvsem glede na pripadnost različnim generacijam, pazila sem tudi na različno izobrazbeno strukturo, a so vsi prihajali iz istega geografskega okolja. Če bi želela dobiti natančnejše rezultate in boljšo reprezentativnost, bi morala povečati število respondentov ter jih izbirati tudi glede na ostale vidike, torej spol, psihografsko strukturo in geografsko pripadnost. Kljub veliki omejenosti možnosti sklepanja pa raziskava daje vsaj delni vpogled v medijsko pismenost različnih generacij.

Čeprav je medijska pismenost tako zelo pomembna v današnji družbi, da je postala del nacionalnih načrtov sodobnih držav, je ta raziskava pokazala, da njen koncept ni širše znan, oziroma vsaj ne njen pomen v celoti. Ljudje bodo morali najprej postati bolj družbeno aktivni, samoiniciativni, odgovorni akterji (vlada, izobraževalni sistem na vseh ravneh, knjižnice ipd.) pa poskrbeti za osnovne pogoje, da bo biti medijsko pismen omogočeno vsem. Ne glede na to, da je tehnologija na kakršenkoli način že dostopna praktično vsem, je še vedno od posameznika odvisno, ali jo bo uporabljal ali ne. Interes se s starostjo povečuje, a se na določeni starostni stopnji ustavi (glede na posameznikove potrebe) ter začne strmo padati (bodisi ker ni več nujno potrebna v vsakdanjem življenju bodisi ker je današnje starejše generacije niti niso usvojile).

Ljudje so različno medijsko pismeni, glede na to, kateri medijski generaciji pripadajo. Vsaka generacija na nek način drugače uporablja tehnologijo in njeno namembnost ter tudi informacije interpretira in ovrednoti na svoj način. Razlog za to je verjetno v tem, da so si analizirane medijske generacije tako različne: od tistih, ki tehnologije v svojih formativnih letih še niso poznale, prek tistih, ki so jo usvajale v svojih srednjih letih hote ali nehote, do mlajših in najmlajših, ki so se kot pravimo *rodili z njo*. Tudi informacije in njihovi kanali so bili v času najstarejših generacij popolnoma drugačni kot danes. V prihodnje se to utegne spremeniti, saj generacij, ki tehnologije v razvojnih mladih letih niso poznale, ne bo več.

V praktičnem delu magistrske naloge sem tako prišla do podobnih spoznanj kot študije v teoretičnem delu: tehnologija je vedno bolj dostopna vsem, mladi in predvsem srednje generacije jo uporabljajo na najrazličnejše načine in za najrazličnejše namene, kritičnost do tehnologije in medijev narašča s starostjo. Ljudje se že zavedajo pomena digitalne tehnologije

in z informacijami zasičenega sveta, ki jih je treba selekcionirati, analizirati ter kritično ovrednotiti ter različnih vplivov, ki oblikujejo današnji medijski svet, a jim pogosto zmanjka volje in interesa, da bi tudi v praksi to počeli. Lahko bi rekli, da manjka neka notranja, nezavedna, vseživljenjska potreba po razvoju kompetenc medijske pismenosti, ki bo verjetno prišla nekje v prihodnosti, ko bo družba v splošnem dovolj ozaveščena in se bo zavedala tega, kako zelo je medijska pismenost pomembna za sodobno, informacijsko družbo. Nujne so torej spremembe tako ravni vsakega posameznika - spremenjen način razmišljanja, zavedanje specifične sodobnega, tehnološkega sveta, kot na nacionalnih ravneh. Države so v svoje nacionalne načrte za prihodnost že vključile zviševanje ravni medijske pismenosti kot zelo pomemben cilj; osnovne smernice so nakazane in se nekaj malega tudi že kažejo v praksi. Le sodelovanje vsakega posameznika z akterji na nacionalnem (in celo širše, mednarodnem) nivoju, bo raven medijske pismenosti prineslo na zadovoljivo raven, kos sodobnim družbenim izzivom.

12 LITERATURA

- Abercrombie, Nicholas in Brian Longhurst. 1998. *Audiences: a Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage Publications.
- American Academy of Child and Adolescent Psychiatry. 2013. *Children and the news. Facts for families*. 67. Dostopno prek: http://www.aacap.org/cs/root/facts_for_families/children_and_the_news (14.julij 2014).
- Alanen, Leena. 2001. Childhood as Generational Condition: Children's Daily Lives in Central Finland Town. V *Conceptualizing Child-Adult Relations*, ur. Leena Alanen in Berry Mayal, 129-143. London: Routledge.
- Althaus, Scott L. in David Tewksbury. 2000. Patterns of Internet and Traditional News Media Use in a Networked Community. *Political Communication* 17 (1): 21–45.
- Aroldi, Piermarco. 2011. Generational Belonging Between Media Audiences and ICT Users. V *Broadband Society and Generational Changes*, ur. Fausto Colombo and Leopoldina Fortunati 51–68. Berlin: Peter Lang.
- Bentley, Tom. 1998. *Learning Beyond the Classroom*. London: Routledge.
- Bolter, Jay David in Richard Grusin. 1999. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Brečko, Barbara N. in Vasja Vehovar. 2009. *Šolajoči in uporaba IKT*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede. Dostopno prek: http://www.ris.org/2009/01/RIS_porocila/_Solajoci_in_uporaba_IKT (14. julij 2014).
- Brokaw, Tom. 2001. *The Greatest Generation*. New York: Dell Publishing.
- Bromley, Catherine. 2004. Can Britain close the digital divide? V *British Social Attitudes - the 21st report*, ur. Alison Park, John Curtice, Katarina Thomson, Catherine Bromley in Miranda Philips, 73–98. London: Sage.
- Brown, John S. 2000. Growing Up Digital: How the Web Changes Work, Education, and the Ways People Learn. *Change* marec/april: 10–20. Washington: Heldref Publications.
- Buckingham, David. 1996. *Moving Images: Understanding Children's Emotional Responses to Television*. Manchester: Manchester University Press.
- --- 2000. *After the Death of Childhood: Growing up in the Age of Electronic Media*. Cambridge: Polity Press.

- --- 2005. *The Media Literacy of Children and Young People. A review of the research literature on behalf of Ofcom*. London: Centre for the Study of Children Youth and Media Institute of Education University of London.
- --- 2006. Is There a Digital Generation? V *Digital Generations. Children, Young People, and New Media*, ur. David Buckingham in Rebekah Willet, 1–13. NY, London: Lawrence Erlbaum Associates.
- ---- 2007. Media education goes digital: An introduction. *Learning, Media and Technology* 32 (2): 111–119.
- Buckingham, David in Sara Bragg. 2004. *Young People, Sex and the Media: The Facts of Life?*. London: Palgrave Macmillan.
- Bundy, Alan. 2004. *Australian and New Zealand Information Literacy Framework: Principles, Standards and Practice*. Adelaide: Australian and New Zealand Institute for Information Literacy.
- Castells, Manuel. 2001. *The Internet Galaxy: Reflections on the internet, business, and society*. Oxford: Open University Press.
- Colombo, Fausto. 2011. The Long Wave of Generations. V *Broadband Society and Generational Changes*, ur. Fausto Colombo in Leopoldina Fortunati, 19–36. Berlin: Peter Lang.
- Černuta, Luka. 2011. *Uporaba informacijsko - komunikacijske tehnologije v gospodinjstvih in pri posameznikih, Slovenija, 2011 - končni podatki*. Dostopno prek: http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=4240 (14. julij 2014).
- Dennis, Everette E. 2004. Out of Sight and Out of Mind: The Media Literacy Needs of Grown-Ups. *American Behavioral Scientist* 48 (2): 202–211.
- DiMaggio, Paul, Eszter Hargittai. 2001. *From the "digital divide" to digital inequality*. Princeton, Princeton University.
- Dolenc, Danilo, Erna Miklič, Barica Razpotnik, Darja Šter in Tina Žnidaršič. 2013. *Ljudje, družine, stanovanja*. Statistični urad RS. Dostopno prek: http://www.stat.si/doc/pub/Ljudje_druzine_stanovanja.pdf (12. maj 2015).
- Dolničar, Vesna in Jana Nadoh. 2004. *Medijske navade med slovenskimi mladostniki*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Dolničar, Vesna. 2008. *Merjenje dinamike digitalnega razkoraka*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

- Dorr, Aimee. 1986. *Television and Children: A Special Medium for a Special Audience*. Beverley Hills: Sage.
- Erjavec, Karmen in Zala Volčič. 1999. *Odraščanje z mediji: rezultati raziskave mladi in mediji*. 119–136.
- --- 2000. Who wants to be a media literate? *Media education* 47–67. Ljubljana: NUK.
- Erjavec, Karmen. 2000. Medijska pismenost kot pogoj uspešne politične socializacije. Izvirni znanstveni članek. *Teorija in praksa* 37 (4): 672–685.
- --- 2005. Zgodnje medijsko opismenjevanje. *Sodobna pedagogika* 56: 188–202.
- --- 2009. Vzgoja za medije in koncept medijske pismenosti v informacijski družbi. Izvirni znanstveni prispevek. *Sodobna pedagogika* 2: 20–36.
- Eurostat Data in Focus 50/2010. 2010. *Internet Usage in 2010. Households and Individuals*. Dostopno prek: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-QA-10-050/EN/KS-QA-10-050-EN.PDF (14. julij 2014).
- Eurostat News Release. 2010. *Internet Access and Use in 2010*. Dostopno prek: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/4-14122010-BP/EN/4-14122010-BP-EN.PDF (14. julij 2014).
- Facer, Ken, John Furlong, Ruth Furlong in Rosamund Sutherland. 2003. *ScreenPlay: Children and Computing in the Home*. London: Routledge Falmer.
- Fastrez, Pierre. 2009. *Evaluating Media Literacy as Competences: What can we agree on?* FNRS Research Associate at Université catholique de Louvain. Dostopno prek: <http://www.slideshare.net/pfastrez/evaluating-media-literacy-as-competences-what-can-we-agree-on> (12. maj 2014).
- Flichy, Patrice. 2002. New Media History. V *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*, ur. Leah A. Lievrouw in Sonja Livingstone, 136–150. London: Sage.
- Frau-Meigs, Divina in Jordi Torrent. 2009. *Mapping media education policies around the world: Visions, programmes and challenges*. New York: United Nations Alliance of Civilizations.
- Graber, Doris A. 1988. *Processing the news: How people tame the information tide* (2.izd.). New York: Longman.
- Green, Bill, Jo Anne Reid in Chris Bigum. 1998. Teaching the Nintendo generation? Children, Computer Culture, and Popular Technologies. V *Wired Up: Young People and the Electronic Media*, ur. Sue Howard, 19–41. London: UCL.

- Gonzalez, Victor M., Nazean Jomhari in Sri Hastuti Kurniawan. 2012. Photo-based narratives as communication mediators between grandparents and their children and grandchildren living abroad. *Universal Access in the Information Society* 11(1): 67–84.
- Gunter, Barrie. 2003. *News and the Net*. Mahwah NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gunter, Barrie, Ian Rowlands in David Nicholas. 2009. *The Google Generation*. Oxford: Chandos Publishing.
- Hachten, William A. 1998. *The Troubles of Journalism: A Critical Look at What's Right and Wrong with the Press*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hargittai, Eszter in Gina Walejko. 2008. The participation divide: Content creation and sharing in the digital age. *Information, Communication and Society* 11(2): 239–256.
- Hargreaves, Ian in James Thomas. 2002. *New news, old news*. Dostopno prek: <http://www.ofcom.org.uk/static/archive/bsc/pdfs/research/news.pdf> (13. julij 2014).
- Hobbs, Renee. 1998. The seven great debates in the media literacy movement. *Journal of Communication* 48: 6–32.
- --- 2010. Digital and Media Literacy: A Plan of Action. *From the Selected Works of Renee Hobbs*. The Aspen Institute Communications and Society Program. Washington: The Aspen Institute.
- Holloway, Sarah L. in Gill Valentine. 2003. *Cyberkids: Children in the Information Age*. London: Routledge.
- Horton, Forest Woody. 2007. *Understanding information literacy: A primer*. Paris, France: Information Society Division, Communication and Information, UNESCO.
- Howe, Neil in Strauss William. 1991. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow & Company.
- Jenko, Mojca, Jože Guna, Andrej Kos, Matevž Pustišek in Janez Bešter. 2007. Zasnova večpredstavnega konvergenčnega uporabniškega vmesnika kot del koncepta pametnega doma za potrebe starejših. *Elektrotehniški vestnik* 74 (3): 125–130.
- Jones, Sydney in Sussannah Fox. 2009. *Generations Online in 2009*. Pew Research Internet Project. Dostopno prek: <http://www.pewinternet.org/2009/01/28/generations-online-in-2009> (14. julij 2014).
- Kalmus, Veronika, Cecilia von Feilitzen in Andra Siibak. 2012. Effectiveness of teachers and peers' mediation in supporting opportunities and reducing risks online. V

Children, Risk and Safety on the Internet. Research and policy challenges in comparative perspective, ur. Sonia Livingstone, Leslie Haddon in Anke Görzig, 234-254. Bristol: Policy Press.

- Katz, James E. 1998. Struggle in Cyberspace: Fact and Friction on the World Wide Web. *ANNALS, AAPSS*, 560: 194-199. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Končina, Melanija, Darijan Novak in Karmen Erjavec. 2000. *Lifelong learning in the information age: Transnational study on media literacy in the advent of learning societies. Country report. Slovenia*. Ljubljana: Andragoški center.
- Košir, Manca in Rajko Ranfl. 1996. *Vzgoja za medije*. Ljubljana: DZS.
- Kress, Gunther. 2003. *Literacy in the New Media Age*. London: Routledge.
- Larsson, Karin. 2003. Children's on-line life - and what parents believe: A survey in five countries. V *Promote or protect? Perspectives on media literacy and media regulations*, ur. Cecilia Von Feilitzen. Goteborg, Sweden: Nordicom.
- Lawson, Tony in Chris Comber, 2000. Censorship, the Internet and schools: a new moral panic? *The Curriculum Journal* 11 (2): 273–285.
- Lee, Lisa. 2005. Young People and the Internet: From Theory to Practice. *Young Nordic Journal of Youth Research* 13 (4): 315–326.
- Lenarčič, Blaž. 2005. Informatična družba za vse – tudi za stare ljudi. *Kakovostna starost* 8 (2): 39–45.
- Lightfoot, Cynthia. 1997. *The Culture of Adolescent Risk-Taking*. London: Guildford Press.
- Livingstone, Sonia, Giovanna Mascheroni in M.F. Murru. 2011. Social networking among European children: new findings on privacy, identity and connection. *Hermès* 59: 89–98.
- Livingstone, Sonia in Magdalena Bober. 2004. *UK Children Go Online: Surveying the experiences of young people and their parents*. London: London School of Economics and Political Science.
- Livingstone, Sonia, Elizabeth Van Couvering in Nancy Thumim. 2005. *Adult Media Literacy. A review of the research literature on behalf of Ofcom*. London: Department of Media and Communications London School of Economics and Political Science.
- Livingstone, Sonia in Leslie Haddon. 2009. *Kids Online: Opportunities and Risks for Children*. Bristol: The Policy Press.

- Mansell, Robin. 2002. From digital divides to digital entitlements in knowledge societies. *Current Sociology* 50 (3): 407–426.
- Messaris, Paul. 1986. Parents, children and television. V *Inter Media: Interpersonal Communication in a Media World*, ur. Gary Gumpert in Robert Cathcart. New York: Oxford University Press.
- Messaris, Paul. 1994. *Visual 'Literacy': Image, Mind and Reality* Boulder. Colorado: Westview.
- Mesch, Gustavo, S. 2006. Family Relations and the Internet: Exploring a Family Boundaries Approach. *The Journal of Family Communication* 6 (2): 119–138.
- Metzger, Miriam. J. 2009. *Credibility research to date*. Credibility and Digital Media @ UCSB website. Dostopno prek: http://www.credibility.ucsb.edu/past_research.php (14. julij 2014)
- Meyer, Manfred. 1983. *Children and the Formal Features of Television*. ur. Manfred Meyer. Munich: Saur.
- Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport. Direktorat za informacijsko družbo. 2014. *Digitalna Slovenija 2020 – Načrt razvoja širokopasovnih omrežij naslednje generacije do leta 2020*. Dostopno prek: http://www.mizs.gov.si/si/delovna_podrocja/direktorat_za_informacijsko_druzbo/digitalna_slovenija_2020 (28. maj 2015).
- Mitchell, Kimberly J., David Finkelhor in Janis Wolak. 2003. The Exposure Of Youth To Unwanted Sexual Material On The Internet: A National Survey of Risk, Impact, and Prevention. *Youth & Society* 34 (3): 330–358.
- Mlinar, Vera. 2013. *Vprašalnik in smernice za vrednotenje kompetence digitalna pismenost*. Ljubljana: Andragoški center Slovenije. Dostopno prek: http://arhiv.acs.si/Vprasadnik_in_smernice_za_vrednotenje_kompetence_digitalna_pismenost.pdf (20. september 2014).
- Moore, Roy L. in George P. Moschis. 1981. The role of family communication in consumer learning. *Journal of Communication* 31 (4): 42–51.
- Nacionalna komisija za razvoj pismenosti. 2006. *Nacionalna strategija za razvoj pismenosti. Akcijski načrt za razvoj pismenosti za obdobje 2007 – 2013*. Dostopno prek: <http://arhiv.acs.si/publikacije/NSRP.pdf> (14. julij 2014).
- Napoli, Philip M in Jonathan A. Obar. 2013. *Mobile Leapfrogging and Digital Divide Policy. Assessing the limitations of mobile Internet access*. New America Foundation.

Dostopno prek: <https://www.newamerica.org/oti/mobile-leapfrogging-and-digital-divide-policy> (28. maj 2015).

- National Association for Media Literacy Education. 2007. *Core principles of media literacy education in the United States*. Dostopno prek: <http://namle.net/wp-content/uploads/2009/09/NAMLE-CPMLE-w-questions2.pdf> (14. julij 2014)
- Novak, Jill. 2014. *The Six Living Generations in America*. Texas: Texas A&M University.
- Oblak Črnič, Tanja. 2012a. Digitalne razslojenosti: spletna kultura skozi razredno in kulturno diferenciacijo v Ljubljani in Mariboru. *Družboslovne razprave* 71: 39–62.
- --- 2012b. »Biti offline« - Kulturni ali razredni fenomen? *Javnost* 19: 67–84.
- Ofcom. 2014. *Adults' Media Use and Attitudes Report 2014*. Dostopno prek: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/other/research-publications/adults/adults-media-lit-14> (28. maj 2015).
- Ofcom. 2014. *Children and Parents: Media Use and Attitudes Report*. Dostopno prek: http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/media-use-attitudes-14/Childrens_2014_Report.pdf (28. maj 2015).
- Pew Internet & American Life Project. 2009. *Teens and sexting*. Dostopno prek: <http://www.pewinternet.org/Press-Releases/2009/Teens-and-Sexting.aspx> (18. julij 2014).
- Philo, Greg in Mike Berry. 2004. *Bad News From Israel*. London: Pluto Press.
- Potter, James W. 2004. *Theory of Media Literacy. A cognitive approach*. SAGE Publications, Inc. Santa Barbara: University of California.
- Prensky, Marc. 2001. *Digital Natives, Digital Immigrants*. On the Horizon. MCB University Press, 9 (5). Dostopno prek: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (18. julij 2014).
- Prevodnik, Katja. 2008. *Kvalitativna raziskava med učitelji in ravnatelji*. Center za metodologijo in informatiko. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Prevodnik, Katja in Vasja Vehovar. 2011. *E-kompetentni državljani Slovenije danes*. Ciljno-raziskovalni projekt. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

- Ramovš, Jože. 2011. Potrebe, zmožnosti in stališča starejših ljudi v Sloveniji. Predstavitev raziskave prebivalstva Slovenije starega 50 in več let. *Kakovostna starost* 14 (2): 3–21. Ljubljana: Inštitut Antona Trstenjaka.
- Ramovš, Jože. 2012. Uporaba računalnika pri 50 in več let starih prebivalcih Slovenije. Znanstveni in strokovni članek. *Kakovostna starost* 15 (1). Ljubljana: Inštitut Antona Trstenjaka.
- Ramovš, Ksenija. 2013. Medgeneracijsko sožitje in solidarnost. *Kakovostna starost* 16 (4). Ljubljana: Inštitut Antona Trstenjaka.
- Roberts, Donald F. in Foehr, Ulla. 2003. *Kids and Media in America*. New York: Cambridge University Press.
- Rogers, Everett M. 1995. *Diffusion of Innovations* 4. New York: Free Press.
- Rusli, Evelyn M. in Don Clark. 2013. *Facebook CEO Announces Internet Access Project*. Dostopno prek: <http://www.wsj.com/articles/SB10001424127887323608504579025773163440460> (28. maj 2015).
- Salomon, Gavriel. 1983. Television watching and mental effort: a social psychological view. V *Children's Understanding of Television*, ur. Jennings Bryant in Daniel R. Anderson, 181-198. New York: Academic Press.
- Sawano, Yukiko 2002. Comparative Analysis of the Country Case Studied and Recommendation. V *Lifelong learning in the information age: transnational study on media literacy in the advent of learning societies*. Tokyo: Nier, Research Department od Lifelong Learning Policies.
- Sefton-Green, Julian. 1999. *Creativity, Young People and New Technologies: the Challenge of Digital Arts*, ur. Sefton-Green, Julian. London: Routledge.
- Schäffer, Burkhard. 2003. *Generationen–Medien–Bildung. Medienpraxiskulturen im Generationenvergleich*. Opladen: Leske + Budrich.
- SURS. 2010. *Starejše prebivalstvo v Sloveniji*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/doc/StarejsePrebivalstvo.pdf> (21. julij 2014).
- Švab, Blaž. 2013. Spremljanje medijev in kulture. *Kakovostna starost* 16 (3). Ljubljana: Inštitut Antona Trstenjaka.
- Tapscott, Donald. 1998. *Growing up Digital. The Rise of the Net Generation*. New York: McGraw-Hill.

- --- 2009. *Grown Up Digital. How the Net Generation is Changing Your World*. New York: McGraw-Hill.
- Taske, Christian in Frances Forde Plude. 2011. Experiencing social media across generations. *Media Development* 58 (1): 38–41.
- Tewksbury, David. 2003. What do Americans really want to know? Tracking the behaviour of news readers on the internet. *Journal of Communication* 53 (4): 694–710.
- Thomas, Sue, Chris Joseph, Jess Laccetti, Bruce Mason, Simon Mills, Simon Perril in Kate Pullinger. 2007. Transliteracy: Crossing divides. *First Monday* 12 (12–3). Dostopno prek: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2060/1908> (21. julij 2014).
- Turow, Joseph. 1999. *The Internet and the Family: The View from the Parents - The View from the Press*. 27. Pennsylvania: The Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania.
- Vaidhyathan, Siva. 2008. *Generational myth: Not all young people are tech-savvy*. The Chronicle Review. Dostopno prek: <http://chronicle.com/article/Generation-Myth/32491> (24. julij 2014)
- Van Evra, Judith Page. 2004. *Television and Child Development*. Mahwah, New Jersey: Erlbaum
- Van-Rompaey, Veerle, Keith Roe in Karin Struys. 2002. Children and the Internet: Adoption in the Family Context. *Communication & Society* 5 (1).
- Varnelis, Kazys. 2008. *Networked publics*. Cambridge: The MIT Press.
- Vehovar, Vasja. 2009. *Telefonska anketa e.SOCNET 2009*. Projekt RIS. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Vehovar, Vasja, Barbara Neža Brečko in Katja Prevodnik. 2008. *Evalvacija stanja ter ukrepi za izboljšanje IKT pismenosti – Konkurenčnost Slovenije 2006-2013*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Vittadini, Nicoletta, Andra Siibak, Irena Carpentier Reifová in Helena Bilandzic. 2013. *Generations and Media: The Social Construction of Generational Identity and Differences*. Dostopno prek: http://is.muni.cz/el/1423/jaro2013/ZUR589f/um/Vittadini_et_al__2013_.pdf (24. julij 2014).
- Walker, Robert. 1988. *Applied Qualitative Research*. Vermont, Gower.

- Wilson, Ernest J. 2006. Review of *The network society and democracy online*. *Perspectives on Politics* 4 (1): 218–19.
- Zhao, Ling, Yaobin Lu, Bin Wang in Wayne Huang. 2011. What makes them happy and curious online? An empirical study on high school students' internet use from a self-determination theory perspective. *Computers & Education* 56 (2): 346–56.

PRILOGE

PRILOGA A:

VPRAŠALNIK ZA VREDNOTENJE KOMPETENCE DIGITALNA PISMENOST (po Mlinar 2013)

Pred vami je vprašalnik za merjenje kompetence digitalna pismenost. Vse trditve v vprašalniku se nanašajo na določena vedenja in opravila v zvezi z rabo informacijsko komunikacijske tehnologije. Za vsako ocenite, koliko drži za vas.

Vsako trditev ocenite z eno od treh ocen: 0 – Sploh ne drži zame, 1 – Delno drži zame, 2 – Drži zame.

V vprašalniku so vsi odgovori pravilni. Odgovarjajte iskreno, da bodo rezultati uporabni. Če kakšne trditve ne razumete dobro, me vprašajte, da vam jo razložim.

Št.	Trditev	Ocena kandidata		
1.SKLOP: TEMELJNA INFORMACIJSKA ZNANJA				
1.	Poznam glavne dele računalnika (procesor, trdi disk, vhodne in izhodne enote, vrste pomnilnikov)	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
2.	Poznam glavne vhodne enote za vnos podatkov v računalnik (miška, tipkovnica, skener)	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
3.	Poznam običajne izhodne enote za prikaz izdelanega s pomočjo računalnika (monitor, zvočniki, tiskalnik)	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
4.	Znam pravilno vklopiti in izklopiti računalnik ter uporabiti tipko Ponovni zagon	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
5.	Znam uporabljati osnovne in funkcijske tipke	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
6.	Poznam funkcije posebnih tipk (Enter, Ctrl, Alt, Tab, Caps lock)	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame

7.	Uporabljam različne funkcije tipk miške (enojni klik, dvoklik, vlečenje z miško, izbiranje z miško)	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
8.	Znam poiskati program v meniju Start ter znam dodati elemente v meniju Start	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
9.	Znam poiskati datoteke ali mape	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
10.	Poznam pogostejše ikone na namizju (ikone za programe, bližnjice, mape, datoteke, koš) ter jih znam izbirati in premikati	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
11.	Poznam in ločim različne nosilce podatkov (trdi disk, CD-rom, usb)	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
12.	Znam izdelati, preimenovali in izbrisati mapo	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
13.	Poznam osnovne tipe datotek (datoteko izdelano z urejevalnikom besedil, preglednico, slike, avdio, video, stisnjene datoteke)	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
14.	Znam odpreti, kopirati, premikati in izbrisati datoteke	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
15.	Znam obnoviti datoteko iz koša	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
16.	Vem kaj je virus in poznam njegove učinke	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
17.	Poznam pomen protivirusnih programov	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
2. SKLOP: IZDELAVA IN OBLIKOVANJE BESEDIL				
18.	Znam odpreti in zapreti program za urejanje besedil	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
19.	Znam odpreti nov dokument in vstaviti besedilo	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
20.	Znam shraniti dokument na disk ali na usb	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
21.	Znam shraniti dokument pod drugim imenom (Shrani kot/Save as....)	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
22.	Znam odpreti že izdelan dokument ter ga zapreti	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
23.	Znam preklapljati med odprtimi dokumenti	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
24.	Znam izbrisati besedilo s pomočjo brisalke (Delete) ali vračalke (Backspace)	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
25.	Znam uporabiti funkcijo Zamenjaj (npr. za zamenjavo besede)	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
26.	Znam premikati ali kopirati besedilo znotraj enega ali več odprtih dokumentov	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
27.	Znam uporabiti ukaz Razveljavi (Undo) in Uveljavi (Redo)	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
28.	Znam uporabiti ukaz Najdi za iskanje določene besede ali fraze	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
29.	Znam pripraviti stran (pokončno, ležeče, spremeniti robove, vstaviti prelom strani, avtomatično številčenje strani)	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
30.	Znam oblikovati besedilo (spreminjati velikost in vrsto pisave, male in velike črke, pisati ležeče, krepko in podčrtano, uporabiti obstoječ slog za besedo, stavke in besedilo)	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
31.	Znam vstaviti in urediti tabele (ustvarim tabelo v katero lahko vstavim besedilo, vstavim podatke v tabelo in jih uredim, izberem, vstavim, izbrišem vrstice in stolpce, spreminjam velikost vrstice in stolpca)	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
32.	Znam popraviti besedilo (pregled in popravek pravopisnih napak)	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
33.	Znam si ogledati dokument v predogledu in ga natisniti	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
3. SKLOP: UPORABA INTERNETA				
34.	Vem kaj je spletni brskalnik in vem čemu služi	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
35.	Znam odpreti in zapreti program za spletni brskalnik, vnesti spletno stran ter jo pregledati	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame

36.	Znam dodati in izbrisati spletno stran med priljubljenimi	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
37.	Znam določiti nastavitve tiskanja spletne strani: celotna spletna stran, določen okvir, izbrano besedilo, število kopij ter izbrano natisnem	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
38.	Zavedam se nevarnosti okužb računalnika ob prenosu datotek ter nevarnosti zlorab in prevar osebnih podatkov	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
4. SKLOP: UPORABA ELEKTRONSKE POŠTE				
39.	Znam pošiljati elektronsko pošto (znam odpreti in zapreti program za pošiljanje elektronske pošte, dodati in odstraniti naslove prejemnikov pošte, odpreti in zapreti prejeto pošto, odpreti in shraniti pripete datoteke)	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
40.	Znam uporabiti funkcije Odgovor, Odgovori vsem ter Posreduj	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
41.	Znam poslati pošto več prejemnikom	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
42.	Znam sporočilu pripraviti datoteko	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
43.	Znam premakniti sporočilo v novo mapo, ga izbrisati ter obnoviti iz mape izbranih sporočil	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
44.	Znam izprazniti mapo izbranih sporočil	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame
45.	Znam natisniti sporočilo	0 - Sploh ne drži zame	1 - Delno drži zame	2 - Drži zame

PRILOGA B:

NAVODILA ZA INTERPRETACIJO REZULTATOV VPRAŠALNIKA ZA VREDNOTENJE KOMPETENCE DIGITALNA PISMENOST (po Mlinar 2013)

Trditve, o katerih se je izjasnil kandidat v evalvacijskem vprašalniku so razvrščene v štiri temeljne vsebinske sklope:

1. Temeljna informacijska znanja
2. Izdelava in oblikovanje besedil
3. Uporaba interneta
4. Uporaba elektronske pošte.

Pri vsaki trditvi ima kandidat možnost izbrati med tremi ponujenimi ocenami:

1. Sploh ne drži zame (ocena 0)
2. Delno drži zame (ocena 1)
3. Drži zame (ocena 2).

Zaradi lažjega izrekanja končne utemeljitve posameznikove razvitosti kompetence digitalna pismenost, je vsaka trditev točkovana, in sicer izjava drži zame dobi 2 točki, delno drži zame 1 točko in sploh ne drži zame ne dobi točk. Tako je pri vsakem vsebinskem sklopu maksimalno število točk, in sicer:

1. Temeljna informacijska znanja: izjave 1 – 17, kar pomeni, da je maksimalno število točk, ki jih kandidat lahko doseže 34,
2. Izdelava in oblikovanje besedil: izjave 18 – 33, kar pomeni, da je maksimalno število točk, ki jih kandidat lahko doseže 32,
3. Uporaba interneta: izjave 34 – 38, kar pomeni, da je maksimalno število točk, ki jih kandidat lahko doseže 10,

4. Uporaba elektronske pošte: izjave 39 – 45, kar pomeni, da je maksimalno število točk, ki jih kandidat lahko doseže 14.

Delitev na posamezne vsebinske sklope ter točkovanje teh je lahko v pomoč predvsem pri definiranju močnih področij posameznika z vidika razvitosti kompetence digitalna pismenost kot pri definiranju šibkejših področij, ki zahtevajo dodatno delo kandidata in zato še bolj ciljno usmerjeno, celovito in natančno povratno informacijo o možnih aktivnostih kandidata, ki bodo pripeljala do uspešnega rezultata. Pregled ocen po posameznih vsebinskih sklopih je lahko dobra opora tudi pri izrekanju končne ocene kandidata z vidika razvitosti kompetence digitalna pismenost. Ocenjeni posamezni vsebinski sklopi predstavljajo hkrati dobro podlago za strukturirano in utemeljeno končno oceno o razviti digitalni kompetenci pri kandidatu.

Za lažje izrekanje ustrezne povratne informacije kandidatu je potrebno vse posamezne vsebinske sklope pogledati kot smiselno celoto. Kandidat lahko torej pri vprašalniku doseže maksimalno 90 točk. V nadaljevanju je lestvico za celotno oceno razvitosti digitalne kompetence, in sicer:

Število točk	Ocena
Od 63 do 90 točk (70% - 100%) <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; text-align: center; margin: 0 auto;">1</div>	Vajeni ste uporabe računalnika ter glavnih računalniških aplikacij v smislu iskanja, zbiranja, obdelave in uporabe informacij, tako za delo kot v prostem času. Informacije obravnavate kritično in znate ločevati med realnim in virtualnim svetom v smislu resničnosti in zanesljivosti informacij.
Od 36 do 62 točk (40% - 69%) <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; text-align: center; margin: 0 auto;">2</div>	Uporaba računalnika ter glavnih računalniških aplikacij vam ni tuja, težko pa bi rekli, da je s tovrstno uporabo dosežena kompetenca digitalne pismenosti v celoti. Nekoliko več pozornosti bi bilo potrebo nameniti redni uporabi računalnika in računalniških orodij z namenom doseganja samostojnega in kritičnega iskanja, oblikovanja in uporabe informacij tako za delo kot v prostem času.
Manj kot 36 točk (manj kot 40%) <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; text-align: center; margin: 0 auto;">3</div>	Verjetno ste z uporabo računalnika in glavnih računalniških aplikacij pričeli pred kratkim ali pa ste njegovi uporabi posvečali nekoliko manj časa. Predlagamo pogostejšo rabo, z namenom doseganja samostojnega in kritičnega iskanja, oblikovanja in uporabe informacij tako za delo kot v prostem času.

PRILOGA C:

VREDNOSTI VPRAŠALNIKA ZA VREDNOTENJE KOMPETENCE DIGITALNA PISMENOST

Št./Res	ZM13a	ZM13b	YŽ23	YM28	XM34	XM36	BBŽ52	BBM54	TŽ73	TM79
1.sklop										
1	2	1	2	2	2	2	0	2	0	0
2	2	1	2	2	2	2	2	2	0	0
3	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
4	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
5	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
6	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
7	2	2	2	2	2	2	1	2	0	0
8	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
9	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
10	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
11	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
12	2	2	2	2	2	2	0	2	0	0
13	1	1	2	2	2	2	0	2	0	0
14	2	2	2	2	2	2	0	2	0	0
15	2	2	2	2	2	2	0	2	0	0
16	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
17	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
Σ	33/34	31/34	34/34	34/34	34/34	34/34	23/34	34/34	0/34	0/34
2.sklop										
18	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
19	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
20	2	2	2	2	2	2	1	2	0	0
21	2	2	2	2	2	2	0	2	0	0
22	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
23	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
24	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
25	2	0	2	2	2	2	0	2	0	0
26	2	2	2	2	2	2	0	2	0	0
27	2	0	2	2	2	2	2	2	0	0
28	0	2	2	2	2	2	0	2	0	0
29	2	2	2	2	2	2	0	2	0	0
30	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
31	1	1	2	2	2	2	0	2	0	0
32	2	2	2	2	2	2	0	2	0	0
33	2	2	2	2	2	2	1	2	0	0
Σ	29/32	27/32	32/32	32/32	32/32	32/32	16/32	32/32	0/32	0/32
3.sklop										
34	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
35	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
36	2	2	2	2	2	2	0	2	0	0
37	1	0	2	2	2	2	0	2	0	0

38	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
Σ	9/10	8/10	10/10	10/10	10/10	10/10	6/10	10/10	0/10	0/10
4.sklop										
39	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
40	2	1	2	2	2	2	2	2	0	0
41	0	0	2	2	2	2	2	2	0	0
42	2	2	2	2	2	2	0	2	0	0
43	0	2	2	2	2	2	0	2	0	0
44	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0
45	2	1	2	2	2	2	0	2	0	0
Σ	10/14	10/14	14/14	14/14	14/14	14/14	8/14	14/14	0/14	0/14
Σ	81/90	76/90	90/90	90/90	90/90	90/90	53/90	90/90	0/90	0/90
Skupina	1	1	1	1	1	1	2	1	3	3

PRILOGA Č:

OKVIRNA VPRAŠANJA POGLOBLJENIH INTERVJUJEV

a.) Dostop, uporaba in čas namenjen različnim medijem in digitalni tehnologiji.

Katere medije uporabljate (tisk, radio, tv, internet)?

Koliko časa na dan jih uporabljate?

Zakaj uporabljate posameznega od njih in kje (doma, v službi ipd.)?

Imate dostop do interneta? Kje dostopate do spletnih vsebin (pametni telefon, računalnik, tv)?

Uporabljate digitalno tehnologijo? Zakaj (razvedrilo, služba, šola ipd.)? Kje ste se je naučili uporabljati)?

Uporabljate družbena omrežja? Katera in zakaj?

Uporabljate mobilni telefon? Kakšen mobilnik imate (z osnovnimi funkcijami – sms, klici ali pametni telefon)? Zakaj vse uporabljate mobilnik (klici, smsi, iskanje informacij na spletu, pošiljanje e-pošte, aplikacije, zabavne vsebine ipd.)?

b.) Stališča do medijev in sodobne tehnologije.

Kaj si na splošno mislite o medijih (klasični in internet)? Kaj pomenijo za vas? Jim zaupate?

Kaj menite o sodobni tehnologiji? Kako pomembna je za vas? Ji zaupate?

c.) Kritično in analitično pridobivanje informacije ter njihovo ovrednotenje.

Kje najpogosteje iščete informacije? Zakaj tam?

Pridobivate informacije potem še drugje ter jih medsebojno preverjate? Zakaj?

Ste družbeno aktivni? Kako? Na kakšen način? Pišete kdaj komentarje na blogih, spletnih klepetalnicah, pisma medijskim urednikom ipd.?

Poznate termin medijska pismenost? Kaj po vašem pomeni? Se vam zdi pomembna?

PRILOGA D:

TRANSKRIPTI AUDIO POSNETKOV POGLOBLJENIH INTERVJUJEV

ZZM13a ZZM13b YŽ23 YM28 XM34 XM36 BBŽ52 BBM54 TŽ73 TM79

a.)

ZZM13a Največ uporabljam računalnik, včasih tudi radio, tv bolj ne kot ja, tisk, časopise ne, revije redkokdaj, če slučajno pride pod roke. Tv ne, je nimam v svoji sobi, niti ne na računalniku. Morda če grem mimo, kakšno razvedrilno oddajo. Info ne spremljam na tv.

Radio predvsem za glasbo, ga imam na računalniku in telefonu. Ne za novice, samo za glasbo. Tv gledam 1 uro ali manj na dan, bolj zvečer pred spanjem, radio pop, dop odvisno od dneva. Največ sem na računalniku, igram vidoigrice, tudi na spletu in fb. Na internetu sem približno 3-4 ure/dan, če imam v šoli kšn projekt potem iščem to, sicer pa za razvedrilo. V šoli samo, če nam da učiteljica ipade, sicer pa nimamo omrežja, imamo zaščiteno. **TV KOT USPAVALNIK!**

Naučil sem se je uporabljati v šoli, tudi s prijateljem se o tem veliko pogovarjava, ker sva oba nora na računalnike, nekaj pa tudi doma. Samoiniciativno.

ZZM13b Spletne programe fb, instagram, pa pol še radio 1, tv. Ne berem časopisov, berem revije PIL in NG, imam v šoli, v knjižnici. Berem jih priložnostno, ko nimam nič drugega za delat. Radia skoraj ne poslušam, le ko se peljemo z avtom, predvsem glasbo, novic ne.

Tv gledam predvsem zvečer, ko oči gleda in potem še jaz gledam zraven. Včasih je kaj zanimivega, pa potem kaj spremljam, kakšen šport, ne toliko politika. **TV KOT USPAVALNIK!**

Internet uporabljam med tednom samo za šolo, če ravno potrebujem, čez vikend pa lahko za zabavo, a mi **STARŠI** dovolijo cca 2 urci/dan. Igrice in fb. Za šolo pa potrebi, toliko da imam narejeno. Do interneta dostopam doma prek stacionarnega računalnika. V šoli pa ob sredah dve uri, ker imam izbirni predmet multimedia pa delamo v wordu, pa posnetke vstavljamo, pa se učimo novih stvari. To sem si izbral sam, nas je kar dosti, predvsem fantje. Lahko bi bil to redni predmet.

V šoli imamo zakodiran wi-fi, to mi ni všeč, a je prav, če ne bi bili vsi ves čas priklopljeni. **VARNOSTNI UKREPI!**

YŽ23 predvsem radio v avtu in službi, potem internet doma in v službi, če imam kaj za naredit, kakšen meil poslat in razpredelnice. Največ uporabljam internet, ker ga imam tudi na telefonu, tam veliko brskam.

Tisk – kakšen časopis preberem v službi, občasno kakšno lahkotno branje celo kupim, drugače pa večinoma v službi Slovenske novice, Dnevnik. **ČASOPIS KOT KRATKOČASNIK!**

Tv spremljam zvečer, preden grem spat, kakšen film, kakšne max 2 urci/dan. radio v avtu največ 1 uro, internet pa preden grem spat, če sem pa prosta, pa tudi 3 ure/dan, po delčkih. **TV KOT USPAVALNIK! RADIO V AVTU!**

Če rabim info, grem na internet, ostali mediji so bolj za razvedrilne namene. Na spletu te informativne strani. Na radiu predvsem poslušam glasbo, če so ravno novice, jih tudi slišim. Prvi vir info je net, če ne dela grem tudi na txt, radio pa čisto naključno, če jih slučajno ujamem. Na tvju načrtno včasih spremljam info oddaje, da sem malo na tekočem, kaj se dogaja. Drugače pa internet, ker tudi na int. je vse kar je v poročilih. Internet uporabljam za štud.dejavnosti, v službi le meil, urniki, poročila, za študij pa za seminarske ipd.

YM28 berem časopise, internet, tv –info. Radia v bistvu ne poslušam. Časopise berem dnevno, Sl.novice in Dnevnik. Preberem tisto, kar me pritegne, preberem si veliko športa, med službenim časom, ker mi pride pod roke, če imam čas, prelistam in se ustavim, kar me zanima. Če se mi ne zdi zanimivo, ne preberem. Tisk mi je način krajšanja časa, razvedrilo, križanke, pa tudi vir info. Mi ni nujno to prebrat, doma načeloma ne berem. Na dan berem recimo urco na dan. **ČASOPIS KOT KRATKOČASNIK!**

Tv gledam zvečer, cca uro na dan. tv je bolj razvedrilo, ritual pred spanjem, nimam pa prav namena gledat tv, razen šport, to se pozanimam, kdaj je tekma in gledam. Zvečer prižgem tv in gledam, kar je pač tam. **TV KOT USPAVALNIK!**

Na internet dostopam prek telefona v službi, če me kaj zanima, doma na rač.. če me kaj zanima pa grem po info na tel., je bistven vir info, tam se dobi vsaka info. Najpogosteje pa prek rač, potem pa prek androida, prek tv pa načeloma ne.

XM34 Največ internet in tv. Radio bolj malo, predvsem v avtu, tisk pa skorajda ne. Radio mimogrede. Bistven je internet. Tv je na drugem mestu. Največ časa namenim internetu, v povprečju 2 uri/dan, tv bolj malo zaradi obveznosti pol ure/dan, radio 15 min/dan toliko kot

sem v avtu, tisk pa samo preletim, dnevno časopisje, priloge revij, ki jim imamo v službi. V službi uporabljam internet, to je to. Več ali manj dostopam do medijev doma. **RADIO V AVTU!**

Internet uporabljam za novice, družbene medije, vreme, pa ostale info, ki jih rabim (tel., naslov). Do spleta dostopam tudi prek pametnega telefona, pa tudi prek tv in prek laptopa. Primarno je tel. tisti, s katerim dostopam do spleta, ker je vedno pri roki. Največ hodim na splet prek telefona za zabavo, potem novice, avtomobilizem, testi tehnike. Bančništvo in spletni nakupi pa raje prek laptopa, ker se mi zdi varneje. **VARNOST!** Naučil sem se sam, to ni nič takega.

XM36 Internet!, časopise, revije za določene tehnične stvari (deli za popravila, kako je kaj narejeno), nisem naročen, članki na internetu, tudi dnevno časopisje – novice, delo – občasno, nisem naročen, lahko pa dobiš vsakdan povsod, če dobim pod roke preberem kar me zanima, ne grem pa zavestno iskat. Občasno preletim, če me pa kaj res zanima, pa preberem.

Radio je pa itak vsak dan prisoten v avtu – kar pol dneva. Radio je bolj spremljevalec, se pa vse izve. Tudi iz radia dobim info.

Tv ni pomembna zame. Spremljam jo odvisno od časa. Mam možnost samo v večernih urah. Ni nujno, da jo gledam. Gledam novice, če ravno pridejo vmes, drugač pa za razvedrilo. Gledam, kar je pač takrat na sporedu, bolj podzavestno jo prižgem, kar je pač je. Maksimalno dve uri rečmo.

Internet pa odvisno – če rabim podatke bi reku večidel mojega prostega časa ali tudi ne. Kolikor tisti trenutek rabim, kolk hiter bi rad prišel do info. Vir info je internet, ker marsikaj gor dobiš, maš od A do Ž, trgovine, materiali, tehnika, veliko podpore. Največ dostopam prek računalnika doma, v službi ne potrebujem.

Prek telefona pa bolj občasno, drugač pa za službo kakšen meil, da smo dnevno obveščeni, hitreje.

Tehnologijo uporabljam za razvedrilo in za delo – predvsem za delo, ker sem človek, ker veliko delam in se na ta način izpopolnjujem, bolj tehnične stvari. Tega sem se sam naučil, brez tečajev. Če potrebujem še kakšno računalniško znanje, najprej pogledam po spletu, sicer pa vprašam prijatelje. Glede razvedrila na računalnika – velikokrat sploh ne vem kaj bi, včasih kakšno glasbo pregledam, film, sicer pa za igrice.

BBŽ52Vse medije, največ tisk in računalnik. Časopisi dnevno (slovenske novice, 24 ur.com, poročila na tv, revije, tv zvečer, časopis pol ure, ko pridem iz službe, čisto odvisno od dneva pol ure ali več internet, radio poslušam spotoma, tudi v službi, včasih ja včasih ne, največ gledam tv, velikokrat imam priklopljeno, ko kaj delam, so pa tudi oddaje, ki me zanimajo in jih pogledam (preverjeno itd.). Radio ravno tako, skoz je prižgan, če je stvar zanimiva, dam bolj naglas (npr. novice).

BBM54 Uporabljam vse tisk, radio, tv in internet. Največ gledam tv do 2 uri/dan, internet pol ure/dan, tisk pol ure/dan, radio pa, ko se vozim v službi do tri ure/dan. Radio poslušam zavestno za novice, stanje na cestah. Radio je eden glavnih virov info in vsakdanjih dogodkov.

Tisk – sem naročen na dnevno časopisje, a ga preberem med službo, preletim naslove, rešim križanke in to je to. Časopis mi pride pod roke in preberem samo, kar me zanima, naslove in ne člankov.

Tv spremljam v večernih urah, spremljam novice in info, pa šport in nadaljevanke, v glavnem šport. Tv je predvsem v razvedrilne namene, ne gledam tv zaradi info, ker jih dobim že čez dan, prek radia, časopisa, interneta, potem te info gledam, ker sem pač takrat pred tv. Nisem doma, da bi gledal Dnevnik. Ni mi bistven vir info. Info se itak podvajajo, eno info slišiš večkrat, le v različni obliki (tv, tisk).

TŽ73 časopise, radio, tv, interneta pa ne. Dnevnik, Slov. novice, vzajemnost preberem celo. Vsak dan berem zjutraj ob sedmih, ob šestih vstanem, naredim zajtrk in potem ob sedmih berem. Vse preberem. Glavne info dobim iz časopisovi in iz tv – Dnevnik zmeraj gledam, vreme.

Radio ne tolik – ga imam prižganga, novice pa rada spremljam na slov.kanalih.

Tv gledam tudi za razvedrilo, spremljam to, ne samo novice. Ob šestih gledam svet, potem pa še ob sedmih. Časopise pa samo zjutraj, del rituala. Se novice podvajajo, prejšnji dan na tv, potem zjutraj v časopisu, potem je tam včasih več napisano. Rajš mam novice kot dnevnik, ker nima toliko politike. Interneta pa nič ne uporabljam, ker ga ne obvladam. Tudi nimam računalnika, imam vnuke pa potem oni to pogledajo, pa otroci.

TM79 v glavnem večerna poročila na tv ob 19. Poročila, pa vreme, drugače pa preverjeno, pa tarčo, pa tudi na radiu novice in vreme. Na dan tv cca 2 ure. Tudi kakšne razvedrilne, glasbeno zabavne, to mi je najbolj všeč al pa kakšne dokumentarce. Filme ne.

Radio pa samo zjutraj in še to Veseljak in Golica, ker nima toliko reklam in tujih popevk. Novice raje po tv, bolj zaradi glasbe, ima pa preveč reklam.

Tisk – mam novice in dnevnik ter ned.dnevnik naročeno. Najraje zjutraj po zajtrku, pri novicah je vse, ni toliko politike, pač pa nove stvari. V glavnem preberem vse. Je to že kar taka navada, da zjutraj časopis od začetka do konca, če imaš več časa bolj obširno, sicer pa bolj na kratko. Velikokrat so iste novice kot na tvju, ni kaj bistveno drugače. Če vidim naslov, da o tem že vem od prejšnjega dne, potem ne berem še enkrat. Vseeno mi je ali izvem na tvju ali v časopisu. Malo je odvisno, kateri novinarji pišejo, včasih preveč strankarsko.

Interneta ne uporabljam, ga imamo v hiši (otroci). Če kaj rabimo vprašamo otroke, vnukinjo, tko da ni problemov in lahko izvemo. Te medije uporabljam doma, ker sem že upokojen.

BBŽ52 Največ informacij dobim prek interneta in tv. Največ doma, ne v službi.

Dostop do interneta imam doma. Tudi v službi, a se tam redko poslužujem. Uporabljam ga za novice, zanimive članke, če me kaj zanima - zdravje, rekreacija ipd. vsakodnevne zadeve, plus informacije, službene zadeve, pa tekoči dogodki, grem na internet pogledam in preberem. Če eno info. slišim čez dam, jo potem na spletu tudi bolj obširno preberem, se pozanimam. Več al manj grem na isto spletno stran, 24 ur, kar se pa tiče stvari, ki me zanimajo grem pa na različne oz. pač najdem. Če me nekaj zanima grem na 24ur.com, to je zadost verodostojno in ne preverjam na drugih straneh. Ne bom rekla, da stvari včasih niso prenapihnjene in da vse 100% verjamem, če me stvar zanima, grem in preverim. **NEZAUPANJE!**

BBM54 Vsakodnevno dostopam, kar me zanima, kakšna trgovina, izdelki, info...vsakodnevne novice pa ne, ker slišim vse na radiu in nimam te potrebe. Medije uporabljam predvsem doma, v službi mam delo na terenu, v dop času poslušam radio, medtem pa dostopam do interneta, večino prek telefona. Prek tv ne dostopam do spleta, čeprav to omogoča, ker imam v dnevnem prostoru računalnik in kar tam lahko dostopam. Tehnologijo uporabljam v glavnem za razvedrilo, pa tudi za iskanje informacij. Naučil sem se je uporabljati v prejšnji službi. Imeli smo sicer neko izobraževanje, a samo delo je zahtevalo delo z računalnikom pred 20 leti in se pač naučiš. Mal s sodelavci, mal samoiniciativno. Prej pa sem opravljal tako delo, da rač nisem potreboval, laptopov pa še ni bilo. Leta 90 pa še prej.

BBŽ52 Do spletnih strani prek mobilnika ne dostopam.

Računalnika so me naučili otroci. Šla sem tudi na izobraževanje preko službe, a mogoče je bilo tam prehitro. Nisem računalniški maher in več časa rabim, da ozavestim, da sem prepričana vase pri tem in moram reči, da so mi otroci pri tem kar dosti pomagali.

YŽ23 Dig. tehnologijo uporabljam predvsem, če potrebujem info za študijske namene, prevode ipd. odvisno za kaj jo rabim. Pretežno jo uporabljam za razvedrilo, priznam prevlada, info sicer tudi pogledam, a za to manj porabim. Si potegnem kakšno glasbo, film, si ogledam kakšen razvedrilni portal, siol.net, rtvslo.si, bolj za zabavo, tud kakšno gosp., pol. temo, vreme... bolj zabavo. Prej sem iste vsebine brala v revijah, tračev Nova, Anja, Obrazi, zdaj je pa to dostopno na spletu in mi je škoda kupovat. Ravno naročena nisem bila, občasno pa sem kje prebrala, v službi, frizerji, babici, kupovala jih nisem, zdaj pa sploh ne, ker pogledam na spletu. Od resnejših berem dnevnik in novice preberem v službi, ker imam ravno čas in jih imam na doseg. Razen, če me res naslovnica pritegne oz. mi kdo pove, da je notri kaj zanimivega. Torej posredno.

YM28 uporabljam, prevlada iskanje info, potem pa šele za razvedrilo – filmi, glasba, skeči, igrice načeloma ne igram več. Dig.teh. sem se naučil s prijatelji, vidiš, še pozanimaš in si še sam pogledaš. Nisem hodil na tečaje. Je pa res, da ni ne vem kakšna znanost. Verjetno zato, ker sem odraščal s tem in mi je lažje.

TM79 Od tehnologije imam staci. in mobilni telefon. Tega uporabljam, ker nas kličejo sorodniki – eni imajo enega, drugi drugega, le za obveščanje.

ZM13a Imam fb, ne vem, ker ga vsi uporabljajo, najhitreje se lahko dogovoriš, eni nimajo tel pri sebi, pa se tako najhitreje dogovoriš. Poleg tel za dogovarjanje, za ohranjanje stikov in komuniciranje. Za druge vsebine redko, večinoma za dogovarjanje.

Varnost – imam antivirusni program. Redkokdaj kaj objavim na fb, ker ni primerno, če že, za kaj posebnega. Predvsem v šoli in doma sem se pozanimal o nevarnostih na fbju. Jaz sam še nisem prišel v nobeno nevarnost, a mislim, da so.

Fb mam odprt samo za pogovore – messenger. Mam tud na telefonu, a nimam ves čas priklopljen. Dostopam z mobilnimi podatki. Wi-fi mi ni nujno pomemben, če se spomnim, se priklopim.

ZM13b imam fb, da se lahko zastonj s prijatelji pogovarjam in spremljam objave našega kluba, pa lajkam slavne osebe. Sam nič ne objavljam, ponavadi ne. Nimam veliko osebnih podatkov, le ime in priimek, ne pa kje živim, za vsak slučaj, če bi kakšnega takega spoznal, pa bi potem vedel, kje živim. To ni varno. Ne poznam sicer nobenega s tako izkušnjo, a so nas na to opozorili v šoli na enem predavanju.

YŽ23 uporabljam fb, ker je najdalje časa prisoten, twitter in instagram sta šele potem prišla, pa se mi zdi da je fb zadost, ne rabim še ostalega, ker je praktično skoraj isto. Dnevno sem na fbju. Vsakič, ko se na net prijavim prek tel., mi zapiska in grem gor na fb, rečmo 2, 3x na dan, pa sem tam rečmo 10, 15 min. Prek rač grem redko, 2x na teden morda, med študijem pa večkrat. Fb mi ne pomeni veliko; mal sicer pogledam in uporabljam msn in se menimo s prijateljicami, ki se že dolgo nismo videle ali se zmenimo, npr. za odbojko. Je bolj za brezplačen, kom. kanal. Imam pa tud dodane te siol ali sl.novice, pa potem tam spremljam novice. Torej za kom. in kot vir info.

YM28 uporabljam fb, ne vem zakaj, pač ga imam. Grem gor 2x tedensko, za kratek čas, ker se s fanti dogovarjamo za košarko. To mi je bistveno. Dostopam prek tel. in prek rač. Ne komuniciram z drugimi, pač pa samo tem fantom povem ali pridem ali ne. Ni to dodaten kom. kanal.

XM34 Uporabljam FB največ in twitter, a tega samo zaradi službe, za poslovne namene fb in tw. Fb pa še za osebne - da vidim, kaj se dogaja, za ohranjanje stikov in zabavo, za poslovne pa povečevanje prodaje. Uporabljam večkrat na dan, vsak dan, pogosto, po par minut vsaki dve uri, oba. E-pošta sama zapiska, ker imam sinhronizacijo prek pametnega telefona in sem ves čas online.

XM36 Ne uporabljam nobenega fbja, ker mi ni do tega, sem tip človeka, ki mu ni za to, pri tem se namreč zelo veliko osebnih podatkov pove, jaz pa nisem človek, ki bi to delil in se razkazoval. Na splošno mi niso všeč oz. je odvisno od samega uporabnika – so ljudje, ki dajo vse na fb in s tem se lahko prebere marsikaj o človeku. Tudi marsikatero barabo si te profile ogledujejo, jaz pa tega ne želim deliti, tudi zaradi teh.

BBŽ52 Uporabljam FB imam profil, da sem ostala v stiku z nekdanjimi sodelavkami. Sicer sem se tega sprva zelo branila, a sem kasneje pristala. Zdaj spremljam, komentiram objave, a sama ne objavljam, niti nimam nobenih svojih podatkov gor. **VARNOST!** Uporabljam ga za vzdrževanje stikov in zabavo, lahko rečem, da skoraj vsak dan, odvisno od časa, pogosto med

kuhanjem kosila, ker imam prenosnik v kuhinji. Na fb grem tudi prek mobilnika, če sem kje v čakalnici in moram kaj čakati.

BBM54 Imam fb, ker ga ima veliko prijateljev in so veliko gor ter se prek tega kontaktiramo za rekreacijo. Lahko rečem, da je fb dodatni kom. kanal za sporazumevanje. To je bistvo. Ko sem že gor sicer preletim dogajanje, mogoče je kdaj kaj zanimivega gor. Enkrat dnevno sem gor, prek telefona, ki mi že avtomatsko javi, da imam obvestilo, ko se prijavim na wi-fi, ne grem pa prav zato na wi-fi, da bi prečkal fb. Itak se lahko zdaj priklopiš kjerkoli. Če imam odveč časa in kaj čakam, se kratkočasim s fbjem.

TŽ73Tudi nimam fb. Bi imela, če bi bila mlajša. Tudi če bi mi kdo ponudil. Sicer mi je to všeč, jaz sem pa prestara za te stvari. Tudi ne bi šla na tečaj, ker mi zdravje ne dopušča

TM79 Fbja nimam, ker nimam rač. Vem, da obstaja, v glavnem me tud nič kaj ne zanima, ker ne rabim. Če pa nečesa ne uporabljaš redno, potem pozabiš kako uporabljati.

ZZM13a Imam navadni telefon in aplikacijo, da dostopam do spleta. Kupili so mi ga starši. Osnovna funkcija je klicanje, sms in fb. Imam sicer meil, a ne na telefonu. Tudi sicer ga ne uporabljam, le če igram kakšno videoigro ga uporabim. Šolska gradiva pa kar prek fb, torej veliko namesto spletne pošte.

ZM13b do interneta dostopam tudi prek pametnega telefona, zlasti fb in instagram. Imam aplikacije, igrice in musko. Telefon največ uporabljam za klice in sms in da grem mal pogledat na fb, kaj je kaj novega oz. se pogovarjam s prijatelji na fb zvečer preden grem spat, ker imamo wi-fi. Zvečer mi ga potem vzamejo, čez dan ga imam pa s sabo v šoli in na treningih za vsak slučaj, da lahko pokličem.

Uporabljam dig.teh.največ za razvedrilo, a tudi za iskanje info.

YŽ23 imam pametni telefon, večinoma za klice, smsi, pa tud e-pošta dnevno, da pogledam, če je kaj iz službe. Če je kaj pomembnejšega za narediti, grem na rač. Če potrebujem glasbo za delo, tel uporabljam namesto mp4. Ali pa kdaj zame, da glasbo prižgem. Ne vem, če bi lahko živela brez pametnega telefona. Najlažje bi se lahko odrekla radiu, ker je prižgan le v službi, da ni tiho in v avtu, da ni tišina. Tv ne spremljam prav načrtno, a sem se toliko navadla zvečer preden grem spat, čeprav se da preživeti tudi brez, a na dolgi rok bi jo pogrešala, čeprav je bolj za razvedrilo. Prižgana je bolj zato, da nekaj »čeblija«. Tako kot radio.

YM28 imam pametni telefon, ki ga uporabljam predvsem za klice, sms in potem za splet. Nimam veliko aplikacij, ne pošiljam e-pošte prek tel., samo prek rač.

BBŽ52 Imam pametni telefon, ki ga največ uporabljam za klice, sms, mms, redko da fb in splet. Do 9.00 min

BBM54 Imam pametni telefon – bistveni so klici, sms in kamera, slike, ki jih potrebujem pri delu, pa e-pošta seveda, ki jo preverjam v glavnem prek telefona, avtomatsko ko se povežem, ker lahko odgovorim v vsakem trenutku. Od aplikacij igram eno igrico, na laptopu pa še ene tri. Primarno je za klicanje, za sporazumevanje.

XM34 Pri pametnem telefonu že prevladuje raba interneta, seveda tudi klici, a največ ga uporabljam za dostop do spleta. Težko bi funkcioniral brez računalnika in telefona. Informacij prek tv mi niso pomembne, ker jih do večernih poročil že velikokrat slišim. Informacije pridobivam prek spleta in tel, tv pa služi bolj zabavi. Tisk redko, preberem Finance zaradi drugih stvari, Novice, Dnevnik, priloge, tisto, kar imamo v službi... tisk uporabljam za razvedrilo in kratkočasje, zagotovo pa ne za iskanje informacij, ker so tam informacije itak že stare. Do 8.00

XM36 Imam pametni telefon – primarna funkcija je seveda klicanje, pregled sms, mms, občasno kakšne igrice, splet, ampak primarno za klicanje.

TŽ73 Imam navadni telefon in ga uporabljam za klice in ne za ostale stvari. Druge tehnologije ne uporabljam. Tudi v službi nisem rabila, ker takrat še ni bilo računalnikov.

b) ZM13a ZM13b YŽ23 YM28 XM34 XM36 BBŽ52 BBM54 TŽ73 TM79

ZM13a ne ukvarjam se preveč s tem, ker me to ne zanima. Naloga medijev je komentirati dejanja drugih. Se mi zdi, da je dost pomembno, da tudi druge ljudi obveščajo o teh dejanjih. Včasih so verodostojni, včasih ne. Tko, tko. Jih ne spremljam, ne, ker me ne zanima. Verjamem, kar preberem in ne razmišljam ali je res ali ne.

ZM13b naloga medijev je, da obveščajo ljudi o vsakdanjem življenju, o politiki, o dogodkih. Da nas obvestijo o stvareh, ki jih mi ne moremo vedeti. To je v redu. Včasih si tudi kaj izmislijo, mogoče, da bi bilo bolj zanimivo. Meni še ne pomenijo toliko veliko, ker tega ne spremljam, ne vem.

YŽ23 na medije se ne moreš najbolj zanašat, predvsem to velja za trače, ker oni dajo to ven, da se neki proda, ker bolj gledajo, berejo, pokupijo; za neko stvar so dobri, za drugo ne, bolj medijsko izpostavljenim ljudem niso toliko ok, ker znajo biti vsiljivi, na splošno pa je dobro, da mediji so, ker so se ljudje toliko navadli na info o zdravstvu, politiki...tako da jih kar rabimo. Fajn je, da so, ker vsak človek hoče izvedet neke dnevne novice. Osnovna funkcija je, da opozarjajo na težave v državi ter da podajajo neke osnovne novice. Sploh, ko so kakšne poplave, nevarnosti je fajn, da opozarjajo ljudi, kako se zaščititi, njihova primarna naloga, da opozarjajo na pereče zadeve oz. smo mi opozorjeni s prek medijev. Meni osebno pomenijo en vir info za kakšno stvar. Glede perečih zadev jim lahko zaupam, se mi zdi, da pri določenih pomembnejših zadevah jim gre zaupat, pri tračih pa ne. Kar se tiče stanja v državi pa ja. O tračih tko pišejo, ker je njihov namen boljša prodaja, večja naklada, da se več o tem govori. Npr. znane osebnosti, ljudje hočejo o njih brati. Včasih se potem izkaže, da gre zgolj za nepreverjene govornice. Če gre za pomembno info, mi ni vseeno, da mediji pišejo nekaj, kar ni res, drugače mi je pa vseeno.

YM28 sporočajo novice, ne verjamem vsemu, kar preberem, npr. 24ur.com, majo kaj napisano kar sploh ni res, napišejo samo, da nekaj napišejo, ne vem, verjetno ker imajo premalovic. Objavijo ravnolično, da nekaj objavijo, eno bedarijo, da potem ljudje to klikajo. Rajši grem na Rtv slo, je bolj na nivoju. Bolj v redu članki. Načeloma tiskanim bolj zaupam, Dnevniku proti 24ur.com, ker se mi zdi bolj na nivoju. Ne zaupam 100%, a bolj enim kot drugim. Mediji imajo pri meni nepomembno vlogo, ni nič drugače. Če me kaj zanima, potem preberem, a drugač ne spremenijo prav veliko.

XM34 to je že toliko stvar navade, da bi težko brez, je pa veliko bulšita vmes, tako da je treba dat to čez sito in pol obdelat sam pri sebi, tiska ne berem toliko veliko, da bi lahko ocenil, a jaz bi bil lahko brez tiskanih medijev, ker imam vse na internetu. Spletnim lahko zaupam, ker preverim na več mestih in si potem sam ustvarim mnenje, če gre za pomembno informacijo. Če ne, je pa itak vseeno, ker gre za novico za kratkočasenje. Lahkotne preletim in ne preverjam, pomembne pa vedno preverjam oz. pogledam vir (npr. ministrstvo ipd.). Naloga medijev je v principu, da nas obvešča – sicer ni tako, ker gre samo za denar, 24ur.com je najbolj klikana stran, gor so oglasi, posel je to, več ali manj so gor brezvezne stvari, ta pomembne so pa itak povsod objavljene in napihnjene. Za preletet je, ni pa za 100% za verjet, tudi popravljajo, ker prej ne preverjajo. Razlog je denar, da se klika. Mediji so v službi kapitala.

XM36 so mediji dobrodošli, veliko lahko izveš, je pa velikokrat stvar tud prenapihnjena, tako da moraš vzeti z rezervo, včasih se zgodi, da je na koncu čisto drugače, kot so mediji sprva predstavili. Funkcija je, da se obvešča o dogodkih in da si s tem pridobijo podporo ljudstva, ker imajo nekaj od tega, da jih ljudje dnevno prebirajo. Torej imajo zaslužek od tega. Zame določen del medijev ima vpliv name za življenje, saj določenih stvari v svetu ne moreš vedeti. So pa kakšne stvari, ki so pametne, lahko izveš za stvari, ki ti prav pridejo, ker če zanje ne bi izvedel, bi bilo lahko tudi kaj narobe. Glih zaupam jim ne, se rad še dodatno pozanimam. Če me zadeva zanima, potem sledim še naprej, več medijev, več strani, vsak napiše nekaj, potem pa dobiš eno tako zlato sredino in potem pa si sam ustvarim mnenje. Zdej kolk je to res, kolk ni. Se tud pogovarjam potem z ostalimi – več glav več ve, se ne strinjaš z vsemi, vsak si eno svojo sliko ustvari. Se pa velik pogovarjam z ostalimi, se. Načeloma jim zaupam, a imam eno distanco. Jih preberem – če je kaj takega, o čemer sem bil že prej obveščen, pa če je napisan tko kot je dejansko blo, pa če je dokaj zadeto. Potem ja. Jim zaupam, a ne 100%. Nimam kakšnih posebnih meril, da bi enim bolj zaupal kot drugim. Da bi npr. Delu bolj zaupal, zanima me novica sama, in bom že sam pobrskal za njo in si ustvaril mnenje, ne glede na medij.

BBŽ52 naloga medijev je, da bi korektno ljudi seznanjal s tekočimi dogodki ipd. – poudarjam korektno, ker zadnje čase se včasih zgrozim, kaj mediji naredijo. Se sprašujem, kaj učijo novinarje na šolah, da nastanejo taki medijski linči, kje se je tu izgubila prvotna funkcija novinarjev, kdaj jih je zapustila človečnost, občutek do človeka. Včasih se prestrašim, ker je lahko vsak na tem, ker kakšno stvar tako napihnejo. To je ušlo izpod nadzora, ni več nobenega, ki bi jih znal ustavit. Ni več tega, da bi na nek inteligenten, profesionalen način podajal novice. Preveč je prenapihnjeno, 24ur.com, Slovenske novice. Na drugi strani pa so »resnejši« časopisi tako presneto dolgočasni, da jih tudi brati ne morem. Za časopis imam časa nekje pol ure na dan, a še takrat naj berem globokoumja, kar me ne sprosti. Sprašujem, kdo je kriv za to – fakultete, ki ne znajo vcepiti občutka za nesenzacionalnost, ali sploh pišejo novinarji ali so tam kar eni ljudje, ali res ni nobenih sankcij več. Kapital, pa tud politika ima pomojem vpliv na to. Kakorkoli, novinar ne bi smel biti tak, mora meti en občutek, ne da piše samo za to, da se bolj prodaja. Ne govorim za politike, ti si to zaslužijo. Govorim o malem človeku. Ne zaupam vedno medijem – selektivno. Glede na moj notranji občutek. Če je, kaj prenapihnjeno, se me to dotakne in prizadene in si mislim, da ne bom več spremljala tega medija. Včasih me to tako zjezi, da tudi poročil ne gledam.

BBM54 v principu so bili vedno pomembni, saj ustvarjajo neko javno mnenje. Zdaj kdo jih zdaj sproducira, politika ali kdo je drugo. V vsakem primeru gre za neke interese. Lahko bi bila njihova primarna funkcija obveščanje, odvisno kateri medij spremljaš: če gre za Dnevnik, vreme ipd, ja, če pa vzameš eno revijo Lady, pa že vprašanje, če je to to. Mislim, da ti večerni dnevnik so dovolj verodostojni. Zame nimajo tako velike vloge, kar se resnih tem tiče, ker za vsako novico nekdo stoji zadaj; drugo je poročanje o npr. nesrečah. Kar se drugih tem tiče, pa nimajo neki večjega vpliva name. Niti se ne obremenjujem s tem- sprejemem novico takšno kot je, niti se s tem ne ukvarjam. Je ne preverjam.

TŽ73 o medijih, preko medijev vse zveš, meni so v redu. Glavna funkcija je, da poročajo o vseh dogodkih in meni je to všeč. Zame so pomembni, ker izvem info prek njih, saj sem zaradi zdrav.stanja manj aktivna. Prek njih vse izvem. Jim zaupam. Kar vidim na tv in v časopisu, menim, da je pravilno.

TM79 mediji so kar dost dobri, ker včasih je premalo prišlo ven, zdaj je tega več in je dost bolj. Mogoče kakšni malo pretiravajo, a na splošno je bolje kot je bilo. Opravljajo svojo funkcijo in jim načeloma zaupam. V glavnem kar. Novic, ki jih prebere v časopisu/na tv ne preverjam, saj ne moreš vedeti ali je res. Vemo, kar je v medijih, pol pa ali je prav ali ne. Nekaj je preteranih, a v glavnem kar verjamem, 60%.

ZM13a Sodobna tehnologija – s tem povzročamo, da papirna industrija propada, ker gre vse na splet. Dobra plat tehnologije je, da se lahko več družimo, boljša komunikacija, slaba pa, da preživimo več časa notri za račun. namesto, da bi bili zunaj. Teh. uporabljam vsakodnevno, mi je zelo pomembna, sicer bi lahko zdržal brez nje, a jo rad uporabljam. Za osebne podatke se mi zdi, da je bolje, če urejaš osebno, je večja zasebnost, ker je internet dosti pod nadzorom, kaj delamo, je bolje osebno.

ZM13b tehnologija - v redu je, da lahko prek telefona koga obvestiš kjerkoli in kadarkoli in če ne kupiš časopisa lahko dobiš info na telefonu, zastonj pogovor. Spletno nakupovanje, bankam ne moremo toliko zaupati, odvisno od spletne strani – če bi bila kakšna, za katero prvič slišim, potem ne, če pa bi bila preverjena – prijatelji bi jo že preizkusili, potem pa bi.

YŽ23 tehnologija je kar pomembna, ker smo v taki dobi in so se ljudje kar navadili nanjo, sploh naše generacije, saj je prišla ven v našem času in se mi zdi, si sploh ne znamo več predstavljati življenja brez laptopa, telefona, fotoaparata, kamer, ni da ni. Sem kar dost navajena, da ne vem, kako bi blo brez tega. Spletne banke, trgovine: mislim, da je zdaj to dost

razvito in varno, da se temu kar dost zaupam. Sicer obstajajo hekerji ipd., vendar se mi zdi, da z varnostnimi ukrepi je to kar varno. Odvisno od stvari oz. koliko sem navajena oz. kolk so ljudje: starejši raje urejajo osebno, sama pa kar prek računalnika – klik, kartice, na občini pa raje kar sama urejam, čeprav bi lahko prek spleta z obrazci. Sem tako navajena, pa tudi bolje je, v primeru, da česa ne veš, pa te referent takoj opozori in ti pomaga.

YM28 seveda je pomembna, logično, brez tega danes je kar težko živeti, ker smo tako navajeni. Tolk kolikor se jst ukvarjam, ji zaupam. Načeloma ne uporabljam spletnih bank ipd., ker jim ne zaupam. Pri manj pomembnih zadevah ji zaupam, čim je pa nekaj bolj pomembno imam pa raje medosebno komunikacijo. Ne prek telefona ali računalnika.

XM34 sodobna tehnologija: težko bi brez. Dobrodošla vedno, tudi še novejša. Zame je dost pomembna, vsakodnevno, če se le da, in to čimveč stvari. Ji zaupam – je najbrž bolj natančna in nezmotljiva kot človek. Raje urejam prek spleta kot osebno, ker zadeva urediš, ko imaš čas in ne ko so uradne ure in tko. Pa še dokaz imaš. Uporabljam spletno bančništvo ipd.

XM36 tehnologija je fajn, v redu. Že kar malo pretiravajo marsikje. Je pa zelo dobrodošla. Uporabljam jo vsakodnevno – sploh telefoni, kot včasih, ko ni bilo elektrike. Danes si brez telefon čisto drug človek. Verjetno tudi drugi tako pravijo. Spletno banko sicer mam prek rač. In zagotavljajo varnost, a ne zaupam toliko, da bi npr. prek telefona imel spletno banko. Za manj pomembne jo uporabljam, za bolj pa medosebno komunikacijo, to mi je najbolj, čeprav se marsikatera stvar že da prek spleta. Saj vsak ve, da se potem marsikateri podatki potem uporabljajo v raznih medijskih raziskavah.

BBŽ52 sod. tehnologija je sigurno v redu, če se ne zlorablja. Mladi ste s tem gor rasli, mi pa tega nismo imeli in nam je dosti težje kot vam. Kar se vam zdi samoumevno, moramo mi veliko truda in volje vložiti. Včasih se počutim, le kako tega ne skapiram, otroci pa to naredijo brez problema. Sem mela kar nekaj težav, a tisto, kar me je res zanimalo, sem se res naučila, a s pomočjo otrok. Hvalabogu sem v taki službi, da za službene stvari doma preberem kakšne članke, ki mi pomagajo pri delu, to ja, pa tudi pisanja poročil, kar dosti pišem, tolko uporabljam, ni pa mi treba ves čas biti za rač. Ko potrebujem, pač uporabim. Doma pa rač. In telefon. Nimam potrebe po dodatni tehnologiji. Težje bi preživel brez te tehnologije, če je svet tako naravnan, da jo potrebujemo. Preživel bi tudi brez, a postaja kar nuja. Če je to dobro, pa ne vem. Mi je zadosti, da pošljem prek meila, mam itak evidenco, da sem poslala, tako da zaupam in jo uporabljam, kolikor jo pač rabim. Ne grem pa se spletnih trgovin oz. stvari kar se denarja tiče. Imam kar slab občutek in se ne poslužujem. Imam vpogled v spletno banko, a

se tudi tega ne upam, da ne bi kaj naredila narobe, tako da v bistvu mož pogleda, kar ni ravno najbolje. Uporabljam torej za določene službene zadeve in razvedrilo, za finančne zadeve pa raje osebno. Plačujemo sicer kakšno položnico.

BBM54 je dobrodošla, ker je svet postal majhen zaradi tega. Ti lahko zdaj v vsakem trenutku komuniciraš z nekom iz drugega konca sveta, kupuješ prek spleta, vsekakor dobrodošlo dokler je to v mejah normale, torej da te ne zasvoji in da visiš cele dneve na družbenih omrežjih in se ne družiš z ljudmi, kar naj bi bila osnova ljudi, pogovor. Kar se tega tiče je pa slabo. Uporabljam jo vsakodnevno, ker pač mam. Si brez problema lahko predstavljam življenje brez tega. Seveda, če bi ves svet tako funkcioniral. Kupujem prek spleta, imam spletno banko in zaupam sod. tehno. Mi je enakovredna kot osebno. Banke niti ne rabim več, ker vse naredim od doma. Recimo, da je varno. 100% varnosti itak ni. Kar se pa tiče osebnih podatkov, te vsak akviziter najde po tel. št., čeprav je ne daješ. Se pravi, to je mal tko. A vseeno zaupam tem bankam. Na fb ne dajem nobenih podatkov, nobenih resnih.

TŽ73 tehnologije ne uporabljam. Gre zelo zelo hitro naprej, mladi imajo zdaj, jst pa nisem v tem bla. Naj gre naprej. To je v redu.

TM79 v glavnem je dobro, prihaja pa tudi do zlorab, nekateri se vedno znajo okoriščati. Jaz pa ne uporabljam. Ker v tistih letih tega ni blo, zdej pa ne uporabljaš, ker ne rabiš. Če bi imel možnost tečaja, se vseeno ne bi udeležil, ker potem premalo uporabljaš in potem pozabiš.

c) ZM13a ZM13b YŽ23 YM28 XM34 XM36 BBŽ52 BBM54 TŽ73 TM79

ZM13a splet je bistven vir info, ker na spletu se hitreje najde, kot npr. v knjižnici. **HITROST SPLETA!** Ne obiskujem vedno istih spletnih strani, pač pa vtipkam v brskalnik in poiščem info. Včasih grem na wikipedio, odvisno. Ne, ni mi zadosti wikipedia, včasih ne kaže prave info in potem še dodatno preverim. Odvisno včasih mi je zadosti prvi zadetek, če pa ne, pa preverim še ostale. Po občutku. Info pridobljene na spletu včasih preverim še pri prijateljih.

ZM13b če rabim info grem na google. Tam pač najdeš karkoli hočeš, tisto kar te zanima, ti potem vrže veliko zadetkov, tako da zagotovo kaj najdeš. Pregledam še ostale zadetke in tisto, kar se ujema prepisem. Info potem ne preverjam, zaupam, da je pravilno.

YŽ23 internet in skoraj da ni informacije, ki je ne bi bilo v brskalniku. Vedno najdem, kar iščem. Za šolo raje na več mestih preverjam, če gre za lažje stvari, sicer pa grem raje v

knjižnico, je bolj strokovno. Pomembnejše info potem še z družino predebatiram. Če je bolj pomembna info na več mestih preverim, na več spletnih zadetkih.

YM28 info iščem na spletu, ker je priročno. Se pravi, telefon imaš pri sebi, pogledaš in to je to. Info načeloma potem ne preverjam, se mi zdi verodostojno, odvisno seveda od spletne strani. Bolj pomembne preverim, nepomembno pa ne. Tudi ne preverjam potem pri prijateljih. Zelo pomembne info pa najdem na spletu, potem pa se posvetujem z družino in prijatelji, kombiniram osebno in neosebno komunikacijo.

XM34 najpogosteje na internetu, ker je vsakem trenutku dostopno. Največkrat urejam prek spleta. Če je res pomembna info, jo najprej na spletu preberem, potem pa sicer lahko predebatiram, a v moji družbi vsi dostopamo do istih virov in je tako brezpredmetno. Če je pomembna info, bi še točno na spletno stran, ki objavi to – npr. davek ipd, če pa gre za trač pa ne preverjam.

XM36 info najpogosteje iščem na spletu, ker je ogromen spekter info. Veliko več dobiš kot v knjigah. Sej tam je tudi, sam nimaš knjige. Na spletu maš ogromno stvari in zato ga največ uporabljam. Navadno kar v brskalnik vtipkam, če pa je kaj tacga, pa kar na 24ur.com, tam sam preletim, če pa je kaj pomembnejšega, pa potem pogledam še v časopis, morda na tv ipd.

BBŽ52 najpogosteje prek interneta, pa tv in radio. Težko rečem, tv, časopis in internet, enakovredno. Grem tudi v knjižnico, samo če konkretno kaj potrebujem. Če moram kaj uredit, pa raje kar pokličem ali pošljem meil, sem bolj tradicionalna v tem smislu. Včasih grem direktno tja, npr. na banko in pošto, raje iščem info osebno na uradu. Info o dogodkih pa grem na spletno stran ali tv ali radio. Ne preverjam načrtno info drugje, če ravno naletim na drug kanal, pa vidim, aha ti pa tko poročajo, a ne načrtno. Itak si svoje mnenje ustvarim. Imam selektivno mnenje, točno pri sebi vem ali bom temu verjela ali ne. Tudi diskutiram potem z ostalimi, sodelavci, družino, prijatelji. Ne preverjam, pač pa enostavno povem svoje mnenje. Pač komunikacija med ljudmi, sploh o zadevah, ki se te dotaknejo.

BBM54 info iščem preko radia, poročil, ker sem veliko v avtu in prek spleta, 24ur, če me neki res zanima. Ker je na radiu ne slišim cele, pa potem preverim še na spletu. Zadost mi je to, ne preverjam dodatno, saj niso tako pomembne info. Če rabim podatek, če ga tam ne najdem, pa pogledam še drugam, sicer pa vprašam prijatelje, družino, skratka se najde.

TŽ73 če rabim info se obrnem na otroke in na vnuke, meni vse povejo, zato ne rabim spleta in teh stvari. Kakšne stvari pa tudi prek telefona. Info ne preverjam, mi je zadosti, da preberem, nič se naprej ne poglobljam.

TM79 časopisi in večerna poročila. Svet A kanal je še boljš, mogoče bolj pravilno, ker se mi zdi, da so določene stvari malo zamolčane potem pri poročilih, tam pa vse izveš. Če kaj iščem prek interneta, potem vprašam vnuke, drugače tudi prek telefona. Sploh pa predebatiram s prijatelji in upokojnici, vsak ima potem svoje mišljenje.

ZM13a nisem družbeno aktiven, v časih kaj komentiram na fbju. Ostalo ne. Se mi pa zdi prav, prekomerno pa spet ne za druge.

ZM13b ne nisem aktiven. Je pa prav, da drugi to delajo. Mogoče bom tudi sam, samo do zdaj še nisem imel takih problemov.

YŽ23 lahko rečem, da ne. Blogi, klepetalnice sploh ne ... tudi nisem tolik časa na spletu in se ne ukvarjam s tem. Morda le na kakšno izobraževalno ustanovo bi napisala kakšen meil, če bi prišlo do napake, ampak neposredno tja, kjer je napaka nastala, ne na splošno. Nisem pa širše družbeno aktivna in ne opozarjam na družbene probleme.

YM28 take stvari me ne zanimajo. Se mi zdi, pomembno, mislim, da so za to drugi ljudje, ki se s tem ukvarjajo. Ne, da me ne bi zmotilo, sam nisem jaz za to.

XM34 ne, je dost takih, ki se. Meni ni treba. Fajn bi blo, da bi se odzvali, pa samo govorimo, pa ne naredimo nič.

XM36 ne. S tem se ne ukvarjam. Ker ne vem, za take stvari pa nisem. Za bloge morš bit prijavljen pa to, berem druge, sam pa tega ne prakticiram zaradi osebnih podatkov.

BBŽ52 sem že to naredila. Berem bloge, a ne pišem. Gre za mnenje nekoga, ne morem reči ali je verodostojno, če gre za mnenje večine, potem morda že velja. Sem pa že pisala meil urednikom. Če me kaj razjezi, potem tudi reagiram, a redko. Širše družbeno pa že vse v glavi razmislim, kaj bom rekla, a navadno potem tam kar ostane. Seznanim pa svojo ožjo okolico s svojim mnenjem. Pomembnejše informacije torej o njih razmišljam, analiziram in kritično ovrednotim.

BBM54 ne to pa ne. Če bi imel občutek, da bi to kaj spremenilo, da bi kaj prispeval, potem bi, tako pa nimam tega občutka.

TŽ73 ne nisem. Dostokrat bi bilo prav, a nisem. So stvari, ki ti niso všeč. Nisem pa nikoli.

TM79 ne, nisem. Drugače je pa pravilno, da se opozarja na nepravilnosti.

ZM13a nisem še slišal za medijsko pismenost. Pod tem si predstavljam, hm, kot da si na nek način lahko razbereš podatke iz interneta. / To se mi zdi kar dobra značilnost ljudi, nekateri so takšni, nekateri pa ne. Tega ne moreš spreminjat, to je odvisno od človeka in ga tudi ne moreš prepričat. Ne glede na starost. Imam sovrstnike, ki ne uporabljajo interneta in se držijo knjig, ker jim je to bolj všeč. / mladi-stari: ja, je tako, nekateri starejši se spoznajo na internet, drugi ne. Sem mnenja, da je MP bolj odvisna od osebnosti kot od starosti.

ZM13b ne nisem še slišal za MP. To pomeni, da bi se naučil brati in pisati s spletom. / To je pomembno. Bi moral biti ljudje MP in se mi zdi, da so, tudi moji sovrstniki. Vsi sošolci znajo uporabljat računalnik in osnovne stvari. Za kakšne stvari, ki jih ne bi smeli verjeti, potem tudi ne verjamejo./ mladi-stari: se strinjam, mlajši so bolj za računalnike kot starejši. Starejši pa so bolj kritični.

YŽ23 slišala sem že za MP. Predstavlja mi dve stvari: pismenost samih medijev, da so članki objavljeni korektno, glede na to, da je javno dostopno, bi se lahko popravili, ker ne uporabljajo dvojine, vel. Začetnic, glede na to, da naj bi to pisal nekdo, ki je usposobljen. In pa obratno: ne samo mediji, pač pa, da znajo tudi ljudje v medije pisati, da smo mi medijsko pismeni, da bi znal tud mi neki napisat, kakšen člank, sestavk. / To je kar pomembno, ker veliko ljudi to bere, če je kakšna stvar napisana, kako je napisano, ker veliko ljudi to bere in je pomembno, tudi zaradi jezika in je prav da so MP, pa tudi, ker narobe preberejo in si narobe zapomnijo. In gre potem naprej, se pogovarjajo z vnuki./ ja definitivno so ljudje različno MP: sploh OŠ, ti nižji razredi so mal manj MP, ker še ne poznajo tolk izrazov in tudi medijev (čeprav vedno več), starejši pa ne sledijo toliko in je tudi veliko novih terminov. Najbolj MP so ljudje, ki so veliko za rač. In potem še doma kaj preberejo ipd. torej dijaki, študenti in zaposleni, so glavnina, ki so zdaj ne netu in so tudi najbolj vešči. Se strinjam s to trditvijo, ker včasih ni bilo tolk tega, pri mlajših so skoz na rač. in internetu in berejo traparije, medtem, ko starejši bolj berejo časopise in bolj spremljajo politiko in gospodarstvo. Mladih to ne zanima, starejši pa to bolj spremljajo, tud kakšne knjige, mladi pa tja niti ne zahajajo.

YM28 ja, sem že slišal, ampak jst si predstavljam, da znaš upravljat s tehnologijo, tel., rač.,internet, da znaš word, iskanje info v brskalniku. Danes v tem svetu, se mi zdi to zelo pomembno, če tko gledamo nujno, rabiš povsod. Je zelo pomembno za družbo, načeloma vsak

posameznik, danes že vsal mulc ve kako pa kaj. Danes so bolj pismeni kot včasih, bolj problematični so starejši. Ljudje različnih starosti so različno MP, starejši se težje lotijo tega kot mi, ki smo s tem gor rasli. / meni so to ne zdi: mladi danes preverjajo na int., včasih tega ni blo, pa so iskali po knjižnicah, so bolj večji kot starejši. Starejši bolj zaupajo tisku, ker so tako navajeni, to kar piše, zanje velja kot pribito. Če maš internet pa lahko preveriš na več koncih. Int. je tolik verodostojen seveda, definitivno.

XM34 sem že slišal. MP ne vem, kako si interpretiraš novice iz različnih medijev, pa katere medije poznaš, pa vrste medije, radio, tv, internet, pa katere medije uporabljaš, ne vem, kolk dobro jih uporabljaš, kako dobro znaš pridt do info. / MP naj bi bila pomembna. Najbrž, da je pomembna, pa ne vem točno zakaj in kako naj povem, koliko za koga, men se morda zdi, da sem, pa v resnici nisem, če zadošča mojim potrebam, pa je verjetno ok. Ne vem kakšni so standardi. Jst mislim, da sem, na področjih, ki me zanimajo, pa je najbrž tud premalo.

XM36 MP sem slišal že. Meni pomeni, če razčlenim, medij je nekaj, kar nas spremlja vsak dan, pismenost pa, da imaš način izražanja, da slediš kakšnim kraticam (npr.LOL) mladi so tega navajeni, mi pa to ne vemo, mora bit pismenost kot pismenost, ne pa da gre za neke tajnosti, pa potem ne vedno vsi kaj piše./ MP za družbo recimo je, to je težko zame, ker se s tem res ne ukvarjam. Teh novic je potem vrh kape, en nekaj napiše, potem pa 10000 različnih mnenj, tega je potem preveč./ mladi-stari: bi reku, da ja. Je pa res, stvarno ali medijsko življenje. Drugač je realnost, kot splet. mlajše generacije so manj pismene, gledano na splošno, na internetu lahko delaš vse, v realnosti pa ne, to je problem za mlade.

BBŽ52 MP poznam, zame to pomeni, da obvladaš rač. z vsemi zadevami, jst znam samo toliko, kolikor res nujno rabim, pa še tam potrebujem pomoč, moram rečt, da se počutim medijsko zelo pol pismena, mal se skrivam za tem, da nisem otrok rač.generacije, ne vem glede na to, da tudi moje prijateljice niso preveč večče, kar se tega tiče in mi je to v zadoščenje. Je pomembno, odvisno, kaj počneš, če potrebuješ to v službi, si ne moreš privoščiti, da tega ne bi znal. V bistvu zame pomeni bolj digitalni del MP. Če ne pišem ves čas pisma bralcev, pa nisem na blogih, drugi pa raje medosebno komuniciramo, nič narobe, a jaz pač ne pišem tega./zase bi lahko rekla, da sem MP, dost spremljam, o stvareh razmišljam, komuniciram, tako da ja. /mladi-stari: ja, to bi rekla, da ja. Mladi, kljub medijskim sposobnostim mogoče ne znajo selektivno gledat na stvari. Kakšno stvar verjamejo, ker ne vejo, te izkušnje so pa potrebne. Oboje skupaj je pa idealno. Definitivno se MP razlikuje glede na starost. Če gledam isto stvar jaz in npr.vi, vprašanje, če bova skupaj prišli. Vi ste

novodoben človek s svojimi izkušnjami in medijski vplivi, mi pa imamo določene izkušnje, zato pride do razhajanj. Vedno mladi mislijo, da so starejši staromodni, starejši pa da mladi nimajo dovolj izkušenj.

BBM54 sem že slišal MP. Pod tem si predstavljam, da znaš uporabljat rač.in splet, da znaš poiskat info, ki te zanima, da bereš časopise, gledaš tv./ Ljudje so čedalje bolj MP, sploh mlajše generacije, naše pa kakor kateri, zelo odvisno od službe, če jo tam potrebujejo potem ja, nekateri pa ne. Je pomembna, ker živimo v takih časih, brez tega že težko funkcioniraš, oz. ti to olajša. /mladi- stari: se strinjam strditvijo, mladi so itak navajeni, da gredo takoj na splet in poiščejo info, drugi si pač drugače pomagajo, seveda je razlika.

TŽ73 MP nisem še slišala. Ne vem, kaj bi to bilo. Nimam pojma. No, na slepo ne verjamem vsemu. Mam veliko info. Je prav, da so ljudje MP in je tega zdaj zadost./ mladi-stari: to drži, se razlikuje MP.

TM79 MP to pa ne vem. Kako je to mišljeno? To so mediji, ki obveščajo, časopis, radi, tv. /je dost razprav, Preverjeno, Tednik, Tarča, je zanimivo, gledamo že leta in leta, spremeni se pa nič. Stvar je v tem, da so gotovi ljudje na položajih in se nič ne spremeni. Debata je, a ni nič iz tega. Kriva je politika. /mladi-stari: različno mišljenje, tehnologija gre naprej, stvari se izboljšujejo na tem področju, mlajši drugače razmišljajo, starejši imajo pa prakso, mogli bi sodelovati. Mladi s tehnologijo, starejši pa z izkušnjami. Prav je, da je oboje in praksa in teorija.