

OSNOVNA ŠOLA LAVA CELJE

VPLIV MEDIJEV NA OBLIKOVANJE MLADOSTNIKA

raziskovalna naloga

Avtorji:

Katarina Četina, Tjaša Mazej, Sarah Tkalec, 9. B

Mentor:

Bojan Poznič, prof. kem. in bio.

Mestna občina Celje, Mladi za Celje

Celje, 2011

KAZALO

KAZALO	2
IZVLEČEK	6
POVZETEK	6
UVOD	7
RAZISKOVALNI PROBLEM	7
HIPOTEZE	8
IZBOR IN PREDSTAVITEV REZISKOVALNIH METOD TER POTEK RAZISKOVANJA	8
MEDIJI	9
KAKO RAZUMEMO BESEDO MEDIJ?	9
SPLOŠNO O MEDIJIH	9
MNOŽIČNO KOMUNICIRANJE	9
KATERE TRADICIONALNE MEDIJE POZNAMO?	10
TISK	11
ZGODOVINA TISKA	12
RADIO	17
ZGODOVINA RADIA	17
PREDNOSTI RADIA.....	18
TELEVIZIJA	19
ZGODOVINA TELEVIZIJE.....	19
PREDNOSTI TELEVIZIJE	24
ELEKTRONSKI MEDIJI	24
ZGODOVINA INTERNETA	25
MNENJE Anite Mikuličk.....	26
KNJIGE V ŠOLSKI KNJIŽNICI	29
PREDSTAVITEV REZULTATOV KVANTITATIVNE METODE DELA	30
REZULTATI ANKETNEGA VPRAŠALNIKA	30
Anketni vprašalnik.....	30
SPLOŠNI PODATKI.....	33
PREDSTAVITEV REZULTATOV KVALITATIVNE METODE DELA	42
INTERVJU	42
Intervju s Gregorjem Trebušakom in Bernardo Žarn	42
Intervju z diplomirano psihologinjo gospo Mileno Četina	42
SKLEPI RAZPRAVE OBČINSKEGA IN REGIJSKEGA OTROŠKEGA PARLAMENTA	43
SKLEP	46
VIRI	48

CITIRANI VIRI	48
DRUGI VIRI.....	48
VIRI SLIK IN FOTOGRAFIJ	49
Priloga	50
Anketni vprašalnik.....	50

Kazalo grafov

<i>Graf 1: Prikaz vzorca po razredih</i>	<i>33</i>
<i>Graf 2: Graf prikazuje odstotek žensk in moških, ki so rešili vprašalnik.....</i>	<i>33</i>
<i>Graf 3: Graf prikazuje odgovore na vprašanje 1</i>	<i>34</i>
<i>Graf 4: Odgovori učencev na Vprašanje 2</i>	<i>35</i>
<i>Graf 5: Odgovori učenk na Vprašanje 2</i>	<i>35</i>
<i>Graf 6: Odgovori učencev na Vprašanje 2.....</i>	<i>36</i>
<i>Graf 7: Graf prikazuje odgovore na Vprašanje 3.....</i>	<i>36</i>
<i>Graf 8: Odgovori na Vprašanje 4.....</i>	<i>37</i>
<i>Graf 9: Odgovori na Vprašanje 6.....</i>	<i>39</i>
<i>Graf 10: Odgovori na Vprašnje 7.....</i>	<i>39</i>
<i>Graf 11: Odgovori na Vprašanje 8.....</i>	<i>40</i>
<i>Graf 12: Odgovori na Vprašanje 9.....</i>	<i>41</i>
<i>Graf 13: Odgovori na Vprašanje 10.....</i>	<i>41</i>

Kazalo shem

<i>Shema 1: Osnovne funkcije medijev.....</i>	<i>10</i>
<i>Shema 2: Nemška teorija tiska.....</i>	<i>12</i>
<i>Shema 3: Naša kulturna dediščina [2].....</i>	<i>16</i>
<i>Shema 4: Prednosti radia</i>	<i>18</i>
<i>Shema 5: Prednosti televizije</i>	<i>24</i>

Kazalo slik in fotografij

<i>Slika 1: Slika prikazuje tiskanje v zgodnjem 15. stoletju [1]</i>	<i>13</i>
<i>Slika 2: Valentin Vodnik: Lublanske novize 1797</i>	<i>15</i>
<i>Slika 3: Eden od prvih radiev</i>	<i>17</i>
<i>Slika 4: Slike prikazujejo logotipe današnjih nacionalnih radiev [3].....</i>	<i>18</i>
<i>Slika 5: Simbol televizije Slovenija (avtorska fotografija).....</i>	<i>20</i>
<i>Slika 6: Na snemanju oddaje Dobro jutro na nacionalni televiziji Slovenija (avtorska fotografija)</i>	<i>21</i>
<i>Slika 7: V studiu dnevnika na Sloveniji 1 (avtorska fotografija)</i>	<i>21</i>
<i>Slika 8: Delo novinarjev (redakcija) na komercialni televiziji (avtorska fotografija)</i>	<i>22</i>
<i>Slika 9: V enem izmed najmodernejših studiev v Sloveniji na televizijski hiši Pro plus (avtorska fotografija)</i>	<i>22</i>

Kazalo preglednic

<i>Preglednica 1: Preglednica prikazuje odgovore na Vprašanje 5</i>	<i>38</i>
---	-----------

ZAHVALA

Raziskovalno nalogo smo pripravile s pomočjo mentorja, g. Bojana Pozniča, prof. biologije in kemije, za kar se mu iskreno zahvaljujemo.

Zahvaljujemo se vsem učencev osnovne šole Lava, ki so izpolnili anketo.

Zahvaljujemo se tudi ge. Bernardi Žarn, ge. Mileni Četina in g. Gregorju Trebušaku za opravljen intervju.

Zahvaljujemo se tudi gospe ravnateljici, gospe tajnici in učiteljem, ki so nam pomagali pri nastajanju našega dela.

Zahvaljujemo se Nini Senici za lektoriranje dela.

Zahvaljujem se komisiji za pregled dela.

IZVLEČEK

Mediji imajo velik vpliv na naše življenje. Njihovemu vplivu so najbolj izpostavljeni mladostniki. Kateri mediji najbolj vplivajo na oblikovanje mladostnika in kje se ta vpliv najbolj čuti, smo raziskovali v našem delu.

Ključne besede:

mladostniki, vpliv medijev, socialna omrežja, mediji

POVZETEK

Mediji so sestavni del naše kulture. S svojim vplivom posegajo na mnoga področja našega življenja. Način oblačenja, mnenje o naši samopodobi in potrošniške navade so le nekatera izmed področji, na katerih je moč čutiti njihov vpliv. Medije dojemamo različno, zato tudi različno vplivajo na nas. Veliko je odvisno od izoblikovanosti našega mnenja in zmožnosti ločevanja med realnim in nerealnim. V današnjem »medijskem« času so najbolj izpostavljene osebe v obdobju odraščanja – mladostniki. V tej poplavi medijev in informacij se je težko znajti, veliko podatkov je lažnih ali neverodostojnih, virtualni svet socialnih omrežji nas ločuje od resničnosti. Vse to ima negativen vpliv na oblikovanje mladostnika. Pogosto pa se zgodi, da se tega vpliva ne zavedamo, zato nas je zanimalo, kako mladostniki dojemajo medije in kateri so jim najbližji. Pri raziskovanju smo si pomagali s kvantitativno in kvalitativno metodo dela. Podatke smo pridobili iz različnih knjig, strokovnih člankov in interneta, opravili pa smo tudi nekaj intervjujev in izvedli anketo.

UVOD

Otroci že od zgodnjega otroštva posnemajo osebe, ki se pojavljajo v njihovem okolju. Iščejo vzornike, da bi se obnašali kot oni. Kasneje se to obnašanje oz. posnemanje razvija v mladosti, kjer ti otroci odraščajo in pravzaprav iščejo samega sebe.

Menimo, da je velik problem, da so mladostniki preveč zasvojeni z mediji in vplivom le teh. Navsezadnje današnjemu času pogosto pravimo kar medijski čas. Množični mediji imajo dejansko v naši družbi pomembno vlogo, omogočajo javno komuniciranje. Tiskani in elektronski mediji so postali del našega življenja. Mediji so prisotni povsod in so del kulture današnjega sveta. Na nas vplivajo kratkoročno in dolgoročno.

RAZISKOVALNI PROBLEM

To tematiko smo si izbrale zato ker, nas mediji in njihovi vplivi zelo zanimajo ter se želimo tudi same nekoč preizkusiti v vlogi novinarja. Opazili smo tudi velik vpliv medijev na nas in naše prijatelje, kar nas je spodbudilo, da raziščemo kakšen vpliv imajo mediji na nas mladostnike.

Raziskovali smo naslednje vidike:

1. Kateri mediji imajo najmočnejši vpliv na mladostnike?
2. Kakšno mnenje imajo mladostniki o vplivu medijev?
3. Kakšno mnenje imajo o vplivu medijev strokovnjaki?
4. Na katerih področjih je vpliv medijev najbolj zaznaven danes in nekoč?
5. Zakaj je trend virtualnih socialnih mrež zanimiv za mladostnike?

HIPOTEZE

S pomočjo raziskovalnih vprašanj smo zastavili naštetih hipoteze:

Hipoteza 1: Predvidevamo, da ima internet najmočnejši vpliv na mladostnike.

Hipoteza 2: Mladostniki menijo, da mediji pozitivno vplivajo nanje.

Hipoteza 3: Strokovnjaki menijo, da mediji negativno vplivajo na mladostnike.

Hipoteza 4: Največji vpliv medijev na mladostnika se kaže na področju stila oblačenja.

Hipoteza 5: Mladi s pomočjo virtualnih socialnih mrež lažje in hitreje navezujejo stike.

IZBOR IN PREDSTAVITEV RAZISKOVALNIH METOD TER POTEK RAZISKOVANJA

V prvem delu smo se posvetili literaturi, ki smo jo našli v knjigah, na internetu in v različnih člankih. Anketo so izpolnjevali učenci naše šole. Vzorec obsega učence v starosti od 11. do 15. let. Uporabili smo kvalitativno in kvantitativno metodo dela.

Uporabljene tehnike kvalitativnega raziskovanja:

- intervju z Gregorjem Trebušakom, urednikom oddaje Svet na Kanalu A;
- intervju z voditeljico Bernardo Žarn;
- analiza sklepov občinskega in regijskega otroškega parlamenta.

Uporabljene tehnike kvantitativnega raziskovanja:

- anketni vprašalnik,
- statistična obdelava podatkov.

Podatke smo obdelali s programom Microsoft® Excel®.

MEDIJI

KAKO RAZUMEMO BESEDO MEDIJ?

V Slovarju slovenskega knjižnega jezika pod geslom medij najdeno pod tretjim knjižnim pomenom naslednjo razlago:

Médi-a. knjiž. sredstvo, pripomoček: televizija je važen medij za informiranje ljudi; dramatika je njegov glavni izpovedni medij; propagandni medij; medij sporazumevanja teh ljudi je angleščina / publ. množični mediji časopisje, radio, televizija / z oslabljenim pomenom izražati čustva z medijem poezije / poglobitni medij pripovedi v romanu je nevrotičen mladostnik posredovalec ♦ lingv. glagolski način s povračanjem dejanja na nosilca dejanja.

SPLOŠNO O MEDIJIH

Mediji so del našega vsakdanjika, krojijo naše življenje, nas usmerjajo in večini ljudi kreirajo njihovo osebno mnenje. Vzpostavljajo in določajo javne teme, torej tisto, o čem naj ljudje mislijo in razpravljajo. Mediji konstruirajo (svojo) stvarnost in s tem hote ali nehote ponujajo "resnico", ki pa ni nujno vedno prava. Kajti tisto, kar najvplivnejši mediji trdijo, to je edina resnica, za katero vemo. Namreč toliko in toliko ljudi je slišalo, videlo ali prebralo isto stvar, da ji na koncu večina že verjame. Pa čeprav je to kar mediji govorijo včasih čista laž. Tudi če hočeš nekaj spremeniti v državi, kjer imajo oblast temne sile, te najlažje zaustavijo mediji.

MNOŽIČNO KOMUNICIRANJE

Množično komuniciranje je namenjeno razmeroma velikemu, heterogenemu in anonimnemu občinstvu. Zato sporočila, naslovljena na točno določene posameznike, ne spadajo med množično komuniciranje.

Množično komuniciranje je tudi organizirano komuniciranje. V nasprotju z umetnikom ali pisateljem, v množičnem mediju komunikator dela v kompleksni organizaciji, ki zaposluje veliko delovne sile in ima velike stroške. Spomniti se je treba velikanske organizacijske strukture, ki je potrebna za produkcijo hollywoodskega filma, ali birokratskega kompleksa

televizijske mreže, da lahko prepoznamo razliko med sodobno komunikacijo in starejšimi oblikami komunikacije (Rjavec, Volčič, 1999).

KATERE TRADICIONALNE MEDIJE POZNAMO?

Med tradicionalne medije spadajo:



Ti mediji opravljajo naslednje osnovne funkcije:



Shema 1: Osnovne funkcije medijev

Informacijska, imenovana tudi nadzorna, funkcija ki omogoča seznanjanje občinstva z dogodki, interpretacijska oziroma korelacijska funkcija, ki omogoča občinstvu, da si oblikuje mnenje, socializacijska funkcija, ki omogoča prenos znanja z ene generacije na drugo, ter zabavna funkcija omogoča razvedrilo in sprostitev občinstva. Informacijska funkcija se

nanaša na zbiranje in distribucijo informacij o dogodkih v okolju znotraj ali zunaj določene družbe. Delno ustreza tistemu, kar se popularno pojmuje kot »delo z novicami«. Interpretacijska funkcija vključuje pojasnjevanje informacij v okolju in napoveduje možni razvoj dogodkov. Te aktivnosti se pogosto enačijo z uredniškimi komentarji in propagando. Prenos družbene dediščine je osredotočen na prenos znanja, vrednot, norm z ene generacije na drugo oziroma od članov ene skupine na bodoče člane. Običajno jo razumemo kot izobraževalno dejavnost. Zabavna funkcija se nanaša na komuniciranje aktivnosti, namenjene razvedrilu (Rjavec, Volčič, 1999).

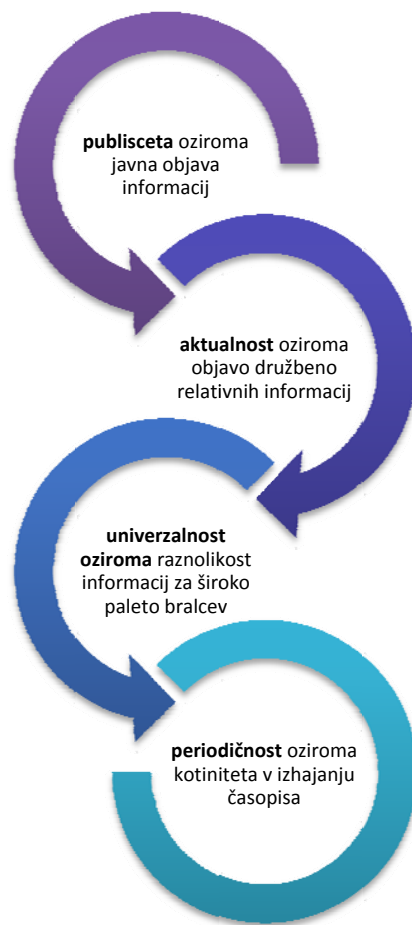
TISK

Mnoge študije so potrdile pomembnost tiska za vsa življenjska področja. Najbolj jasno se ta ugotovitev potrdi v času stavk tiskarskih delavcev. Brez časopisa bi bilo oteženo politično življenje, kulturne predstave bi bile brez obiskovalcev, ljudje bi manj gledali televizijo in manj zahajali v kino in podobno (Rjavec, Volčič, 1999).

Ta ključna vloga tiskanih medijev je odkrila odgovornost novinarjev in novinark v novi luči. K temu naj dodamo, da novinarsko delo v tisku ni tako zelo odvisno od tehničnih zmogljivosti kot pri elektronskih medijih in televiziji. Najpomembnejše orodje novinarjev, ki objavljajo v časopisu, revijah in časniku, dnevniku je beseda oziroma jezik. Časopisni novinarji morajo imeti še posebej razvito sposobnost pisnega komuniciranja. Pri tem lahko tudi na splošno trdimo, da kdor dela v novinarstvu, mora še posebno izbirčno ravnati z jezikom.

Tisk v svojem razvoju ni imel takoj današnje vsebinske in zunanje podobe. Da bi lahko spoznali, kako se je tisk skozi svojo zgodovino oblikoval, si moramo najprej ogledati značilnosti časopisa.

Nemška teorija tiska (Noelle-Neumann 1971:245) navaja štiri značilnosti, ki opredeljujejo časopis, kar si lahko preberemo v spodnji shemi.



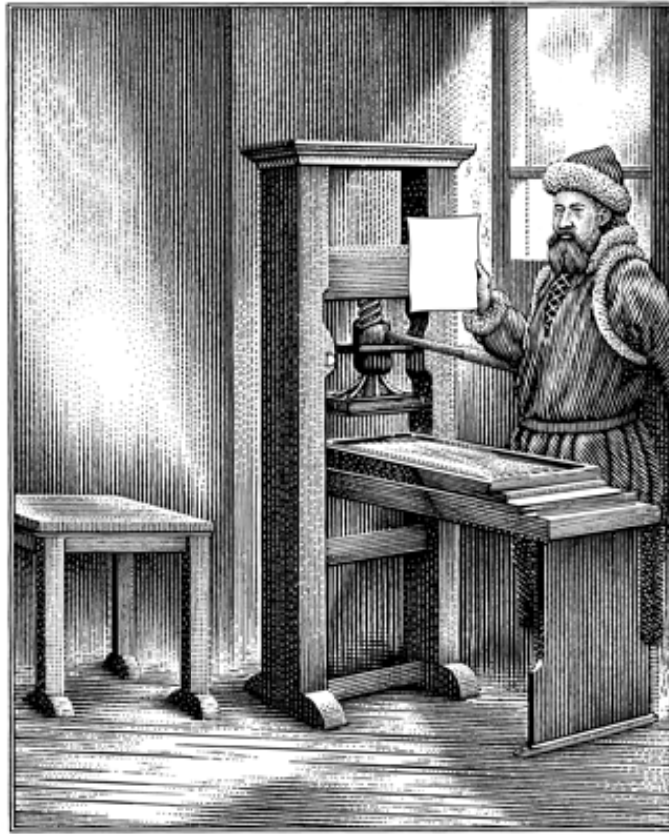
Shema 2: Nemška teorija tiska

ZGODOVINA TISKA

V tem delu bomo govorili o zgodovini tiska in kako se je vse skupaj začelo. Glede na zgoraj naštetе značilnosti lahko določimo tudi podobnosti v razvoju pismenega sporočanja. Že ACTA DIURNA, kronika dnevnih dogodkov v starem Rimu je vsebovala aktualnost in univerzalnost.

Časopisna dejavnost se je razvila iz sistema zasebnih korespondenc¹. Tudi sam pojem časopisa izhaja od tod. V 14. stoletju so bila pisemska sporočila označena kot časopisi. Beseda časopis je pomenila sporočilo. Zelo znana so pisma, imenovana Fuggerzeitugen. Tudi ko so že poznali tiskane časopise, so bili ročno pisani časopisi še vedno pomembni. Razvoj tiskanih časopisov je omogočila Gutenbergova iznajdba tiskarskega stroja leta 1440.

¹ Korespondenca pomeni vzdrževanje medsebojnih pismenih stikov, dopisovanje (SSKJ).



Slika 1: Slika prikazuje tiskanje v zgodnjem 15. stoletju [1]

Tiskanje in s tem tudi večjo razširjenost je od konca 15. stoletja do začetka 17. stoletja omogočil razvoj časopisov. Sprva so običajno obsegali le eno stran in so bili predhodniki današnjega popularnega (senzacionalnega) tiska, saj so poročali o nesrečah, smrti, rojstvu v kraljevi družini, o kometih in podobno. Resničnost in aktualnost, dokler niso bili prizadeti interesi oblasti, nista bili pomembni.

Publiciteto, aktualnost in univerzalnost so takratni časopisi že imeli, manjkala jim je le še periodičnost. Ta lastnost se najprej pokaže pri Messerelatioemu. To je bila kronika, ki je izhajala vsake pol leta, od leta 1588. Takratnemu tisku je seveda manjkala periodičnost v današnjem pomenu besede, saj bi jih lažje opisali kot »stare« ne pa kot »nove« časopise.

K uveljavitvi časopisa je tako prispevalo:

Iznajdba tiskanih pisem,

institucionalizacija zbiranja sporočil,

množičnost poklicnega znanja in izmenjavanja sporočil,

organiziran ladijski in poštni transport sporočil in časopisov,

razvoj mest,

**razvoj izobraževanja oz. pisemnosti, ki je pospešil pretok informacij in
povpraševanje po njih,**

oblikovanje javnosti,

**razvoj nacionalne zavesti in nacionalnega jezika, ki sta spodbudila razmah
tiska v nacionalnem jeziku,**

**podjetniška pobuda, ki je postala pomembnejša od razvite državne - tiskarji so
hoteli čim več zaslužiti, trgovci pa so potrebovali čim več novih informacij.**

Ti dejavniki so povzročili nastanek prvih časopisov, ki so že imeli vse značilnosti današnjih.

Prva nemška časopisa sta izšla leta 1609: Aviso v Wolfenbüttelu in Relation iz Strassburga. Izhajala sta tedensko na osmih straneh. Časopise so tiskali in zlagali ročno. Običajno so bili knjižnega formata in tiskani v majhnih nakladah (od 100 do 500 izvodov). Po vsebini je bil ta tisk predvsem informativne narave: obsegal je trgovske informacije, mednarodne politične novice in domače dvorne novice (Noelle – Neumann in Schulz, 1971).

Na prehodu v 17. stoletje so krožili po Evropi znanstveni časopisi, napisani v francoščini, latinščini in angleščini. V drugi polovici 17. stoletja postaja periodični tisk že redna oblika obveščanja. Časopisi so tiskani v domačem jeziku in so postali nepogrešljiv dejavnik pri oblikovanju meščanske javnosti.

Tako se je tisk naprej postopoma razvijal. Ob koncu 19. stoletja se je v ZDA začel razvijati popularni tisk (imenovan tudi tabloidi, rumeni tisk), v prehodu v 20. stoletje pa se je še ta začel uveljavljati v Evropi.

Za današnji trg tiska je značilna velika stopnja komercializacije, koncentracija kapitala in internacionalizacija tiska.

Za dodatek naj omenimo, da so prvi tiskan časopis v slovenščini objavil že v razsvetljenstvu. Lublanske novize, kot se je imenovala prva številka (1797-1800) so bile natisnjene v Ljubljani. Njihov urednik pa je bil slovenski časnikiar Valentin Vodnik.

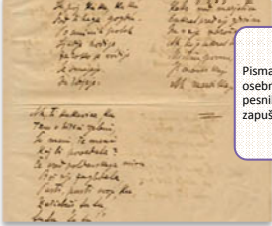
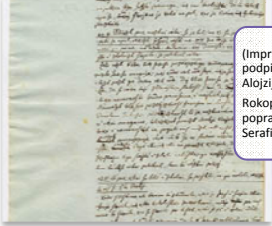
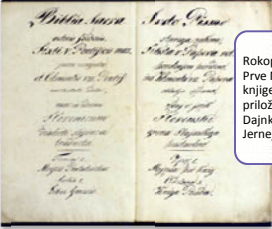
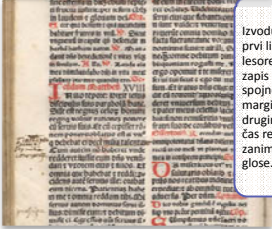
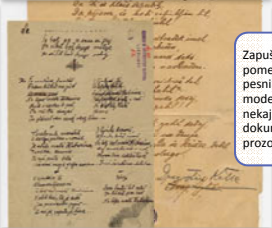
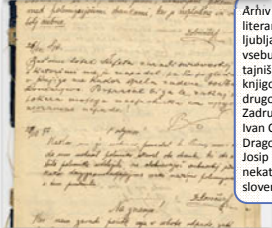
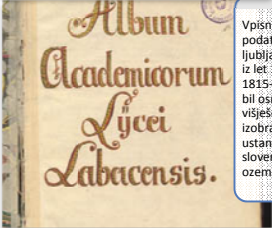
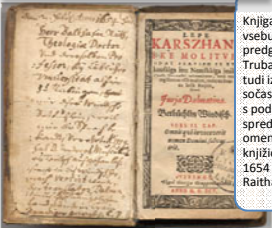
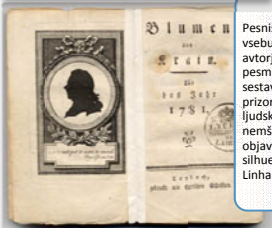
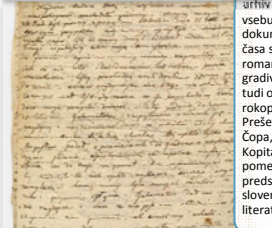
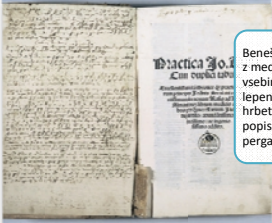


Slika 2: Valentin Vodnik: Lublanske novize 1797

Prvi letnik prvega slovenskega časnika z avtobiografskim zapisom njegovega urednika Valentina Vodnika [2]

V nadaljevanju so v shemi omenjena dela, ki so iz skupine kulturnozgodovinskega vidika pomembna in zanimiva, zato sodijo h kulturni dediščini, ki jo želimo trajno ohraniti.

VPLIV MEDIJEV NA MLADOSTNIKA
Raziskovalna naloga, 2011

Josip Murn: Pesmi in romance 	Rokopis znamenite pesniške zbirke priljubljenega pesnika slovenske moderne.	Josip Murn: Ostalina 	Pisma, pesmi in osebni dokumenti iz pesnikove zapuščine.	Jožef Škrinjar: Raslaganje Svetiga evangelija s. Matevsha. I. del. 1848 	(Imprimatur podpisal škof Anton Alojzij Wolf). Rokopisni prevod s popravki Franca Serafina Metelke.	
Peter Dajnko: Das Buch Genesis, verwindicht vom Weltpriester Peter Dainko, 1836 	Rokopisni prevod Prve Mojzesove knjige v slovenščino; priloženo je Dajnkovo pismo Jerneji Kopitarju.	Missale Aquileense, Benetke 1517 	Knjiga vsebuje lesoreze in note, razne lastniške vpise, dve risbi, številne marginalije, med drugim za tedanji čas redke in zanimive slovenske glose na listih 55-57.	Missale Aquileense, Benetke 1519 	Izvodu manjkajo prvi listi, vsebuje lesoreze in note, zapis na sprednjem spojnem listu in marginalije, med drugim za tedanji čas redke in zanimive slovenske glose.	
Dragotin Kette: Zapuščina 	Zapuščina pomembnega pesnika slovenske moderne vsebuje nekaj osebnih dokumentov, pesmi, prozo in pisma.	Zadruga, Ljubljana: Arhiv iz let 1892-1897 	Arhiv skrivnega literarnega društva ljubljanskih dijakov vsebuje vpisno, tajniško in dopisno knjigo, pisma in drugo gradivo. Člani Zadruge so bili npr. Ivan Cankar, Dragotin Kette, Josip Murn in nekateri drugi slovenski kulturniki.	Album academicorum Lycei Labacensis 	Vpisna knjiga s podatki o študentih ljubljanskega Liceja iz let 1805-1809 ter 1815-1848. Licej je bil osrednja visješolska izobraževalna ustanova na slovenskem ozemlju.	
Jurij Dalmatin: Lepe karszanske molitve 	Knjiga molitev; vsebuje nemški predgovor Felicijana Trubarja, ki je delo tudi izdal. Izvod je v sočasni vezavi, zapis s podpisom C. B. na sprednjem listu omenja, da je knjižico prejel leta 1654 od Balthasarja Raitha.	Anton Tomaž Linhart: Blumen aus Krain. Ljubljana, 1781 	Pesniški zbornik vsebuje poleg avtorjevih izvirnih pesmi tudi prozne sestavke, dramski prizor in slovenske ljudske pesmi v nemščini. V knjigi je objavljena znana silhueta A. T. Linharta.	Emil Korytko: Korytkov zbornik I-II 	Osební arhív ěmila Korytky vsebuje pomembno dokumentacijo iz časa slovenske romantike. Med gradivom najdemo tudi originalne rokopise Franceta Prešerna, Matje Ćopa, Jerneja Kopitarja in drugih pomembnih predstavnikov slovenskih in tujih literatov.	
Antonius Cermisonus: Consilia medica, Venezia, ca. 1498 						Beneška inkunabula z medicinsko vsebino je vezana v lepenkaste platnice, hrbet pa je iz popisanega pergamenta.

Shema 3: Naša kulturna dediščina [2]

RADIO

Radio² je množični medij 20. stoletja in ga uvrščamo med tradicionalne medije. Informacije lahko prenaša najhitreje, vsebinsko je zelo bogat, je razumljiv in verodostojen najširšemu krogu ljudi. Je zelo dostopen, neposreden, splošno uporaben in dovzeten medij, ki lahko v trenutku sporoči informacijo širokemu občinstvu in to najhitreje kot katerikoli drug medij (Rjavec, Volčič, 1999).

ZGODOVINA RADIA

Zgodovina radia sega na prelom 20. stoletja. Leta 1888 je Heinrich Herz ugotovil uporabnost elektromagnetnih valov v prostoru. Gugliemu Marconiju se je leta 1897 posrečil prvi brezžični prenos zvoka in sedem let kasneje so v Gradcu prvič prenašali radio brez žic.



Slika 3: Eden od prvih radiev

Tudi v Sloveniji so prve radijske oddaje na srednjem valu, šele kasneje prešli na UKM oziroma na ultrakratke valove. Prvega septembra 1928 je začel poskusno obratovati 2,5kW oddajnik Radia Ljubljana. Dne 28. oktobra pa se je začel redni program Radia Slovenija.

² V Slovarju slovenskega knjižnega jezika pod geslom radio najdemo naslednjo razlago: Radio je naprava za oddajanje in sprejemanje električnih impulzov, signalov po radijskih valovih, *sredstvo za javnosti namenjeno oddajanje zvočnih sporočil po radijskih valovih ali ustanova, ki se ukvarja s tako dejavnostjo.*

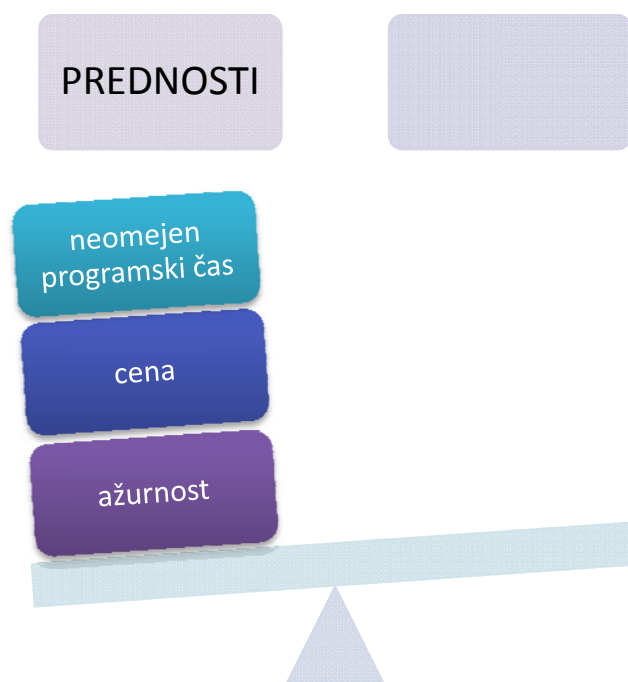
Na spletnem mestu Radia Slovenije (<http://www.rtv slo.si>) si lahko preberemo več o njihovem programu. Oddajanje poteka na treh konceptualno dopolnjujočih se programih. Na I., II., in III. programu.



Slika 4: Slike prikazujejo logotipe današnjih nacionalnih radijev [3]

PREDNOSTI RADIA

Radio je najstarejši elektronski množični medij. S pojavom televizije so se njegove funkcije spremenile. Ker je radio audiomedij, ne more neposredno konkurirati televiziji, vendar lahko uveljavi prednosti, ki jih ima pred televizijo kot so:



Shema 4: Prednosti radia

TELEVIZIJA

Televizija (tudi televízia)³, z znano kratico TV, je tehnologija prenosa negibnih ali gibajočih se slik in zvoka na daljavo. Tehnične zasnove so bile razvite že v 19. stoletju, praktično uporabne izvedbe pa so se pojavile okoli leta 1930. Na olimpijadi v Berlinu leta 1936 so že oddajali televizijski signal.

Televizija je tudi sopomenka za televizijski sprejemnik, napravo, ki oddaja televizijsko sliko, in ustanovo, ki se ukvarja s takšno dejavnostjo. Televizija je tudi krajše ime za televizijsko postajo.

ZGODOVINA TELEVIIZIJE

Prva generacija televizorjev ni bila čisto elektronska, saj je imel ekran vgrajen motor in sistem vrtečih se plošč s spiralno razmeščenimi luknjicami, s katerimi so dobili sliko predmeta na zaslonu. Ta sistem je leta 1883 izumil Paul Nipkow, ki je s tem dal zamisel za dejansko prenašanje slike. Do udejanjenja je prišlo šele veliko let kasneje. To se je zgodilo leta 1926, ko je škotski izumitelj John Logie Baird izvedel prvi prikaz televizije na svetu, in pri tem uporabil Nipkove plošče. Kasneje so jih opustili in namesto njih uporabili katodno cev, ki se je z napredkom tehnologije krajšala. Sistem elektromehanske televizije so najprej uvedli v ZDA leta 1928, nato leta 1929 v Združenem kraljestvu in Nemčiji, ter leta 1931 še v Franciji in Sovjetski zvezi.

Medtem, ko je televizija v zgodnjih petdesetih naglo osvajala svet, pa v Sloveniji in nekdanji Jugoslaviji še ni zaživela. V Sloveniji je prvič stekel redni preskusni program 11. oktobra 1958, ki ni več ugasnil. To je bilo razmeroma pozno, in sicer 20 let za britanskim prvim rednim televizijskim programom na svetu, 30 let za tem, ko se je pri nas prvič oglasil radio in 160 let po izidu Vodnikovih Lublanskih novic. Od takrat, ko so imeli televizijski sprejemniki majhen zaslon in veliko dodatnih sestavnih delov, ki so bili spravljani v velikih omaricah in so nekateri stali toliko kot majhen avto, pa do danes, ko imamo sprejemnike različnih izmer in cenovnih

³ Televizija pomeni prenašanje slik negibnih ali gibajočih se bitij, stvari skupaj z zvokom po radijskih valovih na daljavo, televizijski sprejemnik, *ustanova, ki se ukvarja s tako dejavnostjo (SSKI)*.

razredov, je minilo veliko časa. Medtem se je televizija razvila v enega najpomembnejših medijev in verodostojen vir novic, ki ima močan vpliv na javno mnenje in brez katerega si življenje kar težko predstavljamo. Prvič je javno predvajal televizijsko sliko v barvah program CBS v ZDA leta 1950.



Slika 5: Simbol televizije Slovenija (avtorska fotografija)



Slika 6: Na snemanju oddaje Dobro jutro na nacionalni televiziji Slovenija (avtorska fotografija)



Slika 7: V studiu dnevnika na Sloveniji 1 (avtorska fotografija)



Slika 8: Delo novinarjev (redakcija) na komercialni televiziji (avtorska fotografija)



Slika 9: V enem izmed najmodernejših studiev v Sloveniji na televizijski hiši Pro plus (avtorska fotografija)



Slika 10: Z voditeljico oddaje Prvi in drugi Bernarda Žarn



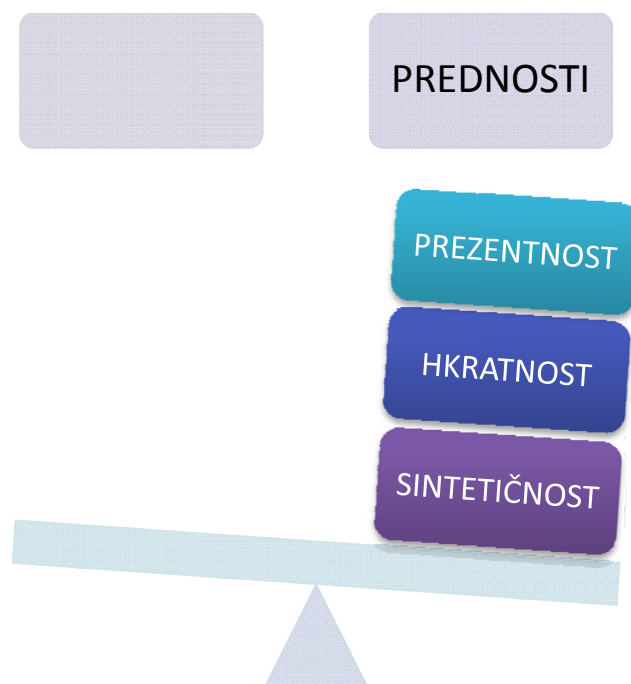
Slika 11: Z urednikom Sveta na kanalu A Gregorjem Trebušakom

PREDNOSTI TELEVIZIJE

Sintetičnost: Skupina elementov, kot so gibljiva slika, besedilo, zvočni učinki, glasba pripomorejo k prepričljivosti in dokumentiranosti posredovanega sporočila.

Hkratnost: Neposredni slikovni in zvočni prenos dogajanja občinstvu v neponovljivem trenutku, je tisto kar loči televizijo od drugih medijev.

Prezentnost: Televizija s svojo ustvarjalnostjo simbolov najlažje prodira v človeka (Rjavec, Volčič, 1999).



Shema 5: Prednosti televizije

ELEKTRONSKI MEDIJI

Brez Interneta si ne moremo več zamisliti nakupov, našega dodatnega izobraževanja, doseganja za nas zanimivih informacij, plačevanja računov, načrtovanja potovanj, poslušanja radijskih programov in glasbe, gledanja televizijskih novic in videa, komuniciranja s prijatelji, igranja računalniških iger itd. Internet je začel spreminjati celo smisel dela, da ne rečemo življenja. Bistvo vključevanja v omrežje je v našem aktivnem

soustvarjanju dogodkov, saj uporabnik informacije soustvarja (npr. Wikipedia, spletni dnevniki, spletni forumi, klepetalnice, brezplačni sistemi za publiciranje vsebine (npr. FaceBook, Myspace, live.com, spaces.msn.com, flickr, YouTube ...), Uporabnik lahko tudi priporoča informacije drugim (Blink, Del.icio.us, Digg, Furl, Google, Simpy, Spurl, MyYahoo, MyWeb). Danes že skoraj vse radijske in televizijske postaje ponujajo svoj program preko interneta. Vse več dogodkov pa se tudi neposredno prenaša preko interneta (zelo dober primer so direktni prenosi različnih športnih tekmovanj, koncertov ali izobraževalnih dogodkov). Preko interneta se lahko pogovarjamo s prijatelji (sistemi takojšnjega sporočanja, videokonferenčni sistemi, IP telefonija, IRC) (gradiva.txt.si).

ZGODOVINA INTERNETA

Ob koncu šestdesetih let je ameriška vojska odkrila prednosti in možnosti računalniških povezav, a tedaj prav gotovo še nihče ni slutil, da se bo to omrežje tako hitro razširilo. Internet izvira iz omrežja ARPANET (Advance Research Projects Agency NETwork), ki so ga ustanovili leta 1969 z namenom, da bi pomagali raziskovalcem v hitrejši izmenjavi različnih informacij. ARPANET je postal pomembno orodje, ki je omogočalo delo na oddaljenih računalniških sistemih, prenos datotek, elektronsko pošto in izmenjavo informacij po interesnih skupinah t.i. distribucijskih seznamih. Internet je začel delovati leta 1983, ko se je ARPANET razdelil na dve sestavni Internetovi omrežji MILNET (MILitary NETwork) in ARPANET.

Od leta 1983 je število priključenih omrežij na Internet rastlo eksponentno. Leta 1985 jih je bilo približno sto, 1987 dvesto, 1989 petsto, januarja 1990 pa je to število narastlo na 2218 omrežij. 31. 12. 2009 je bilo v Internet vključenih preko svojih lokalnih računalniških omrežij že prek 1,802,330,000 uporabnikov (vir World Internet Users and Population Stats in gradiva.txt.si).

MNENJE Anite Mikulič

Mladi gledalci

Za otroke v zahodnih državah verjamemo, da so odvisni, psihično in mentalno nezreli, ranljivi ter nesposobni racionalnih in »zrelih« družbenih, seksualnih, političnih, ekonomskih in intelektualnih odločitev in se zato morajo zanašati na odrasle, ki te odločitve sprejemajo namesto njih. Otroštvo dojemamo kot pomemben del socializacijskega procesa, v katerem odrasli skozi izobraževanje in vzgojo otroke vzgajajo v odraslega. Vprašanje je, ali so otroci res tako nemočni, kot jih poskušamo prikazati?

Dejstvo je, da televizija doseže otroke bolj zgodaj in bolj intenzivno kot drugi mediji. Zato ni čudno, da je toliko razprav o vplivu televizije na otrokov intelektualni in čustveni razvoj. Zanimivo je, da se o tem skoraj vedno piše samo negativno, enostransko in s pretiravanjem.

Kako dobro otroci razumejo podobe na televiziji

Otroci vidijo prizore na drugačen način kot odrasli. Naredila sem raziskavo. Naj omenim nekaj primerov. V risanki *Pokahontas* je prizor sekanja gozda. Čeprav ne vidimo ljudi, ampak samo drevesa, ki padajo, je šestletnica takoj vedela, da sekajo belci, saj, kot je sama rekla: »Indijanci ne bi pokvarili svojega gozda.«

Takoj po prizoru, ko belci posekajo drevesa in eksplodira prvi stor, sta že vedeli, da gradijo vasico.

Očitno je, da otroci zelo dobro poznajo konvencije filmskega jezika in zato lahko pravilno interpretirajo prikazane podobe. Poleg tega nam ti odgovori dokazujejo, da je film medij, ki je neločljivo povezan z družbeno prakso. Otroci poznajo Indijance in načela, po katerih delujejo, zato na opisani primer interpretirajo določene filmske podobe.

Prav tako dobro zaznajo prehode v prihodnost, sedanost in celo sanje. Lahko rečemo, da poznajo kode, ki jih film uporablja pri prikazovanju teh prehodov. Ko se je *Pokahontas* začela spominjati prizora iz preteklosti, sta devetletnici to takoj prepoznali. Svojo ugotovitev sta

razložili z dejstvom, da »gre za poseben način govorjenja« in da v tem prizoru »govori samo ona, čeprav nastopa veliko drugih ljudi«.

V drugem primeru, ko princ sanjari o Pepelki in o tem, kako skupaj plešeta, sem vprašala, če zares plešeta. »Ne,« so me popravile vse deklice (od 6 do 9 let), »on razmišlja.« Ko pa se je pojavila še Pepelka, vsa zasanjana, se je ena od šestletnic takoj popravila: »Oba razmišljata.« Ta sklep je naredila res hitro, takoj po tem, ko se je prikazala Pepelka.

Naštujemo še nekaj dobrih sklepov, do katerih so prišli otroci med gledanjem televizije. Ko so videli Pepelkini sestri sedeti vsako pred svojim škafo – iz enega se je kadilo, iz drugega ne – so takoj ugotovili, da si ena »veča« stopala, druga pa si jih »manjša«. Prepoznali so dim kot kad za vročo vodo, vključili lastne izkušnje in poznavanje pravljice o Pepelki ter pravilno interpretirali filmsko podobo.

Otroci so tudi dokazali, da res hitro dojemajo vsebino in dobro sklepajo ter pri tem niso omejeni s klišeji. Vsi poznamo pravljico o Pepelki, ki pride trikrat na ples, preden izgubi čeveljček. V videorazličici, ki smo jo gledali, je čeveljček zgubila že na prvem plesu. Odrasel človek, ki pozna izvirno pravljico, v kateri mora kralj trikrat organizirati ples, bi pričakoval, da se bo ples kmalu ponovil. Otroci pa so takoj dojeli, da se je zgodba prevesila v drugo polovico. Še več – ena od deklic je omenila, da pozna različico Pepelke, v kateri so grajske stopnice premazali z lepljivo tekočino, in ko je bežala s plesa, se je čeveljček prilepil. Primer prikazuje dojemanje otroškega uma, ki še ni vkalupljen in poln stereotipov. Verjetno je to posledica poznavanja več različnih variant Pepelk, ki so otrokom sedaj dostopne. To je prednost, ki jo imajo današnji otroci v primerjavi s starejšimi, ki poznajo samo klasično različico zgodbe.

Film kot preplet vizualnega, zvočnega in verbalnega je bolj zahtevna, aktivna in kompleksna konstrukcija v primerjavi s knjigo, vendar jo otroci kar dobro razumejo. Ko je glavni igralec rekel »Ful si mi všeč« in se zraven pačil, je sedemletnica takoj prepoznala kod neverbalne komunikacije in vedela, da se je zlagal.

Ena od deklic je omenila, da je pri gledanju Pepelke sicer ni bilo nič strah, vendar se je spomnila, da jo je bilo strah, ko je gledala Spidermana, čeprav je vedno vedela, kdaj se bo

zgodilo nekaj groznega. Glede na zvoke, kote kamere, značilnosti scene, način osvetlitve je slutila, da bo sledilo nekaj grozljivega. Zgornji primeri potrjujejo, da otroci dobro poznajo tako zvočne kot druge učinke, vendar jih opišejo bolj preprosto. Omenjena deklica je že po učinkih v risanki Spiderman – po Spidermanovi hoji in po glasbi (nizki toni) – vedela, da se bo nekaj na hitro pokazalo.

Gledalec na podlagi sheme, ki si jo ustvari, med gledanjem ves čas postavlja različne domneve, sklepe, hipoteze in uri spomin. Seveda ni nujno, da so njegovi sklepi in domneve pravilni. Kljub temu da otroci zelo dobro predvidevajo, lahko nastane problem pri razumevanju vsebine. Predvsem se to lahko zgodi, če gledajo vsebine, ki so zanje pretežke.

Otroci kot kritični gledalci

Rezultati raziskave so bili dokaj pričakovani. Otroci prvih razredov osnovne šole so pokazali zelo dobro razumevanje njim prilagojenim vsebin in prav tako dobro poznavanje vsebin, ki niso bile posebno prilagojene otrokom. Pokazali so tudi pripravljenost, da se ob gledanju naučijo tudi kaj novega in to znanje (z ustrezno spodbudo staršev) uporabijo tudi v vsakdanjem življenju. Z dosedanjim gledanjem televizije so se že naučili vseh osnovnih dejavnosti, ki jih mora poznati gledalec, da lahko dekodira pomen medijskega sporočila in tako razume potek dogajanja: poznajo kode, znajo predvidevati, nadomestijo informacije, ki jih je režiser zadržal ... Kljub dokaj dobremu poznavanju filmske teorije pa jim za interpretacijo nekaterih zahtevnejših delov zmanjka lastnih izkušenj in takrat jim je v pomoč sodelovanje in usmerjanje staršev.

V današnji družbi množičnih medijev morajo otroci čimprej postati kritični gledalci. Tega ne moremo doseči niti z dolgotrajnim gledanjem televizije niti s strogim omejevanjem gledanja, ampak s pogovorom in z vzgojo za medije, ki poučuje, kako je treba razumeti, analizirati in ustvarjati sporočila; s tem omogoča, da gledalci postanejo kritični analitiki in hkrati ustvarjalni ustvarjalci sporočil.

KNJIGE V ŠOLSKI KNJIŽNICI

Da bi našo raziskovalno temo raziskali čim bolj učinkovito, smo v naši šolski knjižnici poiskali mladinske in otroške knjige, ki so nam služile kot dodatna literatura.

Huseinović, Kašmir. Z računalnikom do znanja. Ljubljana, Založba Karantanija, 2006.

Knjiga je sestavljena kot računalniški priročnik za otroke. Z zanimivimi ilustracijami, fotografijami in zgodbo nas popelje skozi svet računalniške opreme. Nagajiva šolarja Tina in Rok se seznani s svetom elektronske opreme. Knjiga je primerna za vse otroke, ki se šele uvajajo v računalniški svet.

Mal, Vitan; Podreka, Edo. Pravljica potuje-o radiu in televiziji. Ljubljana, Založba Mladinska knjiga, 1998.

Glavni lik zgodbe je Peter – leteči junak. Njegovo življenje je dolgočasno, saj živi v knjigi. Odloči se, da odleti po svetu in si ogleda, kje njegovi bralci živijo. Navdušeno odkriva delovanje radia, televizijskih hiš, radarjev in pot, ki jo naredi zvok. Knjiga je primerna za otroke in mlade, ki želijo na zanimiv način izvedeti več o zvoku, radijskih valovih in drugih stvareh.

Košir, Manca. Mladi novinar-pomaga lastna glava. Ljubljana, Založba Mladinska knjiga, 1987.

Znana slovenska pisateljica Manca Košir v tej knjigi predstavlja poklic novinarja. Mlade hoče navdušiti za pisanje člankov in zgodb. In zdi se, da ji to zelo dobro uspeva. Knjiga je zanimiv priročnik za vse mlade, ki želijo postati novinarji.

PREDSTAVITEV REZULTATOV KVANTITATIVNE METODE DELA

REZULTATI ANKETNEGA VPRAŠALNIKA

V nadaljevanju bomo predstavili rezultate, pridobljene na opisanem vzorcu. Vsako posamezno vprašanje je predstavljeno z grafom. Uporabili smo anketni vprašalnik. Anketirani so vprašalnik reševali 10 minut.

Anketni vprašalnik

Smo učenke Katarina, Sarah in Tjaša iz 9. razreda OŠ Lava. Raziskujemo vpliv medijev na mladostnike pod mentorstvom Bojana Pozničarja. Prosimo, da si vzameš nekaj časa in iskreno odgovoriš na vprašanja. Za pomoč se ti vnaprej najlepše zahvaljujemo!

Navodilo: Preberi vprašanja in obkroži črko pred izbranim odgovorom ali dopiši odgovor. S pojmom aplikacija socialnega omrežja na spletu je mišljeno Facebook, MSN, Twitter in podobno.

Splošni podatki

Spol:		Moški	Ženski	
Razred:	6.	7.	8.	9.

Vprašanja

1. Obkroži črko pred navedenim medijem, ki ga najpogosteje uporabljaš v vsakdanjem življenju. *Odloči se za TRI najpogosteje rabljene medije.*

- | | |
|-------------------------------|---|
| a. Radio | i. Socialna omrežja (Facebook, Twitter, ...) |
| b. Zgoščenke z glasbo | j. Klepetalnice (MSN, Skype, Ventrilo, ...) |
| c. Rumeni tisk | k. Internetni iskalniki (google.si, yahoo.com, bing.com, ...) |
| d. Znanstvene revije | l. Blogi in forumi |
| e. Dnevni časopisi | m. Televizija (TV) |
| f. Knjige in učbeniki | |
| g. Reklamno gradivo | |
| h. Informativna spletna mesta | |

2. Za kateri medij meniš, ima največji vpliv na mladostnike? *Napiši na črto.*

3. Kakšen vpliv imajo mediji nate? *Obkroži.*

- A. Mediji name nimajo vpliva.
- B. Mediji imajo name očasno pozitiven vpliv.
- C. Mediji imajo name pogosto pozitiven vpliv.
- D. Mediji imajo name vedno pozitiven vpliv.

4. Na katerih področjih ima medij najmočnejši vpliv nate? *Obkroži.*

- | | |
|------------------------------------|---------------------------------|
| a. Stil oblačenja | f. Kupovanje nepotrebnih dobrin |
| b. Zvrst glasbe | g. Mnenja o dogodkih |
| c. Kupovanje oblačil | h. Odnosi do prijateljev |
| d. Kupovanje prehrambenih izdelkov | i. Na samopodobo |
| e. Kupovanje elektronskih naprav | j. Na način govora |

5. Kakšno mnenje imaš o vplivu medijev na mladostnike?

6. Katero aplikacijo socialnih omrežij na spletu pogosto uporabljaš? *Obkroži.*

Facebook	DA	NE	Formspring	DA	NE
Twitter	DA	NE	Klepetalnica	DA	NE
Netlog	DA	NE	Chatroulette	DA	NE
Messenger (MSN)	DA	NE	Omegle	DA	NE
Tuenti	DA	NE	Myspace	DA	NE
Skype	DA	NE	Trumbir	DA	NE
Ventrilo	DA	NE	Blogger/Blogspot	DA	NE

7. Koliko časa porabiš za naštete aplikacije? *Obkroži največ ENO možnost.*

- A. Zgoraj naštete aplikacije ne uporabljam;
- B. Aplikacije uporabljam manj kot enkrat na mesec;
- C. Uporabljam jih manj kot eno uro na dan;
- D. Uporabljam jih več kot eno uro na dan;
- E. Uporabljam jih manj kot eno uro ob koncu tedna;
- F. Uporabljam jih več kot eno uro ob koncu tedna.

8. Zakaj uporabljaš socialna omrežja na spletu? *Obkroži največ DVE trditvi, ki veljata zate.*

- | | |
|---------------------------------------|---|
| a. Da navezujem nove stike; | e. Ker to počnejo vsi moji prijatelji; |
| b. Da ohranjam stara prijateljstva; | f. Da se učim na daljavo tujih jezikov; |
| c. Da spremljam dogodke drugih ljudi; | g. Da rešujem neprijetne spore; |
| d. Da se ne dolgočasih; | h. Ker prihranim denar |

9. Pri kateri starosti si začel/začela uporabljati aplikacije socialnih omrežij na spletu? Obkroži.

- a. Še vedno jih ne uporabljam,
- b. pred 10. letom starosti,
- c. pri 10. letih,
- d. pri 11. letih,
- e. pri 12. letih,
- f. pri 13. letih,
- g. pri 14. letih,
- h. pri 15. letih.

10. Ali starši vedo, da uporabljaš aplikacije socialnih omrežij na spletu? Obkroži.

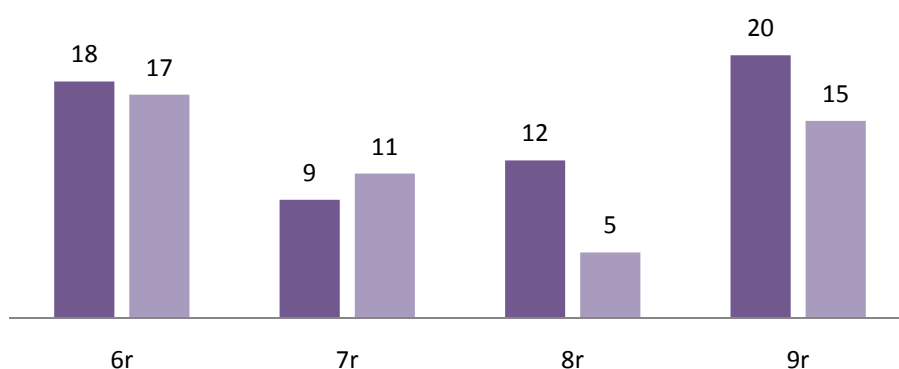
DA

NE

Zahvaljujemo se ti za odgovore. Ali bi želel/želela še kaj sporočiti, da bo naša raziskava še boljša? Na spodnje črte lahko svoje mnenje zapišeš.

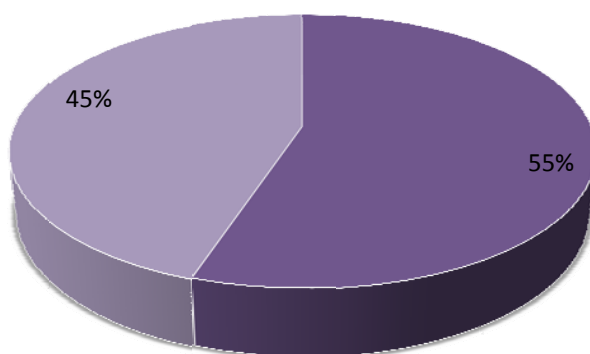
SPLOŠNI PODATKI

Naš vzorec je zajemal učenke in učence od 6. do 9. razreda, v starosti od 11. do 15. let. Vrnjenih smo dobili 107 anketnih vprašalnikov. Podrobnejšo porazdelitev si lahko ogledamo v spodnjem grafu. Temno obarvani stolpci prikazujejo moški spol in svetlo obarvani stolpci ženski spol.



Graf 1: Prikaz vzorca po razredih

Spodnji graf prikazuje zastopanost po spolu. Anketo je rešilo 59 (55%) fantov in 48 (45%) deklet.



Graf 2: Graf prikazuje odstotek žensk in moških, ki so rešili vprašalnik

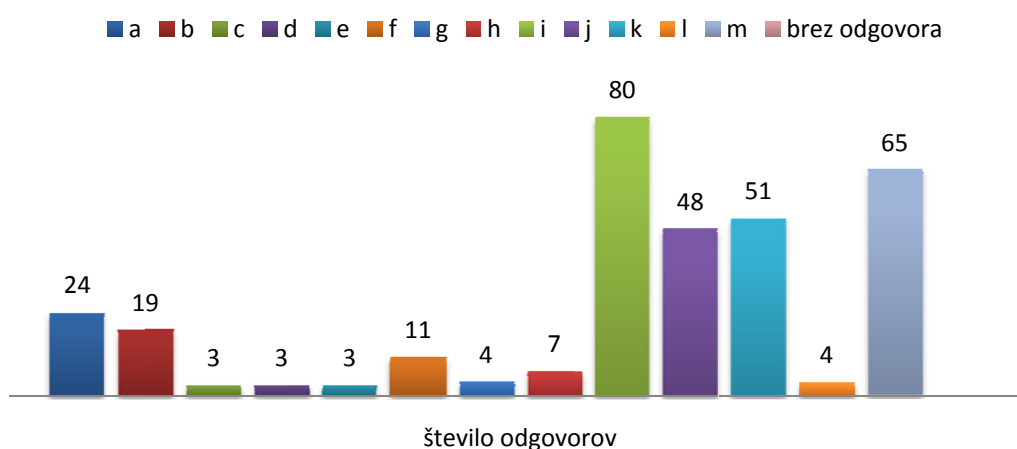
Na podlagi prebiranja literature in priporočil dobljenih pri intervjuvanju novinarjev smo anketiranim zastavili vprašanja in prišli do ugotovitev, ki so navedena v nadaljevanju.

S prvim vprašanjem smo spraševali po treh najpogostejše rabljenih medijih v vsakdanjem življenju anketiranih. Izbirali so med naslednjimi predvidenimi mediji:

a Radio, b Zgoščenke z glasbo, c Rumeni tisk, d Znanstvene revije, e Dnevni časopisi, f Knjige in učbeniki, g Reklamno gradivo, h Informativna spletna mesta, i Socialna omrežja (Facebook, Twitter, ...), j Klepetalnice (MSN, Skype, Ventrilo, ...), k Internetni iskalniki (google.si, yahoo.com, bing.com, ...), l Blogi in forumi in m Televizija (TV).

Največ vprašanih uporablja socialna omrežja (80) in televizijo (65). Uporabljajo pa tudi internetne iskalnike (51) in klepetalnice (48). Menimo, da imajo ti mediji najmočnejši vpliv na mladostnike, kar potrjuje našo prvo hipotezo. Izbrani mediji so neločljivi del interneta.

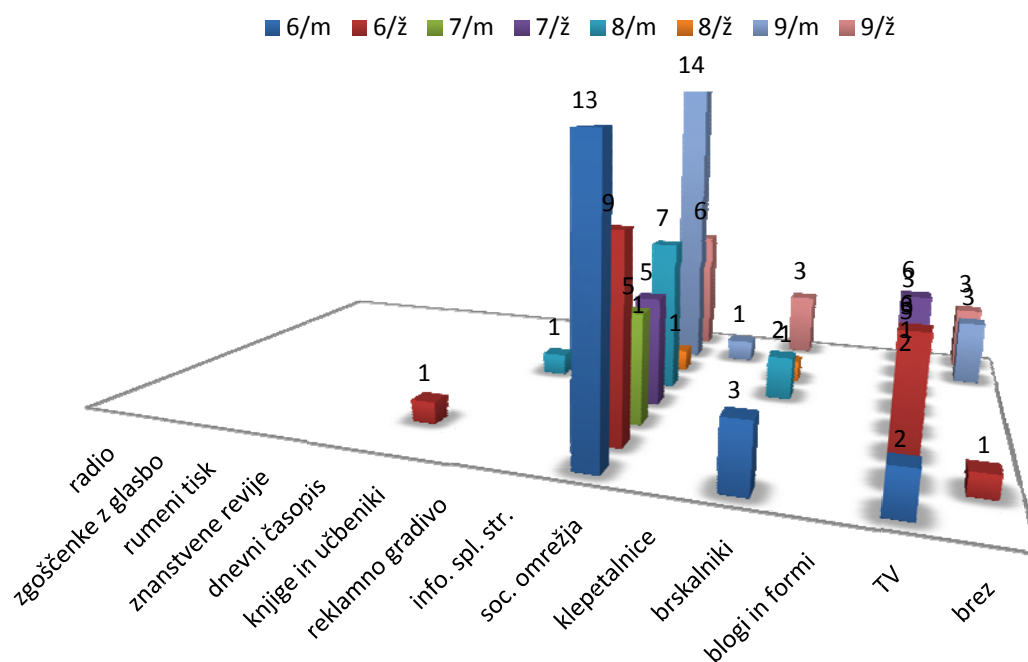
Vprašanje 1



Graf 3: Graf prikazuje odgovore na vprašanje 1

Drugo vprašanje je bilo odprtega tipa. Odgovore smo razdelili v kategorije, ki so navedeni v spodnjem grafu. Anketirance smo spraševali kaj menijo kateri medij ima največji vpliv na mladostnike. Menijo, da imajo socialna omrežja največji vpliv.

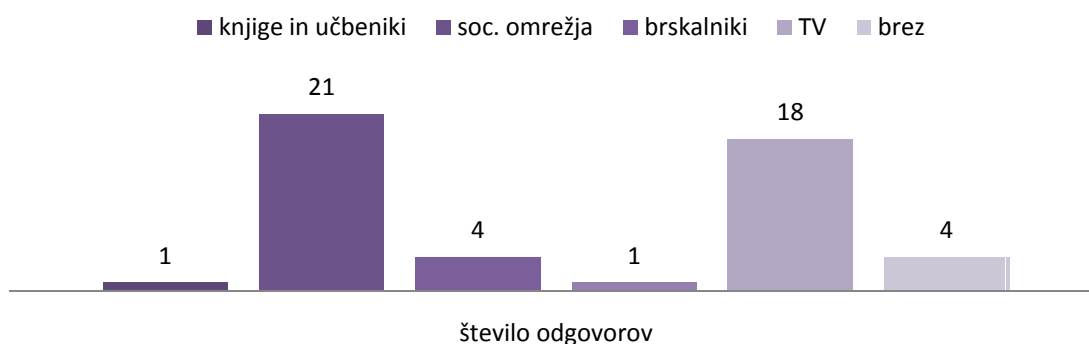
Vprašanje 2



Graf 4: Odgovori učencev na Vprašanje 2

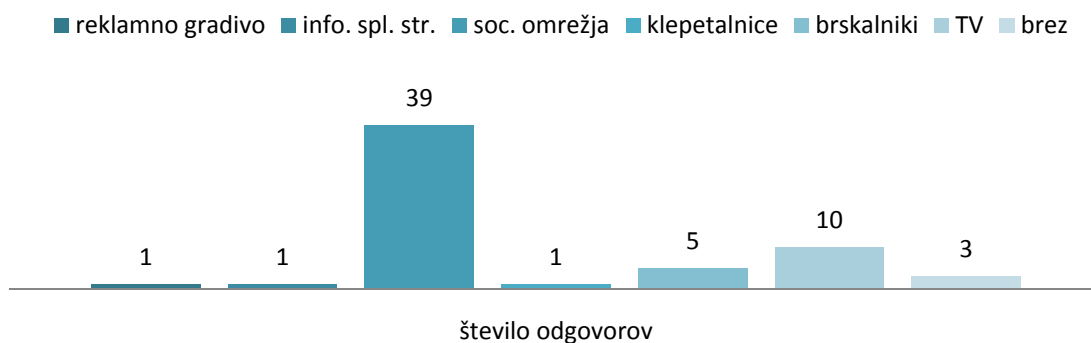
Spodnja grafa prikazujeta razlike v mnenju učenk in učencev. Učenke menijo, da na mladostnike najmočnejše vplivajo socialna omrežja in televizija, podobno kot učenci. Učenci izpostavljajo tudi spletne brskalnike.

Odgovori učenk



Graf 5: Odgovori učenk na Vprašanje 2

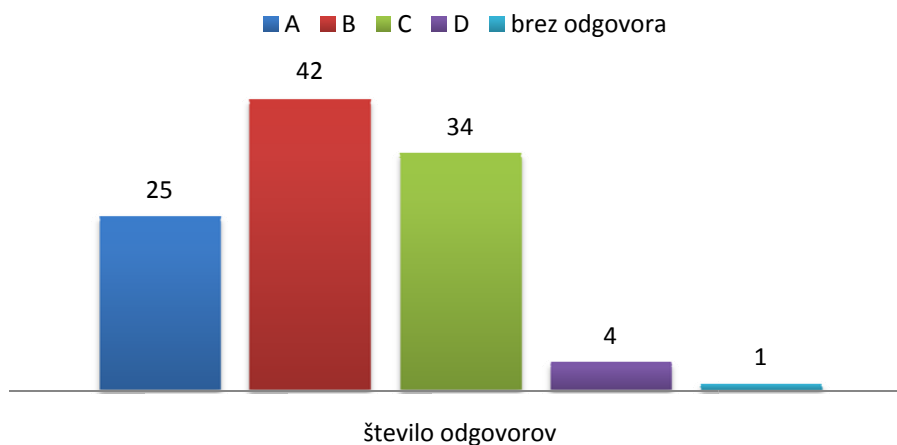
Odgovori učencev



Graf 6: Odgovori učencev na Vprašanje 2

Odgovore na tretje vprašanje smo želeli postaviti pozitivistično. Zanimalo nas je njihovo mnenje o vplivu medijev na njih. Izbirali so lahko med možnostmi, da mediji nanje nimajo vpliva (A), da imajo mediji nanje občasno (B), pogosto (C) ali vedno (D) pozitiven vpliv. Največ vprašanih meni, da imajo mediji občasno pozitiven vpliv (42).

Vprašanje 3



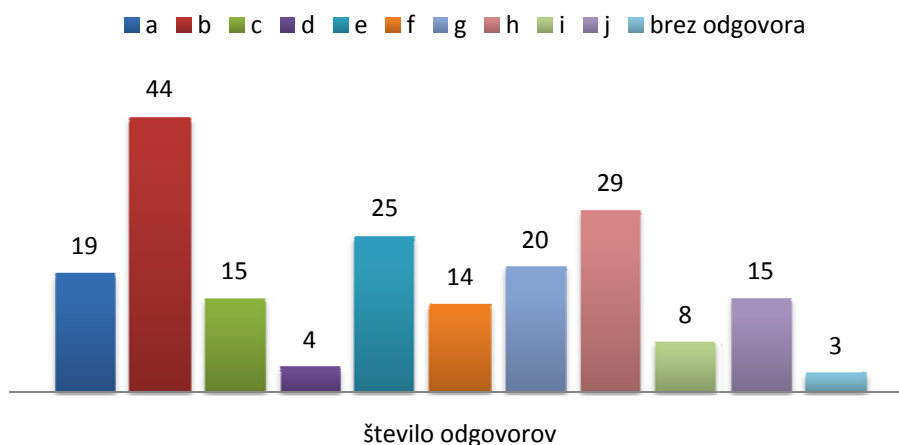
Graf 7: Graf prikazuje odgovore na Vprašanje 3

S četrtem vprašanjem smo spraševali po področjih na katere ima medij največji vpliv. Predvideli smo naslednje možnosti: a Stil oblačenja, b Zvrst glasbe, c Kupovanje oblačil, d Kupovanje prehrabnenih izdelkov, e Kupovanje elektronskih naprav, f Kupovanje

nepotrebnih dobrin, g Mnenja o dogodkih, h Odnosi do prijateljev, i Na samopodobo in j Na način govora.

Predvidevali smo, da se največji vpliv medijev na mladostnika kaže na področju stila oblačenja. Vprašani mejijo, da imajo mediji najmočnejši vpliv na zvrst glasbe (44) ter na odnos do prijateljev (29). S tem ovržemo našo hipotezo, saj se je za stil oblačenja odločilo le 19 vprašanih. Če seštejemo stil oblačenja ter kupovanje oblačil dobimo 34 odgovorov, kar je še vedno manj kot odgovorov na zvrst glasbe.

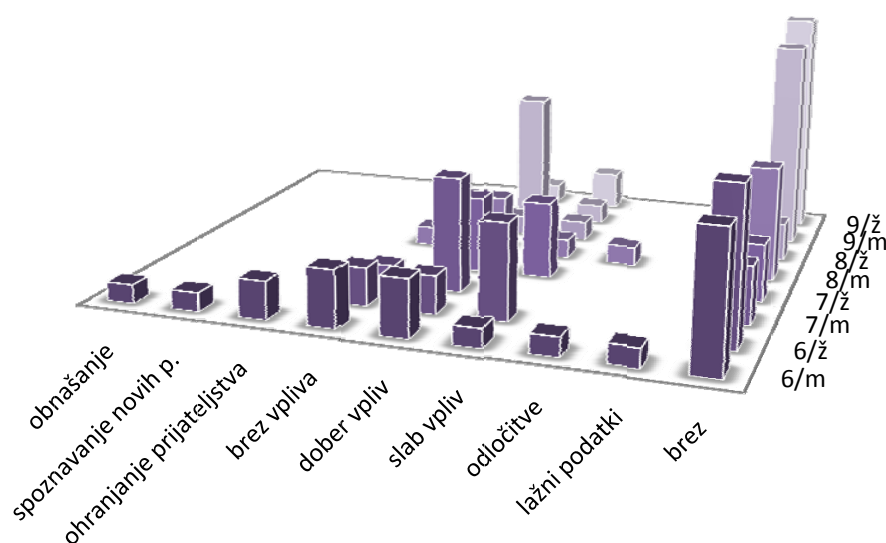
Vprašanje 4



Graf 8: Odgovori na Vprašanje 4

Vprašanje 5 je bilo odprtega tipa. Odgovore smo združili v ključne pojme oziroma področja, ki so navedena v preglednici. Veliko vprašanih ni odgovorilo na vprašanje. Vprašanja morda niso razumeli ali pa še nimajo izoblikovanega mnenja.

Vprašanje 5

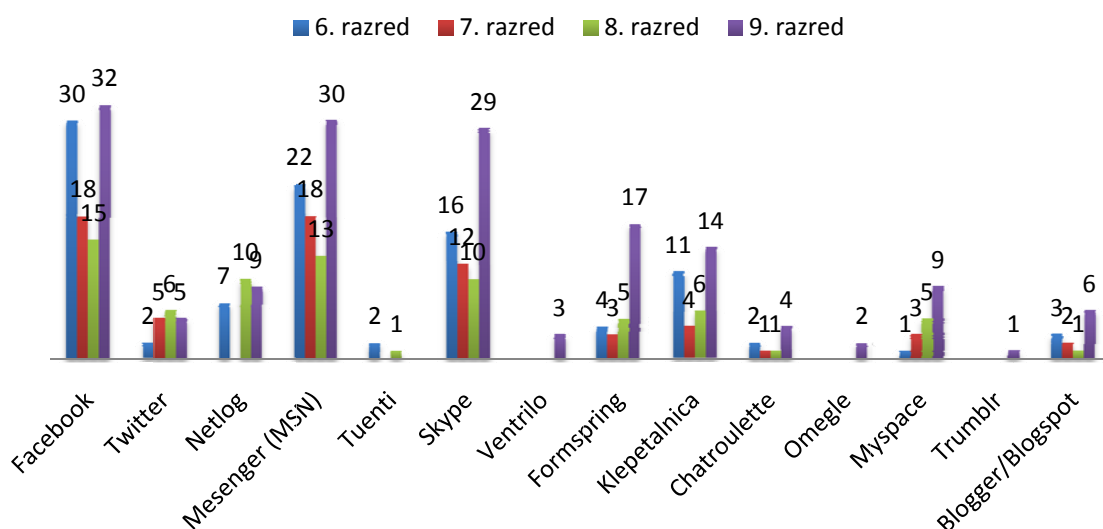


	obnašanje	spoznavanje novih p.	ohranjanje prijateljstva	brez vpliva	dober vpliv	slab vpliv	odločitve	lažni podatki	brez
■ 6/m	1	1	2	3	3	1	1	1	7
■ 6/ž				2	2	5			8
■ 7/m				1	6				3
■ 7/ž					4	4			3
■ 8/m				1	3	1	1		6
■ 8/ž				1	1	1			2
■ 9/m				1	7	1			11
■ 9/ž					1	2			12

Preglednica 1: Preglednica prikazuje odgovore na Vprašanje 5

Zanimalo nas je, katere aplikacije socialnih omrežij na spletu pogosto uporabljajo. Odgovore si lahko ogledamo na spodnjem grafu. Največ vprašanih uporablja Facebook in Messenger. Predvidevali smo, da mladi s pomočjo virtualnih socialnih mrež lažje in hitreje navezujejo stike, kar lahko glede na rezultate na 6. in 8. vprašanje potrdimo. Podrobneje lahko razberemo iz odgovorov osmega vprašanja.

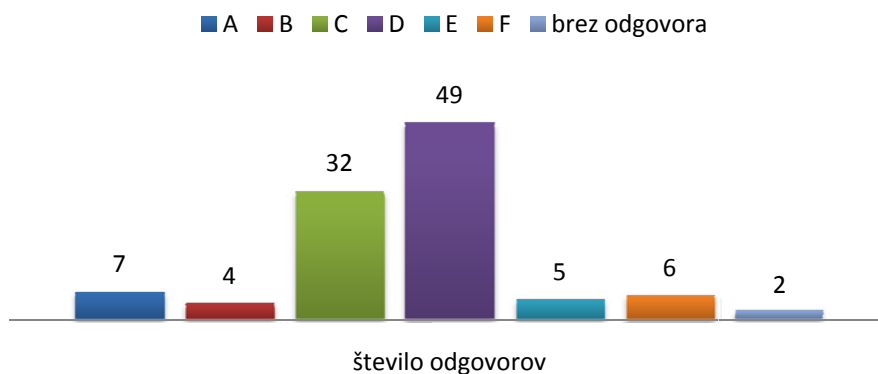
Vprašanje 6



Graf 9: Odgovori na Vprašanje 6

Menimo, da je čas uporabe zgoraj naštetih aplikacij pomemben. Zato smo s petim vprašanjem spraševali po času uporabe aplikacij. Vprašani so lahko izbirali med naslednjimi možnostmi: A Zgoraj našete aplikacije ne uporabljam; B Aplikacije uporabljam manj kot enkrat na mesec; C Uporabljam jih manj kot eno uro na dan; D Uporabljam jih več kot eno uro na dan; E Uporabljam jih manj kot eno uro ob koncu tedna in F Uporabljam jih več kot eno uro ob koncu tedna. Večina vprašanih (49) uporablja aplikacije socialnih medmrežij več kot eno uro na dan.

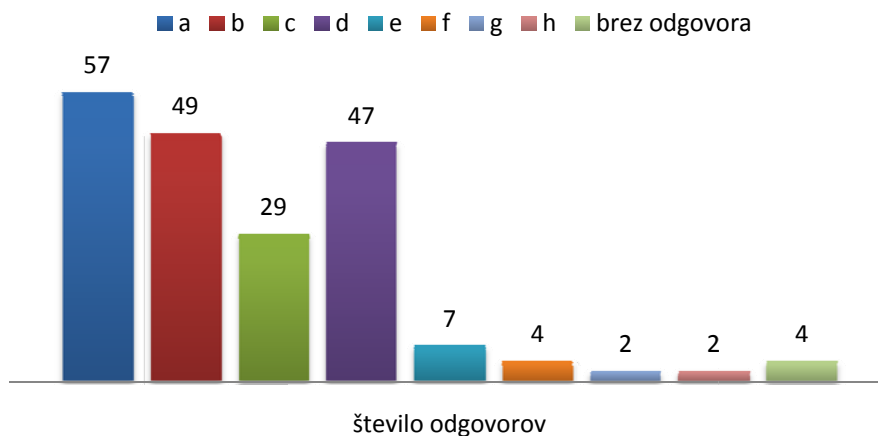
Vprašanje 7



Graf 10: Odgovori na Vprašanje 7

Z osmim vprašanje dopolnjujemo šesto vprašanje. Spraševali smo zakaj uporabljajo socialna omrežja na spletu. Večina jih uporablja aplikacije za nevezovanje novih stikov (57) in ohranjanje starih prijateljstev (49). Zaskrbljujoč je podatek, da kar 47 vprašanih uporablja aplikacije, ker se dolgočasijo. Dobljeni rezultati potrjujejo našo hipotezo, da mladi s pomočjo virtualnih socialnih mrež lažje in hitreje navezujejo stike.

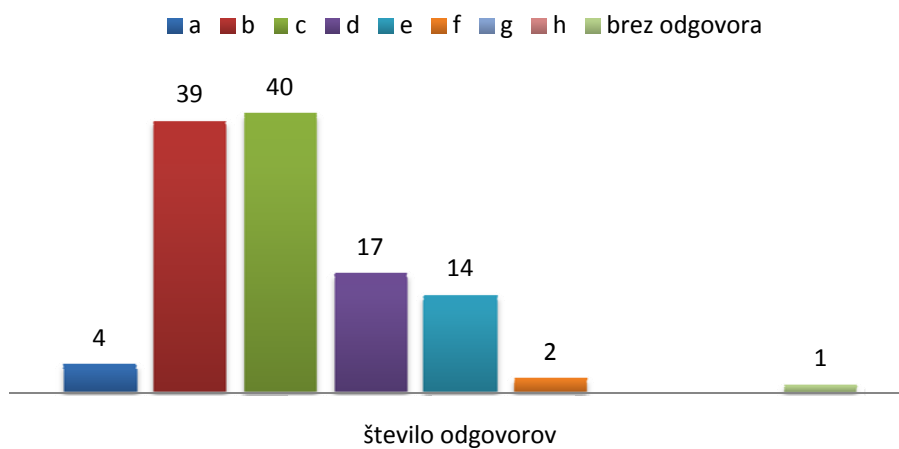
Vprašanje 8



Graf 11: Odgovori na Vprašanje 8

Vprašane smo spraševali po starosti, ko so prvič začeli uporabljati aplikacije socialnih omrežij. Izbirali so lahko med naslednjimi odgovori: a Še vedno jih ne uporabljam, b Pred 10. letom starosti, c Pri 10. letih, d Pri 11. letih, e Pri 12. letih, f Pri 13. letih, g Pri 14. letih, h Pri 15. letih. Največ jih je aplikacije začelo uporabljati pred 10. letom ali pri 10. letih starosti. Menimo, da je ta podatek lahko uporaben za razrednike in ostale, ki delujejo v dobrobit mladostnikov, za pripravo izobraževanj in nujnega ozaveščanja uporabe aplikacij že pred 10. letom starosti.

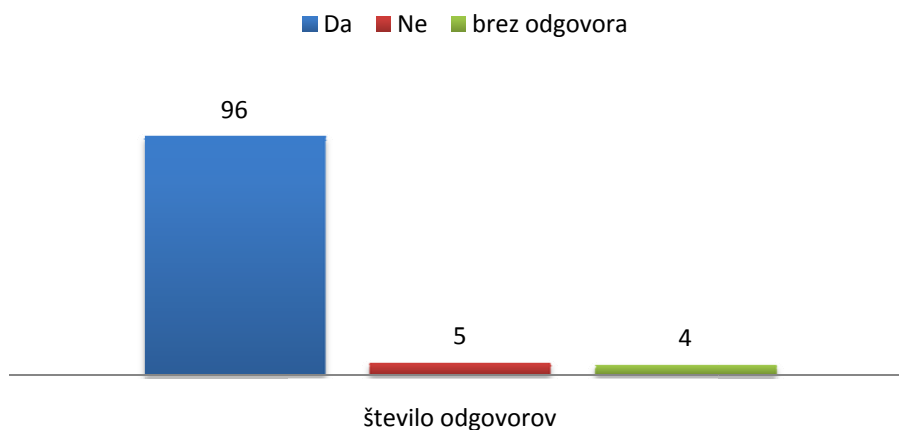
Vprašanje 9



Graf 12: Odgovori na Vprašanje 9

Spraševali smo ali starši vedo, da uporabljajo aplikacije socialnih omrežij na spletu. Večina vprašanih (96) je odgovorilo da starši vedo, da uporabljajo aplikacije socialnih omrežij na spletu.

Vprašanje 10



Graf 13: Odgovori na Vprašanje 10

PREDSTAVITEV REZULTATOV KVALITATIVNE METODE DELA

INTERVJU

Za pomoč pri raziskavi smo intervjuvali voditeljico go. Bernardo Žarn, urednika oddaje svet na kanalu A g. Gregorja Trebušaka ter diplomirano psihologinjo go. Milena Četina.

Intervju s Gregorjem Trebušakom in Bernardo Žarn

Odpravili smo se v Ljubljano, da bi dobili mnenje od urednika. Tako smo se odločili, da intervjuvamo g. Gregorja Trebušaka, ki je urednik oddaje Svet na kanalu A in voditeljico go. Bernardo Žarn. Odgovori so nam pomagali pri sestavi našega anketnega vprašalnika.

Seznalnili smo se tudi z razliko med komercialno in nacionalno televizijo.

Intervju z diplomirano psihologinjo gospo Mileno Četina

Vprašanja:

Zakaj so mladostniki najbolj izpostavljena skupina, ko govorimo o vplivu medijev?

Mladostnik je na pol poti med otroštvom in odraslostjo. Iz otroštva je prinesel vrednote, ki jih preiskuje in meri. Dovzeten je za nove informacije in drugačne življenjske poglede. Hlepi po čustvenem ravnotežju, ki pa še pogosto dosega skrajnosti od velikega navdušenja do potrnosti. Želi iskati in vzpostavljati nove vezi, zato širi krog znancev in prijateljev. Zelo pozoren je na telesne spremembe, zato se veliko ukvarja z izgledom (oblačila, spremembe na koži, frizura). Mladostnik je torej vse, kar si mediji želijo: radoveden, negotov, željan socialnih stikov, hitro se navduši ter voljan preizkušati nekaj novega.

Menite, da mediji na mladostnike vplivajo pozitivno ali negativno?

Mediji so v osnovi pozitivni, če uporabnik pristopa k njim odgovorno. Mladostnika lahko informirajo, razvedrijo in nudijo možnosti širitve kroga prijateljev. Negativni so takrat, ko prinašajo neprimerne in izkrivljene vsebine ter takrat, ko mladostnike odtegujejo drugim obveznostim (**šola, domača opravila**) .

Menite, da se mladostniki zavedajo, na kakšne načine mediji vplivajo na njih.

Menim, da se ne zavedajo dovolj prikritega in škodljivega delovanja medijev. Premalo so pazljivi pri socialnih omrežjih (fotografije), nekateri nekritično izbirajo TV – programe. Največji problem je v tem, da mnogi porabijo dnevno bistveno preveč časa za razne medije in pozabljajo na osnovno potrebo svojega telesa, ki se mora veliko gibati in biti v stiku z naravo. Prav tako jih mediji odtegujejo pristnim medosebnim stikom.

SKLEPI RAZPRAVE OBČINSKEGA IN REGIJSKEGA OTROŠKEGA PARLAMENTA

V sredo, 19. 1. 2011, je v dvorani Narodnega doma v Celju potekal občinski otroški parlament. Mladi parlamentarci, zbralo se jih je kar 91 iz 12 OŠ, so razpravljali na temo »Vpliv družbe in medijev na mladostnika«. Poleg mladih parlamentarcev so se parlamenta udeležili tudi mentorji otroških parlamentov, nekaj ravnateljev, nekateri mestni svetniki, predstavnica družbenih dejavnosti Mestne občine Celje in predstavniki več lokalnih medijev.

V sredo, 9. 2. 2011, je na OŠ Vojnik potekal regijski otroški parlament, ki so ga pripravili v sodelovanju z Medobčinskim društvom prijateljev mladine Celje.

O temi so mladi že razpravljali v okviru razrednih ur na posameznih osnovnih šolah, v okviru različnih krožkov in interesnih skupin in na občinskih otroških parlamentih.

Regijskega parlamenta se je udeležilo 25 predstavnikov osnovnih šol, ki so zastopali 10 občin; in sicer Celje, Vojnik, Dobrna, Štore, Vitanje, Slovenske Konjice, Zreče, Laško, Šentjur in Dobje.

Na podlagi poročanj, razprav, tudi replik in ugovorov, so na koncu ugotovitve o temi »Vpliv družbe in medijev na mladostnika« strnili v naslednje ugotovitve:

1. V medijih bi morali več pozornosti posvetiti razvoju vrednot in objaviti zgodbe prijateljstva, pomoči, o ustvarjanju mladih ...
2. Starši bi morali bolj spremljati vsebine medijev, ki jih gledamo mladi. Iz opravljenih raziskav se vidi, da večina staršev ne ve, kje mladi pridobivajo različne informacije.

3. Mediji bi morali pri določanju vsebin k sodelovanju povabiti strokovnjake s področja razvojne psihologije (kaj je primerno in kaj škodljivo).
4. V šolah bi bile zaželenе vsebine, ki bi omogočale kritičen odnos do vsega, kar nam ponujajo najrazličnejši mediji. Le-ti večkrat teme predstavijo enostransko, zato je prav, da o njihovi vsebini razmislimo in šele nato presodimo.
5. Za varno uporabo interneta in spletnih orodij mladi potrebujemo več informacij, znanja, zato bi bilo dobrodošlo kakšno izobraževanje na to temo.
6. Pornografija ni primerna za mladostnike in je prelahko dosegljiva v vseh medijih. Mediji nam na ta način vsilijo napačno mnenje o ljubezni.
7. Resničnostni šovi nas poneumljajo, ljudje v njih pa sodelujejo le zaradi denarja in medijske prepoznavnosti.
8. Nasilje se vedno pogosteje pojavlja v računalniških igrah in filmih. Najbolj mu podležejo fantje, ki so zaradi tega tudi bolj nasilni v realnem življenju. Starši bi morali biti aktivnejši pri preprečevanju dostopa mladim do nasilnih vsebin.
9. Socialna omrežja so nevarna zaradi zlorabe osebnih podatkov. Zaradi njih se mladi manj družimo in giblremo. Tudi spletne klepetalnice so nevarne zaradi lažnih predstavitev oseb.
10. Preko medijev so možna tudi izsiljevanja in zavajanja: neprimerne slike, reklame, lepotni ideali, izmišljene vsebine ...
11. Mediji imajo velik vpliv na mlade, ker narekujejo način življenja in nas seznanjajo, kaj se dogaja doma in po svetu. Ta vpliv je lahko dober (izobraževalni filmi in internet, novice, znanstvene revije ...) ali slab (reklame, zavajajoče novice, rumeni tisk, nasilni filmi, virtualno življenje, nasilne risanke ...).
12. Rešitve: seznaniti mlade, kaj škoduje, zavarovanje spletnih strani, družinski filtri na internetu, delavnice in pogovori o temah v šoli, izobraževanje o internetu, družinska vzgoja.

13. Na medije je potrebno gledati z razdalje. Svojo pravo mejo si mladi ustvarjamo iz vzorov staršev, zato je njihova vloga pri izbiri medijev zelo pomembna.
14. Več pozornosti bi odrasli morali nameniti organizaciji in ponudbi kvalitetnih prostočasnih dejavnosti, ki bi bile dostopne vsem. Tako bi mladi ne bili toliko prepuščeni zgolj medijem in bi se več ustvarjalno družili.
15. Virtualni svet nas je preveč obsedel, posrkal vase. Recimu mu NE in pojdimo v naravo, pogovorimo se s starši, prijatelji ...
16. Ljudje sami smo dali medijem moč in preveč svobode, dovolili smo jim, da posegajo v naš intimni prostor. Zavedajmo se tega dejstva in bodimo kritični in izbirčni.
17. V mladinskih revijah pogrešamo izobraževalne vsebine.
18. Za pregled spletnih vsebin in izločanje škodljivih vsebin bi morala poskrbeti država. Prav tako bi bilo potrebno natančno označiti škodljive vsebine na TV in vsebine, ki niso primerne za otroke prestaviti v kasnejše nočne ure.
19. Informacije o škodljivosti medijev bi nam morali posredovati ljudje, ki so bili žrtve zlorab.
20. Mediji bi ne smeli objavljati nepreverjenih novic.
21. Pravila oblačenja, vedenja, vrednot ... si postavljajmo sami in ne pustimo, da nam ga vsiljujejo mediji!
22. Prednost moramo dati osebnemu stiku in medsebojnemu druženju.

SKLEP

Predvidevali smo, da ima najmočnejši vpliv internet. Anketni vprašalniki so potrdili našo hipotezo. Velik del vprašanih najpogosteje uporablja socialna omrežja, internetne iskalnike in klepetalnice. Izbrani mediji so del interneta. Menimo, da imajo zaradi pogoste uporabe ti mediji največji vpliv na mladostnike.

Menili smo, da mladostniki menijo, da mediji nanje vplivajo pozitivno. S pomočjo anketnih vprašalnikov smo hipotezo delno potrdili, saj vprašani menijo, da mediji vplivajo na njih občasno pozitivno.

Predvidevali smo, da strokovnjaki menijo, da mediji na mladostnike vplivajo negativno. Pogovor s psihologinjo nam je razkril, da so po njenem mediji v osnovi pozitivni ter da so mladi tisti, ki s svojim pristopom do njih izničijo pozitivne lastnosti. Mediji so pozitivni do takrat, ko nam pomagajo pri izobraževanju, navezovanju stikov, raziskovanju, ... negativni pa postanejo, ko zaradi njih nehamo opravljati naše osnovne zadolžitve in dolžnosti. Ko živimo v virtualnem svetu in ne ločimo med resničnim in neresničnim.

Naša predvidevanja so se izkazala za napačna, ko smo menili, da mediji na mladostnike najbolj vplivajo pri stilu oblačenja. Hipotezo smo ovrgli, saj vprašani menijo, da imajo mediji najmočnejši vpliv na zvrst glasbe ter na odnos do prijateljev. Za stil oblačenja se je odločilo le 19 vprašanih.

Mladi s pomočjo socialnih omrežij navezujejo nove stike in ohranjajo stara prijateljstva. S tem smo potrdili našo hipotezo.

Hipoteza je potrjena, saj so vprašani najpogosteje odgovorili, da uporabljajo aplikacije za navezovanje novih stikov in ohranjanja starih prijateljstev .

S pomočjo anketnih odgovorov smo potrdili oziroma ovrgli vse hipoteze in raziskovalna vprašanja. Opravili smo tudi intervjuje z ljudmi, ki delajo v medijih in diplomirano psihologinjo. Ugotovili smo tudi, da imajo odrasli in mladostniki drugačen pogled na medije

in jih drugačno dojemajo. Spoznali smo, da mladostniki veliko svojega prostega časa preživijo pred računalnikom in si z njegovo pomočjo krajšajo čas.

Menimo, da lahko rezultate te raziskovalne naloge uporabimo na več načinov. Pedagoški delavci in psihologi lahko rezultate uporabijo za razna predavanja, analize, razredne ure ...

Snovalci učnih načrtov pa lahko v načrte vključijo teme, ki po rezultatih te raziskave zanimajo mlade. Prav tako pa lahko na drugi strani predstavniki medijev vidijo, na kakšen način jih mladi dojemajo in kaj morajo spremeniti, da bi čim bolj pozitivno vplivali na mlade.

VIRI

CITIRANI VIRI

[1] Levine, M. (1998), *Seen NO Evil. A Guide to Protecting Our Children from Media Violence*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.

[2] Rayner, P. (2004), *Media Studies: The Essential Resource*. London, New York: Routledge.

[3] Debeljak, A., Stankovič, P., Tomc, G., Velikonja, M. (2002): *Cooltura*. Ljubljana: Študentska založba.

[4] Casey, B., Casej, N., Calvert, B., French, L., Lewis, J. (2002): *Television studies*. Routledge: London in New York.

[5] Karmen Rjavec, Zala Volčič, (1999): *Odraščanje z mediji*, Ljubljana, Zveza prijateljev mladine.

[6] Media Watch [online]. Citirano 26. 2. 2011. Dostopno na svetovnem spletu: <<http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/28/vzgoja/>>.

[7] Gradiva.txt.si [online]. Citirano 26. 2. 2011 Dostopno na svetovnem spletu:<<http://gradiva.txt.si/racunalnistvo/programiranje/nacrtovanje-in-razvoj-spletnih-aplikacij/uvod-137/zgodovina-interneta/>>.

DRUGI VIRI

SSKJ [online]. Citirano 26.2.2011. Dostopno na svetovnem spletu: <http://bos.zrc-sazu.si/cgi/a03.exe?name=sskj_testa&expression=mediji&hs=1>.

VIRI SLIK IN FOTOGRAFIJ

- [1] Impious.wordpress.com. Citirano 3.3.2011. Dostopno na svetovnem spletu:
<<http://impious.wordpress.com/2009/01/11/glas-naroda-2-gutenbergov-tiskarski-stroj/>>.
- [2] Narodna univerzitetna knjižnica [online]. Citirano 3.3.2011. Dostopno na svetovnem spletu: <<http://www.nuk.uni-lj.si/nuk3.asp?id=320115297>>.
- [3] RTV SLO [online]. Citirano 3.3.2011. Dostopno na svetovnem spletu:
<<http://www.rtv slo.si/strani/radio-slovenija-vas-radio/170>>.

Priloga

Anketni vprašalnik

Smo učenke Katarina, Sarah in Tjaša iz 9. razreda OŠ Lava. Raziskujemo vpliv medijev na mladostnike pod mentorstvom Bojana Pozniča. Prosimo, da si vzameš nekaj časa in iskreno odgovoriš na vprašanja. Za pomoč se ti vnaprej najlepše zahvaljujemo!

Navodilo: Preberi vprašanja in obkroži črko pred izbranim odgovorom ali dopiši odgovor. S pojmom aplikacija socialnega omrežja na spletu je mišljeno Facebook, MSN, Twitter in podobno.

Splošni podatki

Spol: Moški Ženski

Razred: 6. 7. 8. 9.

Vprašanja

1. Obkroži črko pred navedenim medijem, ki ga najpogosteje uporabljaš v vsakdanjem življenju. *Odloči se za TRI najpogosteje rabljene medije.*

- | | |
|-------------------------------|---|
| a. Radio | i. Socialna omrežja (Facebook, Twitter, ...) |
| b. Zgoščenke z glasbo | j. Klepetalnice (MSN, Skype, Ventrilo, ...) |
| c. Rumeni tisk | k. Internetni iskalniki (google.si, yahoo.com, bing.com, ...) |
| d. Znanstvene revije | l. Blogi in forumi |
| e. Dnevni časopisi | m. Televizija (TV) |
| f. Knjige in učbeniki | |
| g. Reklamno gradivo | |
| h. Informativna spletna mesta | |

2. Za kateri medij meniš, ima največji vpliv na mladostnike? *Napiši na črto.*

3. Kakšen vpliv imajo mediji nate? *Obkroži.*

- A. Mediji name nimajo vpliva.
- B. Mediji imajo name očasno pozitiven vpliv.
- C. Mediji imajo name pogosto pozitiven vpliv.
- D. Mediji imajo name vedno pozitiven vpliv.

4. Na katerih področjih ima medij najmočnejši vpliv nate? *Obkroži.*

- | | |
|------------------------------------|---------------------------------|
| a. Stil oblačenja | f. Kupovanje nepotrebnih dobrin |
| b. Zvrst glasbe | g. Mnenja o dogodkih |
| c. Kupovanje oblačil | h. Odnosi do prijateljev |
| d. Kupovanje prehrabnenih izdelkov | i. Na samopodobo |
| e. Kupovanje elektronskih naprav | j. Na način govora |

5. Kakšno mnenje imaš o vplivu medijev na mladostnike?

6. Katero aplikacijo socialnih omrežij na spletu pogosto uporabljaš? *Obkroži.*

Facebook	DA	NE	Formspring	DA	NE
Twitter	DA	NE	Klepetalnica	DA	NE
Netlog	DA	NE	Chatroulette	DA	NE
Messenger (MSN)	DA	NE	Omegle	DA	NE
Tuenti	DA	NE	Myspace	DA	NE
Skype	DA	NE	Trumbir	DA	NE
Ventrilo	DA	NE	Blogger/Blogspot	DA	NE

7. Koliko časa porabiš za naštete aplikacije? *Obkroži največ ENO možnost.*

- A. Zgoraj naštete aplikacije ne uporabljam;
- B. Aplikacije uporabljam manj kot enkrat na mesec;
- C. Uporabljam jih manj kot eno uro na dan;
- D. Uporabljam jih več kot eno uro na dan;
- E. Uporabljam jih manj kot eno uro ob koncu tedna;
- F. Uporabljam jih več kot eno uro ob koncu tedna.

8. Zakaj uporabljaš socialna omrežja na spletu? *Obkroži največ DVE trditvi, ki veljata zate.*

- a. Da navezujem nove stike;
- b. Da ohranjam stara prijateljstva;
- c. Da spremljam dogodke drugih ljudi;
- d. Da se ne dolgočasi;
- e. Ker to počnejo vsi moji prijatelji;
- f. Da se učim na daljavo tujih jezikov;
- g. Da rešujem neprijetne spore;
- h. Ker prihranim denar.

9. Pri kateri starosti si začel/začela uporabljati aplikacije socialnih omrežij na spletu? Obkroži.

- a. Še vedno jih ne uporabljam,
- b. pred 10. letom starosti,
- c. pri 10. letih,
- d. pri 11. letih,
- e. pri 12. letih,
- f. pri 13. letih,
- g. pri 14. letih,
- h. pri 15. letih.

10. Ali starši vedo, da uporabljaš aplikacije socialnih omrežij na spletu? Obkroži.

DA

NE

Zahvaljujemo se ti za odgovore. Ali bi želel/želela še kaj sporočiti, da bo naša raziskava še boljša? Na spodnje črte lahko svoje mnenje zapišeš.
