

MEDIJSKO OPISMENJAVANJE ODRASLIH

MEDIA LITERACY OF ADULTS

Stanislav Kink

Student board „Ivan Cankar“, Ljubljana, Slovenia

Učenički dom Ivana Cankara, Ljubljana, Slovenija

Sažetak

Zbog ubrzane dinamike mijenjanja medija odgoj za medije zahtijeva neprestano prilagođavanje. Komunikolozi upozoravaju na pomanjkanje zanimanja za odgoj za medije. Usprkos široj spoznaji da odgoj za medije postaje nužan sastavni dio građanskog odgoja, odgoj za medije za odrasle Sloveniji je nedovoljno razvijen. Na razini obrazovne politike nailazimo na odsutnost jedinstvene strategije i nedostatak zanimanja za odgoj za medije. Krajnji je cilj odgoja za medije medijski pismen građanin koji zna upotrebljavati medije za prikupljanje kvalitetnih informacija, pritom zna učinkovito predstaviti svoja stajališta i želje te sudjelovati u javnom komuniciranju. Zato je nužno uvođenje jedinstvenih medijskih obrazovnih programa koji će građanima omogućiti razvijati znanje, spretnosti i odnos prema medijima te tako jačati njihovu kritičnu svijest i odgovorne postupke. Odgoj za medije mora biti prisutan na svim stupnjevima obrazovanja jer se bez medijski pismenih odraslih ne može provoditi odgoj za medije u djece.

Abstract

Due to the accelerated dynamics of media changes, the media education needs to be constantly adapted. Experts in communications warn about the lack of interest in media education. In spite of the general acknowledgement that media education is becoming an essential part of civic education, media education for adults is underdeveloped in Slovenia. At the level of educational policy we cannot find a common and harmonised strategy and there is considerable lack of interest in media education. The final goal of media education is raising the level of media literacy among citizens, so that they are able to use the media to obtain quality information and to efficiently present their positions and wishes and participate in public communications. It is therefore of paramount importance to introduce uniform media education programmes that will help the citizens develop knowledge, skills and attitude towards the media, thus strengthening their critical conscience and responsible behaviour. Media education must be present at all levels of education since it is not possible to implement the programmes of media education for children without media-literate adults.

1. Medijska pismenost odraslih

Utjecaj masovnih medija u suvremenome društvu vrlo je velik i odlučujući. Oblikovanje jedinstvenoga polazišta o tome tko bi nas trebao naučiti pravilno izabrati medije, medijske sadržaje i kritično razmišljati o onome što čitamo, gledamo i slušamo prvenstveno je u domeni Ministarstva prosvjete i športa Republike Slovenije i Andragoškoga centra Slovenije. Trebali bi se pobrinuti za odgovarajuće programe kojima bi medije, a prije svega njihovo djelovanje na primjeren način predstavili odraslima. Međutim opći razvoj odgoja za medije u Sloveniji u početnoj je fazi, a prisutna je i spoznaja da odgoj za medije osim odraslih treba usmjeriti i na nastavnike.

Među europskim državama postoje primjetne razlike u stupnjevima integracije odgoja za medije.

Kao cilj odgoja za medije zajednički im je odgoj neovisnoga, kritičnoga i aktivnoga građanina. Zagovornici odgoja za medije ističu ulogu odgoja za medije u oslobođivanju i razvoju cjelokupnog društva, u borbi za demokratizaciju kao društveno pravo svih, pa i marginaliziranih društvenih skupina /1/.

Aufderheide shvaća medijsku pismenost kao sposobnost pristupa, analize, ocjenjivanja i oblikovanja poruka u različitim oblicima /2/ i ističe da odgoj za medije mora uključivati ove spoznaje:

- mediji su konstruirani i konstruiraju realnost
- medijski oblik i sadržaj povezani su s medijskom tehnikom
- svaki medij ima svoje estetske značajke, kodove i konvencije
- ključni je motiv medija dobit

- svaki prijemnik individualno interpretira medijske poruke.

Masterman /3/ navodi sedam uvjerljivih razloga za davanje prednosti obradi odgoja za medije:

1. visok stupanj medijske potrošnje i prožetost današnjega društva medijima
2. ideološka važnost medija i utjecaj medija kao industrijske grane
3. rast upravljanja i proizvodnje informacija te njihovo širenje putem medija
4. sve veći ulazak medija u naše središnje demokratske procese
5. sve veća važnost vizualnih komunikacija i informacija na svim područjima
6. važnost osposobljavanja pojedinaca za odgovornost za skore zahtjeve budućnosti
7. brz rast nacionalnih i međunarodnih pritisaka za privatiziranje informacija.

2. Različit odnos prema medijima

Međutim današnji učenici nisu više onakvi za kakve su napisani postojeći obrazovni sustavi. Zbog radikalnih društvenih promjena razmišljaju i procesiraju informacije posve drukčije od svojih prethodnika. Prensky /4/ zaključuje da su naši učenici danas svi 'prirodni govornici' digitalnoga jezika računala, videoigara i interneta, takozvani 'digitalni domaćini'. Naviknuti su vrlo brzo usvajati informacije, paralelno ih obrađivati te obavljati više aktivnosti istodobno. Prednost daju slučajnome pristupu podacima (hipertekst) i najbolje funkcioniraju kao dio mreže. Prensky osim 'digitalnih domaćina' (Digital Natives) definira još jednu skupinu korisnika tehnologije: 'digitalne useljenike' (Digital Immigrants). Digitalni useljenici nisu bili rođeni u vrijeme digitalnog svijeta, nego tek sada uče – jedni brže, drugi sporije – kako u njemu živjeti. Prensky smatra da 'useljenici' zadržavaju malo akcenta iz svojega prošlog života koji se očituje u odnosu pojedinca prema računalu. U koju skupinu odraslih (starijih) spadamo, pokazuje presjek života 'digitalnoga useljenika':

- Kada traži informacije, *internet* je njegov drugi izbor.
- Detaljno čita *priručnik* s uputama za neki program umjesto da se prepusti programu i pretpostavlja da će ga program sam naučiti upotrebljavati.
- *Tiska* elektroničku poštu da ima važne podatke na 'papiru'.
- Zove ljude u ured *da dođu pogledati* zanimljivu mrežnu stranicu umjesto da im spontano pošalje njezinu URL-adresu.
- Nazove da *kaže da je poslao* elektroničku poštu.

Medijske slike često prikazuju mlade korisnike novih tehnologija kao nekakve digitalne tehnološke domoroce koji beskrajno spretno koriste mnoštvo informacijskih izvora i tako stječu prirodnu sposobnost preživljavanja. Budući da su se rodili u doba novih tehnologija, naši su učenici u mnogočemu već pretekli svoje učitelje. Međutim to još ne znači da odrasle više ne trebamo u ulozi odgojitelja i nastavnika. Djeca doduše stvarno rastu s tim novim alatima i znaju ih u tehničkom smislu dobro upotrebljavati, ali nije nužno da i razumiju sve te procese i da ih znaju kontrolirati. Zato nam je potrebno više nastavnika i edukatora koji će znati upotrebljavati te alate jer će samo tako moći voditi i usmjeravati djecu. Učitelji koji ne ulove taj vlak uskoro će se naći u situaciji kad će svojim učenicima govoriti na posve drugom jeziku /5/.

Odnos mladih prema medijima nešto je drukčiji od našega jer se mladi služe drugim medijima. Gibson /6/ zaključuje da i 'naše medije' upotrebljavaju drukčije jer je pri uporabi interneta nastupila generacijska razlika. Surfanje za odrasle predstavlja osamljenu djelatnost kojom se dolazi do vijesti, informacija i e-kupnja, a za mlade surfanje predstavlja komunikativnu i socijalnu djelatnost – internetsko druženje.

Izvještaj o medijskoj pismenosti u informacijsko doba /7/ upozorava na potrebu za povećanom medijskom pismenošću odraslih u Sloveniji. Nije riječ o jednokratnome procesu koji bi zastao na određenoj točki, već o svestranom i cjeloživotnom procesu gdje se ljudi razlikuju s obzirom na vještine i znanje. U tako shvaćen kontinuum treba smjestiti i odrasle kod kojih odgoj za medije postaje javni projekt s uključivanjem građana u participaciju u svakodnevnom demokratskom životu.

Danas sve više medijskih sadržaja uključuje poruke službi za odnose s javnošću, sponzorske poruke i druge promocijske sadržaje koje su već oblikovane u novinarski žanr /8/. Pritom nestaje jasna podjela na novinarski dio te politički i ekonomski marketing. Uspostavljenom koncentracijom medijskoga kapitala omogućeno je da mediji postaju oružje u rukama ekonomske i političke elite koje svojim interesima i kriterijima oblikuju politiku medija. Za medije se očekuje visoka dobit kao rezultat medijske produkcije za najširu publiku (potrošače) sa sve manjim produkcijskim troškovima. Time se oblikuje podjela medijskih korisnika na medijski pismene i medijski nepismene pojedince. Na one koji na temelju kvalitetnih informacija participiraju u društvu jer znaju kritično analizirati i ocijeniti vrijednost medijskih sadržaja i na one koji to ne znaju i ne mogu. Za smanjenje društvene nejednakosti u znanju i moći odgoj za medije nudi se kao jedna od mogućnosti.

Društvenu realnost pojedinac upoznaje putem medija jer je neprestano izložen brojnim medijskim sadržajima. Kritična i stvaralačka participacija medijske komunikacije kao elementa u društvenom procesu značajan je dio odgoja za demokraciju. Tako se politička socijalizacija ostvaruje kroz proces medijskoga opismenjavanja /9/.

3. Nacionalna strategija za razvoj medijske pismenosti

Ministarstvo prosvjete i športa Republike Slovenije 2004. godine osnovalo je povjerenstvo za pripremu Nacionalne strategije za razvoj pismenosti (u nastavku NSRP), u koju spada i razvoj sustavnoga pristupa poboljšanju medijske pismenosti. Naglasak je na čitateljskoj pismenosti koja je osnova za IKT i funkcionalnu pismenost. Osim kompetencije čitanja, pisanja i računanja, koje se smatraju osnovnim kompetencijama pismenosti, danas se ističe i važnost drugih kompetencija (npr. slušanje) i novih pismenosti, kao što su informatička, digitalna, medijska pismenost i druge koje su važne za uspješno djelovanje u društvu (NSRP 2005: 5–6). Vlada Republike Slovenije proglasila je 2007. godinu nacionalnom godinom pismenosti i te je godine trebalo započeti provođenje, odnosno ostvarivanje zacrtane strategije. Vlada si je zadala cilj da do 2012. godine (Unescovo desetljeće pismenosti) posebnu pozornost posveti povećanju pismenosti cjelokupnoga stanovništva Slovenije na podjednakom razinu kao u najrazvijenijim državama Europske unije. Tako bi i kod odraslih trebalo razvijati sposobnosti za prikupljanje, razumijevanje, vrednovanje i uporabu informacija u procesu učenja ili za sistematizaciju naučenoga te za rješavanje problema (kod slušanja, govorenja, čitanja i pisanja (NSRP 2005: 13). Pritom bi trebalo poticati zanimanje za raznovrsne tekstove (medijske tekstove) iz različitih područja za potrebe cjeloživotnoga učenja i aktivno proživljavanje slobodnoga vremena. Cilj obuhvaća planirano i sustavno razvijanje kompetencija za uporabu medija te za prikupljanje, razumijevanje, vrednovanje i uporabu medijskih poruka. Nacrt nacionalne strategije ukazuje na mogućnosti uključivanja medijske pismenosti, ali nije dovoljno precizno definirana u pojedinim akcijskim planovima. Zaključci međunarodnoga istraživanja pismenosti odraslih iz 2000. godine u dvadeset država obuhvaćeni su i u Rezoluciji o nacionalnom programu edukacije odraslih: »Rezultati pokazuju izuzetno nisku prosječnu razinu osposobljenosti stanovnika Slovenije za rukovanje pisanom građom, što znači otežano sporazumijevanje s okolinom, u različitim ulogama i na različitim

razinama, a time i znatno ograničene mogućnosti za aktivno građanstvo i društveni život«. Usporedba s dostignućima drugih država pokazuje da se iza nas svrstavaju samo Poljska, Portugal i Čile.

U slovenskome prostoru na Fakultetu društvenih znanosti oblikovan je koncept odgoja za medije uz uvažavanje koncepta odgoja za medije po svijetu i specifičnosti slovenskoga odgojno-obrazovnoga polja te medijskoga i društvenog sustava. Tako odgoj za medije postaje važan dio odgoja za demokraciju jer djecu i odrasle uči kritično stvaralački participirati u medijskoj komunikaciji i drugim važnim društvenim procesima. Kao važan cilj postavlja se primjereno educiran autonomni, kompetentni i društveno aktivan građanin koji zna samostalno i kritično izabrati kvalitetne informacije i odgovorno komunicirati u medijskim i društvenim procesima /10/. Svrha je odgoja za medije stvaranje okoline u kojoj će se moći aktivnošću i raspravom naučiti shvaćati trenutačne medijske prakse i politiku medijske reprezentacije /11/. Jedan je od glavnih argumenata za uvođenje odgoja za medije želja da se pasivni korisnici medija promijene u aktivne građane. Komunikacijske navike donose nove oblike pismenosti koji mijenjaju odnos prema informacijama i uporabi medija.

3.1. Medijski odgoj odraslih

Slovenija nije svjesna važnosti medijske pismenosti u dovoljnoj mjeri usprkos spoznaji da je »time što je naše društvo postalo medijski ovisno ujedno prihvatila odgovornost da građanima osigura znanje i vještine poznavanja i razumijevanja medijskoga procesa i njegovih proizvoda« /12/. Nužno je obrazovati i odrasle jer samo medijski pismeni odrasli mogu odgojiti medijski pismenu djecu. U Sloveniji zaostaje formalna ponuda i rasprava među aktivnom populacijom koja bi stvarala odgovarajuću potražnju i ponudu takve edukacije. U Velikoj Britaniji upozorava se da na popis nastavnih sadržaja treba dodati i potrebe i zanimanje čitave populacije, a ne samo učitelja i roditelja /13/. Međutim moraju biti uključeni baš svi građani jer Lingvistone i Thumim upozoravaju da u jednakom opsegu kao što su uvjeti pristupa izvor socijalnih i ekonomskih nejednakosti i medijska pismenost može postati nejednakomjerno zastupljena po društvenim slojevima. Budući da je potražnja za formalnim osposobljavanjem nejednakomjerno raspoređena, može se dogoditi da će i povećavanje edukacijske ponude sve više povećavati, a ne smanjivati rupe u znanju – digitalni raskorak.

Masterman zastupa definiciju po kojoj je medijska pismenost sposobnost pristupa, analize, ocjene i proizvodnje (medijskih) poruka u najrazličitijim

oblicima, a kao minimum medijske pismenosti ističe svijest o tome da su mediji simbolički (ili znakovni) sustavi koje treba aktivno čitati, a ne neproblematični i sami po sebi razumljivi odrazi izvan stvarnosti /14/. Za medijski odgoj i njegove sadržaje važno je uključivanje u širi društveni kontekst za koji su važni kultura, kritika i kreativnost pojedinca. Važno je upoznavanje svih sudionika u komuniciranju o načinima djelovanja, utjecanja, usmjeravanja i zakonske regulacije medija, a prije toga način nastanka poruka i njihovih učinaka. Zato medijski odgoj mora obuhvaćati i emocionalnu razinu pojedinca koji estetski prihvaća i procjenjuje pojedine medijske sadržaje. Isto se tako ne smije zanemariti moralni vidik, kod kojega se prepoznaje i ocjenjuje važnost vrednota u medijima i utvrđuje (ne)etičnost pojedinih medijskih praksi. Kao krajnji cilj najvažnija je dobivena kritična autonomija svakoga pojedinca koja vodi u aktivno društveno angažiranje. Kod starijih je pristupačnost važan element medijske pismenosti. Budući da posjedovanje odgovarajućih naprava i opreme u digitalno doba te svladavanje i poznavanje njihovih funkcija kod odrasle generacije nije sama po sebi razumljiva, treba najprije osigurati nesmetanu pristupačnost, koja je preduvjet medijske pismenosti. Odraslima nitko nije izričito objasnio kako se pravilno upotrebljavaju internetski izvori i zašto se ne smijemo nekritički odnositi prema njima; naime svijet ne prestaje postojati nakon prve stranice Googleovih pogodaka.

3.2. Program medijske pismenosti za odrasle

Bio bi dobrodošao program namijenjen svim odraslima koji žele usvojiti znanje medijske pismenosti koja bi promijenila otupjelost pasiviziranoga potrošačkog društva u aktivno građanstvo. Prvi bi u tome morali sudjelovati svi oni edukatori odraslih i različitih institucija za edukaciju odraslih koji žele takva znanja posredovati odraslim ciljnim skupinama. Zatim edukatori djece, mladeži i drugi pedagoški djelatnici za koje je nužno da izoštre svoj odnos prema usvajanju različitih medijskih poruka; naime samo tako mogu i mlade privući kritičnom razmišljanju o značaju i uporabi različitih medijskih sadržaja. Cjelovit medijski odgoj trebao bi sudionicima omogućiti da jačaju međusobnu komunikaciju i putem ulaska u javne masovne medije također komuniciraju s drugima. Trebao bi poticati estetsko izražavanje te putem oblikovanja stajališta i moralnih standarda i gradnju osobnoga etosa /15/.

Program bi morao sadržavati ove ciljeve, sadržaje i znanja:

- Prepoznavati medijsku fikciju i realnost
- Prepoznavati utjecaj medija na pojedince:

- a) objasniti kako se gledatelji identificiraju s idolima
- b) objasniti kako nasilni medijski prizori utječu na medijsku publiku
- c) objasniti oblikovanje medijskih stereotipa
- d) poznavati utjecaj oglasa na pojedinca, prepoznavati utjecaje medija
- Poznavati odnos kvalitetnih informacija i procesa odlučivanja u demokraciji:
 - a) objasniti kakav utjecaj imaju masovni mediji na proces odlučivanja u demokraciji
 - b) prepoznavati kvalitetne informacije
 - c) objasniti zašto građani moraju biti upoznati s javnim stvarima i kvalitetnim informacijama
- Poznavati načine komuniciranja s medijima (npr. pisma čitatelja, pisanje urednika, organiziranje novinarskih konferencija, medijskih akcija itd.). /16/

Zahtjevu zadaću nositelja medijskoga odgoja ne može međutim provesti samo skupina specijalista za medije. Masterman upozorava na četiri područja na kojima je sudjelovanje za oblikovanje cjelovitijega pristupa moguće i preporučljivo:

1. suradnja između medijskih učitelja i roditelja
2. suradnja između medijskih učitelja i medijskih djelatnika
3. interakcija između funkcija osposobljavanja: osposobljavanja za medijske djelatnike i osposobljavanja za učitelje
4. razvoj medijskih centara: institucije sa specifičnom misijom poticanja interakcije i integracije. /17/

4. Osiguravanje medijske pismenosti

Za osiguravanje odgovarajućega odgoja za medije treba najprije osigurati medijsku pismenost učitelja i odgojitelja te ih osposobiti za poučavanje. Kritično razumijevanje medijskih procesa moralo bi biti važan dio osposobljavanja svih učitelja bez obzira na njihov predmet; producenti, novinari i drugi medijski djelatnici mogu u tom osposobljavanju imati ključnu ulogu /18/. Erjavec i Volčič /19/ utvrđuju da bi sva sveučilišta po svijetu morala uključiti medijski odgoj kao obavezni predmet u sve osnovne pedagoške studije i za sve učitelje socioloških i humanističkih predmeta, a fakulteti bi morali omogućivati redovito dodatno osposobljavanje. Organiziranje i provođenje medijskoga odgoja nije moguće bez odgovarajuće suradnje stručnjaka za pružanje stručne pomoći i savjeta za pristup komunikacijskim mrežama i njihovu uporabu jer su one nužne za kvalitetnu pripremu susreta,

radionica, tematskih publikacija itd. Pritom težište ne smije biti samo na tehničkim kompetencijama odgoja za informatičku pismenost na štetu širenja znanja medijske pismenosti. Srž problema očituje se u informatičkoj podrazvijenosti pojedinca koji ne može pratiti tehnološku predrazvijenost.

Budući učitelji tijekom svojeg obrazovanja nisu dovoljno osposobljeni za uvođenje medijskih sadržaja u nastavu te zato treba uvesti medijski odgoj u model stalnoga stručnoga usavršavanja učitelja. Nacionalna strategija (NSRP, 2005: 17) govori o značaju edukacije i osposobljavanja kadrova te ističe da za učinkovit razvoj pismenosti treba:

- sustavno uključivati sadržaje s područja razvoja pismenosti u dodiplomsku naobrazbu svih pedagoških kadrova
- uvesti specijalizacije i poslijediplomske programe s područja pismenosti
- osigurati stalno stručno usavršavanje kadrova u programima s područja razvoja pismenosti za osuvremenjivanje znanja koje se zasniva na novostima teoretskoga i praktičnoga razvoja pismenosti
- osposobljavati nastavni kadar za provođenje neformalne edukacije.

Za poticanje medijske pismenosti Masterman /20/ predlaže oblikovanje centra za razvoj medijske pismenosti i pripisuje mu velik značaj jer bi tako formirani centri:

- bili učinkovitiji kad bi bili osnovani unutar neke specifične skupnosti – radije nego unutar postojeće obrazovne ustanove
- povezali trenutačno raspršene pristupe medijskom odgoju o tome da bi djelovali kao regionalne kontaktne točke za raspravu o medijskim temama, za razvoj cjeloživotnih programa i povezivanje agencija koje se bave medijima
- razvili banku podataka za stručnjake i javnost, video, filmske snimke i opremu, knjige o medijima, pedagoška pomagala, tisak, istraživanja
- organizirali seminare i nastavne programe za širi raspon sudionika i prije svega javne događaje, također i u vezi s ovlaštenim školama i sveučilištima
- morali nuditi osposobljavanja i mogućnosti kreiranja novina, videa, filma, radija unutar zajednice, pružati pomoć pri produkciji, distribuciji i informiranju
- pobrinuti se za dodatno financiranje medijskoga odgoja od strane vlade, istraživačkih ustanova, umjetničkih udruga, televizijskih i novinarskih kuća.

U medijski zasićenom društvu edukator medijskoga odgoja postaje kritičan medijski korisnik. Za njega su ključna područja medijskoga

opismenjavanja: medijska (novinarska) konstrukcija realnosti, posebnost televizijske realnosti i utjecaj medija (oglašavanje, nasilje, identitet). Isto je tako važno ocjenjivanje kvalitetnih informacija i utjecaja medija na procese odlučivanja u demokraciji. Uz upoznavanje medijskih sadržaja vezano je aktivno sudjelovanje pojedinaca u medijima, što je uvjet za aktivno građanstvo.

5. Zaključak

Učitelji i roditelji kao nositelji odgojno-obrazovnoga procesa i medijskoga odgoja imaju na raspolaganju premalo mogućnosti za stjecanje medijske pismenosti. Pri spoznaji da je medijska pismenost od ključne važnosti za odgovorno i aktivno građanstvo u razvijanju demokratičnoga sustava, gdje su medijski i politički odgoj međusobno prepleteni, cilj je medijskoga odgoja kritično i stvaralački aktivan građanin koji sudjeluje u društvenim procesima i medijskoj komunikaciji. Neprivlačna ponuda na području medijskoga odgoja i nizak stupanj medijske pismenosti ne omogućuju uvjete napredovanja demokratičnoga razvoja. Nacionalna strategija za razvoj pismenosti govori o značaju novih temeljnih spretnosti, u koje spada i medijska pismenost, o nužnosti cjeloživotne edukacije i osposobljavanja za stjecanje tih vještina i spretnosti; o značaju građanskoga odgoja, o širokoj pristupačnosti i o smanjivanju obrazovnog/digitalnog raskoraka itd. Međutim u institucijama u kojima se oblikuje nacionalna obrazovna politika još nema stručnjaka koji bi se sustavno bavili medijskim odgojem i širili njegovu važnost i nužnost. Važno je da se u nastojanju za povećanjem medijske pismenosti za odrasle ponudi za veću motiviranost odraslima medijski odgoj tamo gdje jesu. Edukacija mora biti prilagođena njihovim životnim potrebama, s time da se odgovarajući programi oblikuju sukladno stvarnim problemima i potrebama. Širemu krugu aktivnoga stanovništva ponuđeni spektar različitih programa medijskoga odgoja zajednički je cilj: medijski pismen građanin kojemu nisu strani pristup, analiza, ocjena i produkcija medijskih poruka. Pritom se ne smije pouzdati u premalo kritično povjerenje u svestranu edukacijsku moć novih tehnologija koje ponuđeno informatičko preobilje često nekritično izjednačuje sa znanjem, usprkos prividnome svestranom svladavanju novih tehnologija.

Bilješke

- /1/ Erjavec, K. (2000a): Vzgoja za medije v šolskem sistemu: mednarodna primerjava. Javnost 7, 1999–206., p.26
/2/ Auferhide, P. (1999): From a Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. *Media Literacy in the Information Age*, p.79

- /3/ Masterman, L. (2001): *Teaching the Media*. London, New York: Routledge. *Osnutek nacionalne strategije za razvoj pismenosti 2005*. Dostupno na <http://pismenost.acs.si/datoteke/komisija/strategija.pdf> (10. 1. 2008.).
- /4/ Prensky, M. (2001): Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon, NBC University Press, 9 (5) Dostupno na <http://tinyurl.com/ypgvf> (2. 12. 2007.).
- /5/ Freedman, T. (2006): Blogvangelism, podvangelism and wikivangelism: why? *Information & Communication Technology in Education*, 23. 2. Dostupno na http://www.terry-freedman.org.uk/artman/publih/article_596.php (2. 12. 2007.).
- /6/ Gibson, O. (2005): Young Blog their Way to a Publishing Revolution. *Technology Guardian.co.uk.*, 9. 10. Dostupno na <http://technology.guardian.co.uk/news/story/0,16559,1586891,00.html> (6. 12. 2007.).
- /7/ Končina, M., Novak, D., Erjavec, K. (2000): Lifelong learning in the information age: Transnational study on media literacy in the advent of learning societies. Country report. Ljubljana: Andragoški center., p.11
- /8/ Erjavec, K. (2000b): Medijska pismenost kot pogoj uspešne politične socializacije. *Teorija in praksa* 37. (4), p.673
- /9/ Ibidem
- /10/ Ibidem
- /11/ Erjavec, K., Volčič, Z. (2000): Media education in schools over the world. U: Karmen Erjavec (ur.) i Liana Kalčina (ur.): *Vzgoja za medije*, 15–30. Ljubljana: Informacijsko-dokumentacijski center Sveta Evrope, NUK, ZOD.
- /12/ Erjavec K. (2000c): Media Education in Slovenia. U: Karmen Erjavec (ur.) i Liana Kalčina (ur.): *Vzgoja za medije*, 31–45. Ljubljana: Informacijsko-dokumentacijski center Sveta Evrope, NUK, ZOD.
- /13/ Sargant, N. E. (2004): *What is media literacy and why does it matter? Some research evidence*. London: NIACE.
- /14/ Masterman, L. (2001): *Teaching the Media*. London, New York: Routledge. *Osnutek nacionalne strategije za razvoj pismenosti 2005*. Dostupno na <http://pismenost.acs.si/datoteke/komisija/strategija.pdf> (10. 1. 2008.).
- /15/ Erjavec, K., Končina, M., Svetina, M., (2005): *Medijska pismenost za odrasle (izobraževalni program)*. Ljubljana: Andragoški center.
- /16/ Ibidem
- /17/ Masterman, L. (2001): *Teaching the Media*. London, New York: Routledge. *Osnutek nacionalne strategije za razvoj pismenosti 2005*. Dostupno na <http://pismenost.acs.si/datoteke/komisija/strategija.pdf> (10. 1. 2008.).
- /18/ Ibidem
- /19/ Erjavec, K., Volčič, Z. (2000): Media education in schools over the world. U: Karmen Erjavec (ur.) i Liana Kalčina (ur.): *Vzgoja za medije*, 15–30. Ljubljana: Informacijsko-dokumentacijski center Sveta Evrope, NUK, ZOD.
- /20/ Masterman, L. (2001): *Teaching the Media*. London, New York: Routledge. *Osnutek nacionalne strategije za razvoj pismenosti 2005*. Dostupno na <http://pismenost.acs.si/datoteke/komisija/strategija.pdf> (10. 1. 2008.).

Literatura

1. Erjavec, K., Volčič, Z. (2001): Media Education: The need for Curriculum Development in Slovenia. U: Luthar, Oto, Keith A. McLeod, Mitja Žagar (ur.). *Liberal Democracy. Citizenship & Education*, 89–100. Oakville in, Niagara Falls: Mosaic Press.
2. Livingstone, S., Thumim, N. (2003): Assessing the media literacy of UK adults, a review of the academic literature. Dostupno na <http://www.ofcom.org.uk/static/archive/bsc/pdf/research/litass.pdf> (10. 12. 2007.).
3. *Resolucija o nacionalnem programu izobraževanja odraslih v Republiki Sloveniji do 2010 (ReNPIO)*. Dostupno na <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200470&stevilka=3149> (1. 2. 2008.).

