

Regionalni kompetenčni okvir medijske pismenosti

Črna gora // Srbija // Hrvaška // Slovenija // Bosna in Hercegovina

Regionalni kompetenčni okvir medijske pismenosti

Financirano s strani Evropske unije. Izražena stališča in mnenja so zgolj stališča in mnenja avtorjev in ni nujno, da odražajo stališča in mnenja Evropske unije ali CMEPIUS-a. Zanje ne moreta biti odgovorna niti Evropska unija niti organ, ki dodeli sredstva.

Vsi uporabljeni izrazi, ki se nanašajo na osebe in so zapisani v moški slovnični obliki, so uporabljeni kot nevtralni za vse spole.

Regionalni kompetenčni okvir medijske pismenosti (prevedena in dopolnjena izdaja) – Črna gora, Srbija, Hrvaška, Slovenija, Bosna in Hercegovina

Izdajatelj
CMEPIUS, Center Republike Slovenije za mobilnost in evropske programe izobraževanja in usposabljanja,
Ob železnici 33a, 1000 Ljubljana

www.cmeplus.si
info@cmeplus.si

- Pripravili**
- ▶ *mag. Božena Jelušić, Črna gora*
 - ▶ *Olivera Nikolić, Črna gora*
 - ▶ *Saša Klikovac, Črna gora*
 - ▶ *Svetlana Jovetić Koprivica, Črna gora*
 - ▶ *Miroslav Minić, Črna gora*
 - ▶ *prof. dr. Lejla Turčilo, Bosna in Hercegovina*
 - ▶ *doc. dr. Ilija Musa, Bosna in Hercegovina*
 - ▶ *prof. dr. Aleksandar Bogdanić, Bosna in Hercegovina*
 - ▶ *mag. Brigita Kruder, Slovenija*
 - ▶ *Darijan Novak, Slovenija*
 - ▶ *mag. Zvonka Pangerc Pahernik, Slovenija*
 - ▶ *Mirela Lilek, Hrvaška*
 - ▶ *Marijan Šimeg, Hrvaška*
 - ▶ *Vedran Topalušić, Hrvaška*
 - ▶ *Ana Mirković, Srbija*
 - ▶ *Maja Zarić, Srbija*

- Koordinatorji**
- ▶ *Gordana Bošković, nacionalna koordinatorica EPALE za Črno goro*
 - ▶ *Ana Stanovnik Perčič, nacionalna koordinatorica EPALE za Slovenijo*
 - ▶ *Mario Vučić, nacionalni koordinator EPALE za Hrvaško*
 - ▶ *Siniša Gatarić, nacionalni koordinator EPALE za Bosno in Hercegovino*
 - ▶ *Tatjana Petrović, nacionalna koordinatorica EPALE za Srbijo*

Fotografije:
www.freepik.com

Lektura
P - LINGO PETRA TOMŠE S.P.

Grafično oblikovanje
CMEPIUS

Katalogni zapis o publikaciji (CIP) pripravili v Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani
COBISS.SI-ID 217576707
ISBN 978-961-6628-73-0 (PDF)

@CMEPIUS

Avtorske pravice so pridržane. Gradiva iz publikacije ni dovoljeno kopirati, objavljati ali prevajati v druge jezike brez
pisnega dovoljenja založnika.
Publikacija ni namenjena za prodajo.

Junij, 2024

KAZALO

Uvod v Regionalni kompetenčni okvir medijske pismenosti	6
Učni izidi	8
MODUL 1 – Kritično branje in analiziranje medijskega sporočila	9
MODUL 2 – Vpliv medijskih vsebin na oblikovanje osebnih in družbenih vrednot	10
MODUL 3 – Svoboda govora in sovražni govor	12
MODUL 4 – Manipulacija, napačne informacije in stereotipi	14
MODUL 5 – Značilnosti sodobnih medijev, zasebnost in varstvo podatkov na spletu	16
Ključni pojmi	18
Projekt EPALE - nacionalne podporne službe za Črno goro, Srbijo, Hrvaško, Slovenijo ter Bosno in Hercegovino	22
Deležniki, EU-predpisi in nacionalni predpisi s področja medijske pismenosti	25



UVOD V REGIONALNI KOMPETENČNI OKVIR MEDIJSKE PISMENOSTI

EPALE je elektronska platforma za učenje odraslih v Evropi¹. Skupnost EPALE sestavlja več kot 120.000 izobraževalcev, univerzitetnih profesorjev in drugih strokovnjakov s področja izobraževanja odraslih.

Skupnost EPALE upravlja Centralna podporna služba (CPS), ki koordinira delo 38 nacionalnih podpornih služb (NPA) iz skupno 36² evropskih držav.

Regionalni kompetenčni okvir medijske pismenosti za Črno goro, Srbijo, Bosno in Hercegovino, Hrvaško in Slovenijo je rezultat pobude predstavnikov navedenih držav, da se vzpostavi skupni standard kompetenc, ki bo osnova za ustvarjanje programov usposabljanj odraslih v vsaki državi, s ciljem dviga splošne ravni medijske pismenosti v družbi.

Ta dokument je izdelan v okviru EU-projekta EPALE nacionalna podporna služba, ki se v navedenih državah izvaja v sklopu programa Erasmus+.

Regionalni kompetenčni okvir medijske pismenosti se vzpostavlja s ciljem ustvarjanja:

- ▶ izobraževanj za demokratično državljanstvo,

- ▶ pogojev za spodbujanje sposobnosti kritičnega razmišljanja,
- ▶ spretnosti za medijsko pismenost,
- ▶ pripravljenosti posameznikov za etično uporabo in delovanje v medijih.

Pričujoči dokument predstavlja minimalne standarde znanja in veščin, ki bi jih moral usvojiti vsak posameznik z željo po izboljšanju svoje medijske pismenosti, da bi lahko razumel in analiziral informacije, ki jih prejme prek medijev.

Regionalni kompetenčni okvir medijske pismenosti za Črno goro, Srbijo, Bosno in Hercegovino, Hrvaško in Slovenijo predstavlja skupno težnjo za sistemsko delovanje s ciljem izboljšanja medijske pismenosti, dokument pa predstavlja **priporočilo** akterjem medijske pismenosti v navedenih državah, katera znanja in veščine morajo razvijati.

Vsaka država lahko v skladu s svojimi posebnostmi in potrebami razvija posebne izobraževalne programe medijske pismenosti, katerih vsebina temelji na skupnem Regionalnem kompetenčnem okviru medijske pismenosti.

Ciljne skupine

Namen Regionalnega kompetenčnega okvira medijske pismenosti je dvig medijske pismenosti celotne družbe. Vsebino in način njegove implementacije oziroma implementacije posameznih modulov pa je treba prilagoditi ciljnim skupinam. Te so na višji ravni strukturirane kot:

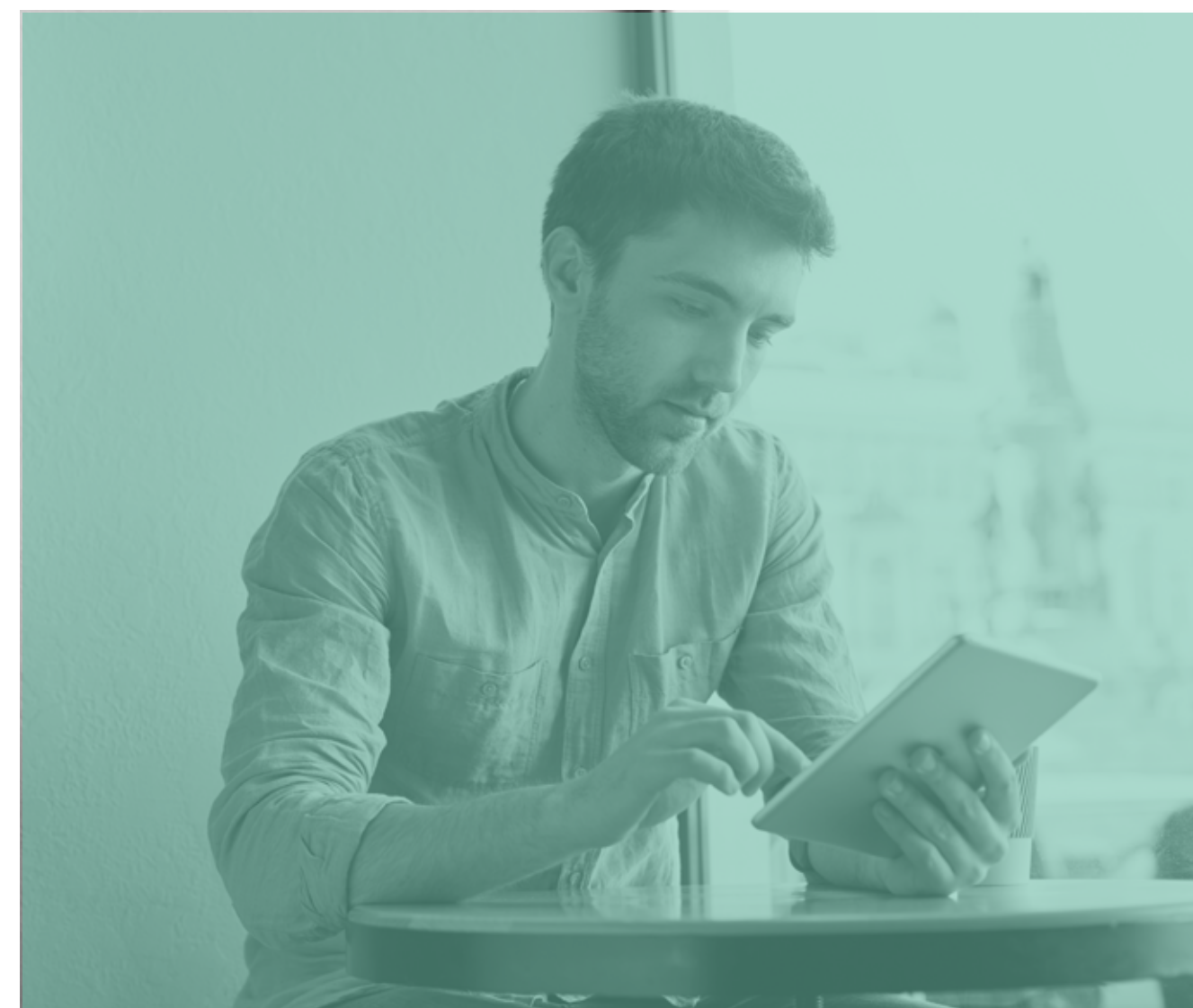
- ▶ najširša javnost – udeleženci izobraževalnih programov za odrasle;
- ▶ strokovna javnost (izobraževalci odraslih in drugi strokovnjaki);
- ▶ nosilci politike v različnih resorjih.

Znotraj prve skupine so ciljne podskupine opredeljene glede na nacionalne prioritete (v Sloveniji npr. v Resoluciji o nacionalnem programu izobraževanja odraslih v Sloveniji za obdobje 2022–2030).

Ko gre za dejavnosti, ki so financirane iz javnih sredstev, se moramo osredotočiti na tiste skupine prebivalcev, ki imajo zaradi različnih ovir težji dostop do izobraževanja in učenja. Ti se redko ali nikoli ne vključujejo v izobraževanje odraslih, je pa zanje medijska pismenost zelo pomembna, saj vpliva na njihove življenjske odločitve.

V ciljno skupino 'najširša javnost – udeleženci izobraževalnih programov za odrasle' lahko opredelimo naslednje podskupine:

- ▶ odrasli na splošno,
- ▶ odrasli z nizko razvitimi temeljnimi zmožnostmi, ne glede na zaposlitveni položaj, starost ali druge značilnosti,
- ▶ mlajši odrasli, ki zgodaj opustijo šolanje, in osipniki,
- ▶ starejši (65+),
- ▶ drugi odrasli.



¹ <https://epale.ec.europa.eu/en>

² Belgija je zaradi jezikovne raznolikosti ustanovila tri NPS-je.

UČNI IZIDI

Pridobivanje znanj in veščin, zasnovanih v tem okviru medijske pismenosti, predpostavlja, da lahko oseba samostojno:

1. kritično analizira in razume medijska sporočila;
2. analizira vsebino medijskih sporočil;
3. pravilno interpretira sporočila in ravna na podlagi teh dobljenih sporočil;
4. pojasni vpliv medijskih in uporabniško ustvarjenih vsebin na sistem vrednot posameznika/skupine;
5. oceni učinek vpliva medijskih vsebin na dožemanje, vedenje, čustva in stališča posameznika/skupine;
6. kritično obravnava prepričevalni potencial medijskih vsebin;
7. razlikuje svobodo govora od sovražnega govora;
8. analizira manipulativno naravo vseh informacij in medijev;
9. presodi učinek medijskega sklicevanja na čustva, oblikovanje mnenj, stališč in vrednot;
10. pri presojanju upošteva zgodovinske, družbene, kulturne in osebne vidike;
11. pojasni pomen in uporabo sodobnih medijev;
12. varno uporablja digitalne medije, družbena omrežja in splet.

Modul 1

KRITIČNO BRANJE IN RAZUMEVANJE MEDIJSKEGA SPOROČILA

1. KRITIČNO BRANJE, RAZUMEVANJE IN PRESOJA MEDIJSKEGA SPOROČILA

Kritično branje medijskih vsebin je kompleksna veščina, ki predpostavlja sposobnost razumevanja in presojanja dostopnih informacij. Zelo pomembno je doseči dovolj visoko raven znanja za razumevanje, saj v veliki meri prispeva k temu, kako se znajdemo v družbi. Z branjem³ se razvija sposobnost sporazumevanja v različnih novih situacijah, sposobnost uporabe sodobnih informacijskih tehnologij ter razumevanja naravnih in družbenih okoliščin, kar hkrati pripelje do sposobnosti reševanja težav. Cilj tega modula je zato razviti veščino branja, ki omogoča presojanje medijskih vsebin, oblikovanje lastnih stališč ter aktivno sodelovanje v javnem prostoru in družbi nasploh, vključno s produkcijo lastnih sporočil.

UČNI IZIDI

- ▶ Kritično analizira in razume medijska sporočila.
- ▶ Analizira vsebino medijskih sporočil.
- ▶ Interpretira sporočila in ravna na podlagi pridobljenih informacij.
- ▶ Uporablja postopek kritičnega branja medijskega sporočila na konkretnem primeru.

Znanja

- ▶ Prepozna pet ključnih konceptov medijske pismenosti.
- ▶ Razume pomen medijske pismenosti.
- ▶ Uporablja objektivne argumente za ravnanje/aktivnost.
- ▶ Pojasni razliko med informiranjem in prepričevanjem.
- ▶ Našteje načine informiranja in prepričevanja.
- ▶ Razlikuje načine delovanja tradicionalnih medijev, digitalnih medijev in družbenih omrežij.

Veščine

- ▶ Kritično dojema osnovna (naslovna) sporočila in spremljevalno vsebino.
- ▶ Bere vsebino in razume prebrano.
- ▶ Kritično presoja celotno vsebino.
- ▶ Prepozna, kdo ima korist od medijskega sporočila.

Stališča

- ▶ Ozaveščanje o pomenu kritičnega presojanja medijske vsebine.
- ▶ Oblikovanje argumentiranih stališč o prejetem sporočilu.

³ Z 'branjem' je mišljena kakršna koli izpostavljenost medijskemu sporočilu, v kateri koli obliki: branje, poslušanje, gledanje.

MEDIJI IN VREDNOTE

2. VPLIV MEDIJSKIH VSEBIN NA OBLIKOVANJE OSEBNIH IN DRUŽBENIH VREDNOT

Vprašanje, ki se zastavlja, ni, ali mediji vplivajo na oblikovanje osebnih in družbenih vrednot ali ne, temveč zakaj, koliko in kako to počnejo. Mediji so pred desetletji veljali za eno najpomembnejših sredstev socializacije. Zagotavljajo nam pripravljene modele ravnanja, tako da nekatere potrjujejo, druge zavračajo. Pravna določila in etični kodeks določajo svobodo izražanja, prepoved sovražnega govora, prepoved diskriminacije, zaščito mladoletnikov, zaščito dostojanstva in podobne institute.

Cilj tega modula je tako razumeti, kako medijska vsebina in tista, ki spominja na medijsko vsebino (novi mediji), vplivata na sistem vrednot posameznika in na kakšen način oblikujeta družbene vrednote. Prav tako je pomembno razumeti, koliko se potrošnik medijske in uporabniško ustvarjene vsebine zaveda tega vpliva ter ali kritična analiza zadostuje v situacijah, ko se medij igra s posameznikovimi čustvi.

UČNI IZIDI

- ▶ Pojasni vpliv medijskih in uporabniško ustvarjenih vsebin na sistem vrednot posameznika/skupine.
- ▶ Ocení učinek vpliva medijskih vsebin na dojetanje, vedenje, čustva in stališča posameznika/skupine.
- ▶ Kritično obravnava prepričevalni potencial medijskih vsebin in interpretira sporočila na tej podlagi.
- ▶ Uporablja pravni okvir in pozna svoje pravice do pravočasnih, točnih in resničnih informacij.
- ▶ Pozna etične standarde profesionalnega novinarstva.
- ▶ Pozna pomen pravočasnega in resničnega informiranja.
- ▶ Razume odgovornost ustvarjalcev medijskih vsebin.

Znanja

- ▶ Pozna osnove pravnega medijskega okvira in svojo pravico do točnih, resničnih in pravočasnih informacij.
- ▶ Pozna etične standarde za profesionalno novinarstvo in tradicionalne ter nove medije.
- ▶ Prepozna odgovornost in objektivnost (nepriistranskost) ustvarjalcev medijskih in uporabniško ustvarjenih vsebin ter vpliv lastnikov na uredniško politiko medijev – vsebin.
- ▶ Prepozna namen, tj. končni cilj medijske vsebine.
- ▶ Pojasni lastnosti sistema vrednot glede na izobraževanje, ekonomski status, ideološki položaj, politično moč in drugo.
- ▶ Pojasni vlogo in pomen medijev (zlasti javnih medijskih servisov) pri izboljšanju medijske pismenosti.

Veščine

- ▶ Razlikuje lasten položaj in položaj drugih glede na različne sisteme vrednot.
- ▶ Prepozna kršitev zakona in etičnega kodeksa v medijskih vsebinah, ki jih spremlja.
- ▶ Zna oceniti stopnjo vpliva medija na dojetanje, vedenje, čustva in stališča.
- ▶ Angažirano in ustrezno sodeluje pri izmenjavi mnenj o temi vpliva medijskih vsebin na družbene in osebne vrednote.

Stališča

- ▶ Zavest o pomenu spoštovanja etičnih norm pri oblikovanju in deljenju vsebin.
- ▶ Pripravljenost na preučitev različnih sistemov vrednot.
- ▶ Odprtost za izmenjavo mnenj v zvezi z različnimi sistemi vrednot.

SVOBODA GOVORA IN SOVRAŽNI GOVOR

3. SVOBODA GOVORA IN SOVRAŽNI GOVOR

Brez svobode govora ni sodobnega sveta, vendar ta svoboda ni absolutna. Svoboda govora je izjemno pomemben del človekovih svoboščin, vendar ta, tako kot vse ostale, seže samo do meja svobode drugega. Mejo je težko določiti, če se sogovorniki o njej ne dogovorijo, zato je v tem primeru dialog nujen. Brez dogovora pride do nasilja. Strokovnjaki pravijo, da svoboda govora v neki družbi vodi k dialogu, ki je predpostavka demokracije, sovražni govor pa vodi v nasilje. Skladno s tem je treba nujno razumeti, da je pomembno doseči ravnotežje in sistemsko preprečevati sovražni govor.

Cilj tega modula je zato razumevanje razlike med svobodo govora in žaljivim in sovražnim govorom, določitev meja in razvijanje zavesti o pomenu sistemske zaustavitve in preprečevanja sovražnega govora v družbi.

UČNI IZIDI

- ▶ Razlikuje svobodo govora od sovražnega govora.
- ▶ Analizira in razume manipulativno naravo vseh informacij in medijev.
- ▶ Presodi učinek medijskega sklicevanja na čustva, oblikovanje mnenj, stališč in vrednot.
- ▶ Pri presojanju upošteva zgodovinske, družbene, kulturne in osebne vidike.
- ▶ Uporablja mehanizme za zaščito medijev in pri kreiranju lastnih medijskih sporočil ne krši načel svobode govora in ne uporablja sovražnega govora.

Znanja

- ▶ Razume razliko med svobodo govora in sovražnim govorom.
- ▶ Presoja meje medijske svobode (kritično bere medijska sporočila).
- ▶ Preučuje politično instrumentalizacijo sovražnega govora v luči medijskih svoboščin.
- ▶ Razume pojma cenzura in samocenzura.

Veščine

- ▶ Uporablja načela svobodnega govora.
- ▶ Vzdrži se sovražnega govora.
- ▶ Vrednoti medijsko vsebino v skladu z načeli svobode govora.

Stališča

- ▶ Spoštovanje vrednot in načela pravice do svobode govora.
- ▶ Obsojanje sovražnega govora.
- ▶ Sprejemanje pomena medijske svobode za demokratično civilno družbo.
- ▶ Zavest o pomenu medijske svobode za zdravo demokratično družbo.
- ▶ Odprtost in pripravljenost sprejemanja, upoštevanje drugačnih mnenj.

MANIPULACIJA, DEZINFORMACIJE IN STEREOTIPI

4. MANIPULACIJA, DEZINFORMACIJE IN STEREOTIPI

Mediji vedno manipulirajo. Vse informacije so manipulacija. Ključnega pomena se je zavedati manipulativne narave vseh medijev in informacij. Vsak medij vedno vpliva na prejemnika informacij prek čustev, zgodovinske, socialne in kulturne perspektive posameznika, s čimer vpliva na njegova mnenja, stališča, vrednote in identiteto.

Cilj tega modula je izboljšanje znanj, veščin in kompetenc, ki udeležencem omogočajo lažje in kakovostnejše presojanje narave in namena informacij ter posebej izpostavijo manipulacije, ki imajo negativno konotacijo.

Ta modul se tako izvaja s ciljem povečanja osveščenosti posameznika o njegovi aktivni vlogi prejemnika in ustvarjalca informacij.

UČNI IZIDI

- ▶ Analizira in razume manipulativno naravo vseh informacij in medijev.
- ▶ Presodi učinek medijskega sklicevanja na čustva, oblikovanje mnenj, stališč in vrednot.
- ▶ Pri presojanju upošteva zgodovinske, družbene, kulturne in osebne vidike.
- ▶ Pojasni pomen in uporabo sodobnih medijev.

Znanja

- ▶ Razume vpliv medijev na nastanek stereotipov.
- ▶ Razume odnos med stereotipi in oblikovanjem družbenih stališč in vrednot.
- ▶ Razume pojem dezinformacije.
- ▶ Razume namen dezinformacij in njihov vpliv na odločitve prejemnika.
- ▶ Prepozna dezinformacije na konkretnem primeru.
- ▶ Razume namen manipulacije.
- ▶ Prepozna različne vrste manipulacij.
- ▶ Prepozna in razume namen dezinformacij, prevar, stereotipov, lažnih novic in njihovih negativnih učinkov.

Veščine

- ▶ Uporablja orodja za prepoznavanje dezinformacij in manipulacij.
- ▶ Se posvetuje, pridobiva informacije iz različnih virov/medijev.
- ▶ Analizira in interpretira informacije z vidika manipulacije.
- ▶ Odgovorno ustvarja lastna medijska sporočila.

Stališča

- ▶ Izboljšanje in krepitev komunikacije ter spoštljive izmenjave mnenj.
- ▶ Sprejemanje različnosti.
- ▶ Krepitev zavesti o lastni odgovornosti in aktivnosti ter sposobnosti pri ustvarjanju informacij.
- ▶ Pozitivno stališče do demokratičnega aktivnega državljanstva.

ZNAČILNOSTI SODOBNIH MEDIJEV, ZASEBNOST IN VARSTVO PODATKOV NA SPLETU

5. ZNAČILNOSTI SODOBNIH MEDIJEV, ZASEBNOST IN VARSTVO PODATKOV NA SPLETU

Cilj tega modula je razumeti najpomembnejše lastnosti sodobnih medijev, od tehničnih do komunikoloških in socioloških, ter udeležencem omogočiti uporabo pridobljenega znanja in veščin pri uporabi medijev in podatkov v vsakodnevem življenju. Ko gre za digitalne in spletne medije, bodo udeleženci prepoznali naravo in pozitivne ter negativne posledice digitalnosti, (ne)pristnosti, anonimnosti, večsmernosti, interaktivnosti, obilja medijev in vsebin, zasičenosti z informacijami, senzacionalizma, (ne)zanesljivosti virov in informacij, komercializacije, in nadzora. Prav tako bodo preučene posamezne oblike digitalnih naprav, omrežij, tehnologij in aplikacij v luči njihove raznolike uporabe in tudi v luči pridobivanja veščin prepoznavanja nevarnosti, varstva podatkov in zaščite lastne zasebnosti in zasebnosti drugih ter posledic sprejemljive in nesprejemljive uporabe medijev.

UČNI IZIDI

- ▶ Pojasni pomen in uporabo sodobnih medijev.
- ▶ Varno uporablja digitalne medije, družbena omrežja in splet.
- ▶ Kritično analizira in razume medijska sporočila.
- ▶ Pojasni vpliv medijskih in uporabniško ustvarjenih vsebin na sistem vrednot posameznika/skupine.
- ▶ Oцени učinek vpliva medijskih vsebin na dožemanje, vedenje, čustva in stališča posameznika/skupine.

Znanja

- ▶ Prepozna najpomembnejše lastnosti sodobnih medijev.
- ▶ Prepozna najpomembnejše lastnosti najpogostejše uporabljenih družbenih medijev.
- ▶ Razume naravo sodobnih medijev
- ▶ Pozna vlogo in lastnosti nadzora sodobnih medijev.
- ▶ Pozna pojme zasebnost, javnost in anonimnost.
- ▶ Prepozna vlogo in pozna način delovanja algoritmov v digitalnih in družbenih medijih.
- ▶ Pozna načine oblikovanja digitalne sledi, vlogo in vrste piškotkov ter drugih sledilnih tehnologij, pomnilnikov, virusov, trojanskih konjev in lažnega predstavljanja.
- ▶ Prepozna različne nevarnosti in ogrožanje zasebnosti in podatkov ter načine njihove zaščite.

Veščine

- ▶ Razlikuje medije glede na lastnosti in možnosti.
- ▶ Prepozna osebne podatke, uporablja različne načine zaščite podatkov na spletu in preprečuje njihovo posredovanje javnosti.
- ▶ Uporablja aplikacije in programe (pri tem prilagodi posamezne nastavitve svojim potrebam) ter digitalna orodja za zaščito zasebnosti.
- ▶ Oblikuje, objavlja in deli medijske vsebine etično in družbeno odgovorno.

Stališča

- ▶ Razumevanje pomena poznavanja lastnosti sodobnih medijev.
- ▶ Kritičen, etičen in odgovoren odnos do uporabe sodobnih medijev.
- ▶ Zavest o potrebi po zaščiti zasebnosti in podatkov.
- ▶ Odprtost do novih rešitev pri varni uporabi sodobnih medijev.

KLJUČNI POJMI

CILJNO OBČINSTVO – komu je sporočilo namenjeno, s katerim namenom/ciljem.

ČUSTVA – specifičen odnos osebe do sebe, konkretnih predmetov ali pojavov in drugih ljudi. Čustva se pojavijo, ko je za nas nekaj pomembno.

DELJENJE VSEBIN – funkcija deljenja vsebin nam omogoča uživanje v medijskih vsebinah, videih, slikah, glasbi. V dobi digitalne komunikacije je deljenje vsebin lažje, hitrejšo in omogoča neomejene možnosti vsakemu ustvarjalcu medija, da svoje sporočilo posreduje velikemu številu ljudi.

DEZINFORMACIJA – napačna informacija, zlasti namerna: informacija o tej zadevi je bila v bistvu dezinformacija, ker je bil problem prikazan enostransko; to je premišljena dezinformacija; širiti dezinformacije in zavajati ljudi. (SSKJ)

DIGITALNOST – lahko se dojema kot lastnost sporočila ali medija. Sporočila in mediji so lahko analogni ali digitalni. Analogna sporočila in mediji opominjajo, prikazujejo ali oponašajo tisto, kar posredujejo, kot kazalci na analogni uri, ki oponašajo senco, ki jo ustvari sonce na predmetih s kroženjem čez dan. Digitalna sporočila in mediji predstavljajo in prenašajo vsebino, tako da jo označijo z binarnim številčnim nizom in ga tako pošljejo prejemniku, ki ta številčni niz znova spremeni v slikovno, zvočno ali besedilno sporočilo. Digitalnost je ena od temeljnih lastnosti večine sodobnih medijev. (Donsbach, 2008; Watson & Hill, 2012)

DOJEMANJE – opazovanje, razumevanje nečesa na svoj način, zaznavanje. Dojemanje je ena najpomembnejših kognitivnih ali miselnih funkcij v psihologiji.

DRUŽBENI MEDIJI – omogočajo posredovana družbena omrežja oziroma medijsko posredovano spoznavanje, povezovanje, komuniciranje in izmenjavo vsebin med uporabniki. Gre za skupni naziv digitalnih platform na spletu, kot so kanali Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Telegram in TikTok, ki s svojimi lastnostmi in vsebinami omogočajo in spodbujajo povezovanje ljudi, ustvarjanje skupin in izmenjavo besedilnih, zvočnih in vizualnih vsebin. Izraz družbeni mediji se uporablja tudi namesto izraza družbena omrežja

ali osebnih povezav, ki jih posamezniki tvorijo z znanci, prijatelji, sorodniki, poslovnimi sodelavci in drugimi osebami iz družbene skupnosti. Ker se lahko družbena omrežja tvorijo z neposrednim komuniciranjem in drugimi kanali, izraz družbeni mediji poudarja digitalno posredovanost oziroma medijsko utemeljenost družbenih omrežij. (Montgomery, 2019; Donsbach, 2008)

ETIČNI KODEKS – etični kodeksi opredeljujejo standarde za ustvarjanje vsebin in tako dajejo navodila o tem, kako najboljše komunicirati. Etika (pojem izvira iz grške besede ethos – navada) predstavlja del filozofije, ki poskuša opisati in pojasniti moralne občutke ter merila za dobro in pravično ravnanje.

JAVNOST – pojem z več pomeni, vendar se v kontekstu medijev in komuniciranja na lestvici javnost–zasebnost dojema kot fizični, simbolični ali medijski komunikacijski prostor, ki je dostopen vsem članom določene družbene skupnosti. Takšna javnost je na primer mestni trg, oddaja na televiziji ali družbeni medij na spletu. Javnost se včasih uporablja tudi zato, da označi vse člane določene družbene skupnosti ali posamezne člane določene družbene skupnosti (na primer kritična javnost). Javnost se prav tako uporablja v smislu izraženega ali impliciranega mnenja določene družbene skupnosti ali skupine ljudi, ko je ta blizu pomenu pojma javno mnenje. V odnosih z javnostmi je javnost tudi posebna skupina oseb ali pravnih oseb, pomembna za delovanje določene organizacije. (Bogdanić, 2016)

KONCEPT SPOROČILA – kaj je mogoče opaziti glede na način, kako je sporočilo preneseno in konstruirano (velikost besedila, slika, zvok, beseda, slog, osvetlitev, osnovni smisel sporočila).

MANIPULACIJA – preračunljivo dejanje za doseganje določenega namena, ki je lahko pozitiven ali negativen.

MEDIJSKO SPOROČILO – za katero vrsto medijskega sporočila gre: avtorski članek, novica, prenesena iz drugega medija, promocijski članek, intervju.

MEDIJSKE VSEBINE V ŠIRŠEM POMENU – vsaka vsebina, ne glede na naravo ali format, ki vključuje, vendar ni omejena na distribucijo

sporočila prek knjig, časopisov, revij, televizije, radia, oglasov, spletnih mest, sob za klepet, oglasnih tabel, podatkovnih baz, blogov itd. S proizvajanjem medijskih vsebin želijo mediji pritegniti čim več gledalcev, poslušalcev, bralcev in tako povečati svojo možnost za zaslužek in dobiček. Različni mediji prek svoje programske politike objavljajo vsebino, ki je informativna, zabavna, kulturna in propagandna; z uravnoteženjem teh funkcij medijskih vsebin vsak medij poskuša opredeliti in realizirati čim uspešnejši nastop na trgu.

NADZOR – predpostavlja stalno opazovanje in vpogled v vedenje in podatke o osebnih lastnostih in družbenih povezavah, nakupih/denarnih tokovih, gibanju in uporabi medijev ter drugih virov informacij posameznih oseb. Digitalni mediji in druge tehnologije omogočajo celovit nadzor nad uporabniki medijev in omrežij, zato po mnenju nekaterih živimo v družbi nadzora. (Watson & Hill, 2012; Wacks, 2010)

NAGOVARJANJE – prepričevanje ali moč prepričevanja. Uporablja se lahko za manipulativne in tudi izobraževalne namene.

NAMEN OBJAVE – zakaj je sporočilo objavljeno – obvestilo, potrditev že objavljene informacije, napačne informacije. Ali obstaja potreba po znikanju ali širši razpravi.

POVEZANOST IN UMREŽENOST – ključni lastnosti digitalnih komunikacijskih medijev. Predstavljata medsebojno povezanost naprav, kanalov in medijev, katere naloga je interaktivna izmenjava medijskih vsebin in drugih podatkov. Internet, mreža računalniških omrežij, je zasnovan na takšni povezanosti. Družbeni mediji so primer uporabe komunikativne digitalne povezanosti. (Montgomery, 2019; Watson & Hill, 2012)

RAZUMEVANJE SPOROČILA – kako prejemniki vsebine interpretirajo sporočilo in kateri so možni vzroki napačnega razumevanja medijske objave. Sistem vrednot – vrednota označuje najbolj splošno prepričanje o tem, kaj je (in koliko je) veljavno, zaželeno, uporabno, oziroma o tem, kaj je nezaželeno in nedopustno. Vrednota je hipotetični konstrukt, saj ima subjektivni pomen. Za razliko od stališča je vrednota bolj splošna, bolj osrednja in trajnejša dispozicija, zato je praviloma z eno vrednoto povezanih več sorodnih stališč in širši repertoar vedenja. Več povezanih vrednot se integrira v sistem vrednot oziroma

vrednotno orientacijo.

SODOBNI MEDIJI – v širšem pomenu vsa sredstva komuniciranja, ki se uporabljajo v današnji družbi – tako pri zasebnem kot javnem komuniciranju. Povedano najenostavneje: posredujejo sporočila med sogovorci. Zgodovinsko lahko medije opredelimo kot različna orodja, ki so jih ljudje uporabljali in jih uporabljajo za izmenjavo sporočil o skupni resničnosti. Sodobni mediji pomenijo tako analogne kot digitalne in množične ter spletne medije. Sodobni mediji vključujejo medije t. i. prve (npr. govor), druge (npr. knjige, fotografije in televizija) in tretje generacije (npr. pametni telefon). V ožjem pomenu so sodobni mediji



najpogostejše digitalni in spletni mediji oziroma mediji tretje generacije. Sodobne medije lahko opredelimo kot: a) prenašalce ali kanale, po katerih potujejo besede, slike in zvok; b) jezike, ki imajo določeno strukturo in pravila uporabe; in c) okolja, s pomočjo katerih in v katerih se komunicira. (Donsbach, 2008; Jensen, 2006; Meyrowitz, 1993)

SOVRAŽNI GOVOR – govor, s katerim se napada ali podcenjuje določeno družbeno ali etnično skupino ali njenega pripadnika. V bistvu je govor uperjen zoper osebe ali osebo zaradi njene rase, verske, etnične pripadnosti, spolne usmerjenosti, videza (višina, teža, barva kože ...), spola, starosti ali katere koli lastnosti, ki jo lahko nekdo dojema kot pomanjkljivost. Koncept se je pojavil v ZDA v poznih 70. letih 20. stoletja. Takrat so bili v številnih drugih državah uvedeni zakoni, ki določajo dodatne kazni za govor, motiviran s predsodki ali nestrpnostjo, uperjen zoper določene skupine, katerega posledica je spodbujanje ali napeljevanje k rasnemu sovraštvu, agresiji ali zločinu, vključno s širjenjem nacistične propagande.

SPREMLJANJE MEDIJEV – katere medije spremljamo, kako to počnemo in zakaj spremljamo prav te medije.

STALIŠČE – s socializacijo pridobljena, dokaj trajna čustvena dispozicija, ki se kaže kot tendenca, da se misli, čuti in ravna na določen način. Psihološko strukturo stališča tvorijo tri komponente: kognitivna, čustvena in akcijska. Stališče vpliva na opazanje, mnenje in družbeno vedenje. Stališča so lahko družbena ali osebna. Svoboda govora v medijih – je svoboda posedovanja lastnega mnenja, sprejemanje in posredovanje informacij in idej brez vmešavanja javne oblasti in ne glede na meje. Uporaba teh svoboščin predpostavlja dolžnost in odgovornost ter je lahko predmet formalnosti, pogojev, omejitev ali kazni, ki jih določa zakonodaja in so nujni v demokratični družbi zaradi nacionalne varnosti, ozemeljske celovitosti ali javne varnosti z namenom preprečitve nemirov ali kriminala, zaščite zdravja ali morale, zaščite ugleda ali pravic drugih, preprečitve odkrivanja zaupno pridobljenih obvestil ali ohranitve avtoritete in nepristranskosti sodišč.

USTVARJALEC MEDIJSKEGA SPOROČILA – kdo je novico napisal, relevantnost vira.
USTVARJALEC MEDIJSKIH VSEBIN –

mediji/oseba ali skupina, ki ustvarja sporočila, posredovana določeni ciljni javnosti. Ustvarjalec medijskih vsebin ustvarja sporočila z uporabo besed, slik, zvokov, grafičnega oblikovanja in drugih elementov.

TEMA – kdo je glavni akter zgodbe, kako je povezan z vsebino.

VABLJIVOST – katere tehnike so uporabljene za pritegnitev pozornosti bralca (prisotnost populizma).

VEDENJE – predstavlja vsa dejanja in odgovore organizma, običajno povezane z zunanjim (naravnim) okoljem in pogojene ali povzročene z določenim dogajanjem v njem.

VERODOSTOJNOST/IZVIRNOST – originalnost – ali je članek avtorski ali promocijski.

VREDNOTA – kaj sporočilo pomeni zame in za druge; katere vrednote, slog in dejstva so prikazani ali izpuščeni iz sporočila.

VARSTVO PODATKOV – nanaša se na uporabo različnih pristopov in orodij za varstvo zasebnosti ter poslovnih in državnih skrivnosti. Varstvo podatkov je v kontekstu sodobnih medijev in najnovejših tehnologij tako vprašanje varovanja zasebnosti kot tehnično in pravno vprašanje. Tehnično vprašanje zadeva orodja, s katerimi se prepreči ali omeji zbiranje (osebnih) podatkov, pravno vprašanje pa je vrsta zakonskih ukrepov, ki so jih sprejele številne države (tako v Evropi kot drugje) zaradi zaščite podatkov in varovanja zasebnosti. (Watson & Hill, 2012; Donsbach, 2008)

ZASEBNOST – lahko se preučuje z osebnega, družbenega in pravnega vidika. Kot osebna vrednota je zasebnost v najširšem pomenu možnost, da nihče drug nima vpogleda v življenje, prostor in osebne podatke določene osebe, kot so družinski, prijateljski, zdravstveni, finančni podatki in podatki o osebnih interesih, virih informacij in gibanju. V družbenem in pravnem pomenu pravica do zasebnosti velja za demokratičen dosežek in človeško pravico. Ko gre za zasebnost in medije, se običajno misli na podatke o osebi, ki se zbirajo prek digitalnih medijev in drugih tehnologij. (Wacks, 2010)



PROJEKT EPALE - NACIONALNE PODPORNE SLUŽBE ZA ČRNO GORO, SRBIJO, HRVAŠKO, SLOVENIJO TER BOSNO IN HERCEGOVINO

V **Črni gori** projekt EPALE koordinira Ministrstvo za izobraževanje, za nacionalno koordinatorko pa je imenovana Gordana Bošković (epalemne@gmail.com).

Črna gora je postala del skupnosti EPALE leta 2016, ko je začela izvajati tudi vrsto aktivnosti iz načrta sodelovanja z Evropsko komisijo s ciljem izboljšanja nacionalne politike izobraževanja odraslih in njenega povezovanja s politikami in praksami drugih držav. Skladno z navedenim je Črna gora od januarja 2016 podpisnica pogodbe z Izvršno agencijo za izobraževanje, avdiovizualno dejavnost in kulturo (EACEA) o izvajanju projekta EPALE nacionalna podpora služba za Črno goro. Na platformi je registriranih več kot 1400 uporabnikov.

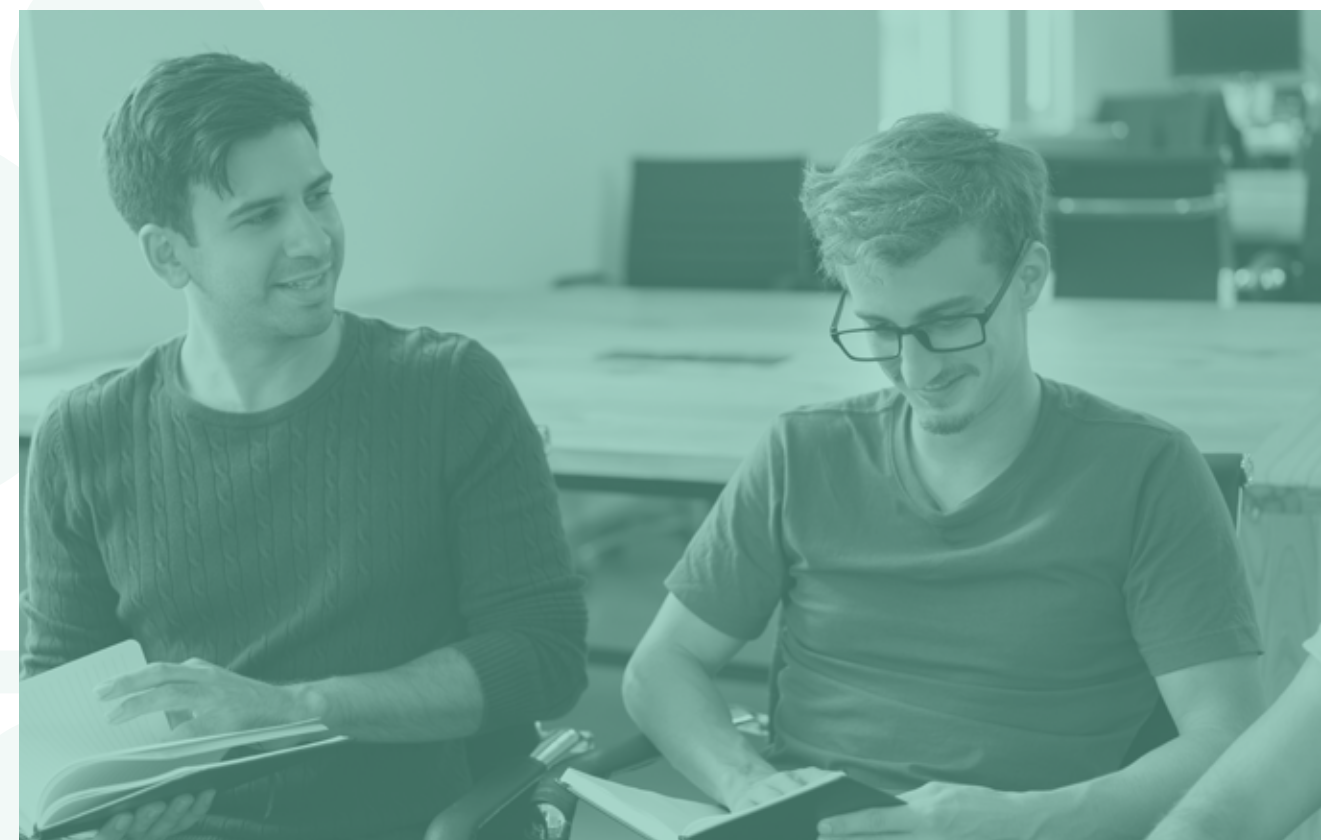
EPALE zagotavlja svojevrsten vidik podpore nacionalni politiki razvoja izobraževanja odraslih, aktivni promociji in povezovanju ključnih akterjev na tem področju na vseh ravneh. Pri tem je bilo poleg podpore temu projektu objavljenih več priročnikov, publikacij, vodičev, izvedene so bile analize sistema izobraževanja odraslih in vrsta empiričnih raziskav, pripravljeni so bili izobraževalni programi, vzpostavljena je bila podatkovna baza o izobraževanju odraslih, prav tako so bila izvedena mednarodna izobraževanja s ciljem andragoškega usposabljanja predstavnikov institucij sistema, številna nacionalna in regionalna strokovna srečanja ter številne druge aktivnosti, ki so prispevale k večji

promociji in vidljivosti izobraževanja odraslih.

Agencija za strokovno izobraževanje in izobraževanje odraslih je nosilec projekta EPALE oziroma opravlja vlogo nacionalne podporne službe (National support service – NSS) platformi v **Republiki Hrvaški**. Rezultati uspešne izvedbe štirih dosedanjih projektnih ciklusov kažejo na dejstvo, da je projekt EPALE v veliki meri vplival na izboljšanje celotnega sistema izobraževanja odraslih na Hrvaškem. Trenutno poteka novo projektno obdobje za projekt EPALE, ki traja od aprila 2022 do decembra 2024.

Glavni cilj projekta je promocija platforme EPALE. Slednja poskuša motivirati člane širše skupnosti izobraževanja odraslih v Republiki Hrvaški, da postanejo aktivni člani večjezične, dinamične in interaktivne platforme, ki jo tvori skupnost strokovnjakov v izobraževanju odraslih.

Ciljne skupine nacionalnega projekta so ustanove, ki izvajajo tako formalno kot neformalno izobraževanje odraslih: učitelji, znanstveniki, novinarji, predstavniki javnih institucij itd. Ključne aktivnosti projekta se nanašajo na izboljšanje platforme z izdelavo in prevodom vrste uporabnih vsebin, organizacijo promocijskih aktivnosti na različnih dogodkih in obveščanjem potencialnih uporabnikov o možnostih platforme EPALE, z aktivnim sodelovanjem s partnerji in uporabniki na nacionalni in evropski ravni ter



aktivno komunikacijo z osrednjo podporno službo (CSS). Namen vrste promocijskih aktivnosti platforme EPALE je motivirati čim več strokovnjakov za izobraževanje odraslih, da z ustvarjanjem in objavljanjem kakovostnih vsebin na platformi ter njihovo uporabo pri profesionalnem usposabljanju prispevajo k razvoju in ohranjanju platforme. Navedene aktivnosti spremlja izboljšanje platforme z ustvarjanjem in prevodom vrste uporabnih vsebin, organizacijo promocijskih aktivnosti na različnih dogodkih, obveščanjem potencialnih uporabnikov o možnostih platforme EPALE, aktivnim sodelovanjem s partnerji in akterji na nacionalni in evropski ravni, nabavo promocijskega gradiva, promocijo platforme EPALE na družbenih omrežjih, izdelavo promocijskih filmov in vodičev EPALE, dvema izdajama letnih e-novic o izvedenih aktivnostih in vzpostavitvijo mreže ambasadorjev platforme EPALE oziroma strokovnjakov za izobraževanje odraslih po vsej Hrvaški, ki objavljajo strokovna dela in promovirajo platformo EPALE ter tako motivirajo uporabnike, da se aktivno vključijo v virtualno skupnost strokovnjakov za izobraževanje odraslih in podobno.

Republika Srbija je del mreže EPALE postala leta 2017. Nacionalna služba za podporo deluje

v okviru Fundacije Tempus, ki je odgovorna za izvajanje aktivnosti mreže v Srbiji. Nacionalna služba za podporo (NSS) je skupaj z osrednjo ekipo za podporo odgovorna za zagotavljanje kakovostne vsebine na portalu in spodbujanje sodelovanja na področju izobraževanja odraslih. Najpomembnejša vloga nacionalne službe za podporo EPALE je stalna podpora sistemu izobraževanja odraslih v Srbiji. Člani nacionalne službe EPALE aktivno sodelujejo v delovni skupini za izdelavo letnega načrta aktivnosti izobraževanja odraslih, ki ga koordinira Ministrstvo za izobraževanje, znanost in tehnološki razvoj Republike Srbije. Poleg tega nacionalna služba za podporo v Srbiji izvaja vrsto aktivnosti s ciljem zagotavljanja podpore sektorju za izobraževanje odraslih: izvaja spletne seminarje, konference, nagradne razpise za najboljša besedila, usposabljanja, delavnice, raziskave, objave publikacij ter podpira profesionalni razvoj zaposlenih v izobraževanju odraslih.

Projekt EPALE v **Bosni in Hercegovini** se izvaja v okviru Agencije za predšolsko, osnovnošolsko in srednješolsko izobraževanje (Oddelek za srednje strokovno izobraževanje, izobraževanje odraslih in vseživljenjsko učenje) od leta 2015. Ključne prioritete so promocija skupnosti

EPALE v Bosni in Hercegovini, promocija izobraževanja odraslih in vseživljenjskega učenja nasploh, prispevek k razvoju platforme EPALE z objavo visokokakovostnih in relevantnih vsebin, angažiranje novih uporabnikov, izvedba ukrepov za aktiviranje registriranih uporabnikov in povezovanje institucij v BiH in regiji. Aktivnosti projekta so usmerjene k relevantnim zainteresiranim stranem (ponudnikom izobraževanja, institucijam, socialnim partnerjem, srednjim šolam, nevladnim organizacijam), ki oblikujejo in izvajajo sistem izobraževanja odraslih na kantonalni, entitetni ravni in ravni distrikta Brčko. Državna ekipa za podporo EPALE BiH izvaja vrsto načrtovanih aktivnosti s ciljem zagotavljanja podpore sektorju za izobraževanje odraslih: konference, spletni seminarji, delavnice, objava publikacij, podpora profesionalnemu razvoju zaposlenih v izobraževanju odraslih itd. V trenutnem ciklu je nacionalna ekipa za podporo EPALE BiH podvojila število državnih ambasadov projekta EPALE glede na prejšnje obdobje (trenutno jih je šest). Na platformi EPALE je registriranih več kot 650 uporabnikov iz Bosne in Hercegovine ter objavljenih več kot 1200 relevantnih vsebin. Prav tako so bili izvedeni

številni projekti in mreženje deležnikov iz Bosne in Hercegovine na ravni EU prek dostopnih orodij na platformi EPALE.

V **Sloveniji** ima CMEPIUS od začetka vzpostavitve platforme leta 2015 vlogo nacionalne službe za podporo EPALE. Delovanje je usmerjeno v urejanje vsebinskega dela platforme v slovenščini in izvedbo aktivnosti za promocijo platforme. Pripravljajo se prevodi aktualnih in relevantnih vsebin iz tujih jezikov v slovenščino. Skupaj s projektnim partnerjem, Andragoškim centrom Slovenije, se zagotavlja, da so na platformi vedno dostopne aktualne informacije s področja izobraževanja odraslih, tako na nacionalni kot evropski ravni. Veliko podporo v tem procesu zagotavlja skupina strokovnjakov EPALE, ki jo tvorijo strokovnjaki z različnih področij. EPALE prav tako ponuja številne možnosti sodelovanja v programu Erasmus+. Na platformi je mogoče najti rezultate preteklih, že izvedenih projektov, ki so lahko pomembni za prihodnje delo, predstavlja pa tudi učinkovito orodje za deljenje in predstavitev rezultatov, ki so jih posamezniki ali organizacije dosegli v okviru projekta Erasmus+.

DELEŽNIKI, EU-PREDPISI IN NACIONALNI PREDPISI S PODROČJA MEDIJSKE PISMENOSTI

Svoboda izražanja in medijska svoboda kot njen sestavni del predstavljata eno od osnovnih človekovih pravic in osnovo vsake demokratične in pravne države, ki je večkratno zaščitena z mednarodnimi konvencijami, pri čemer je država dolžna to področje urediti v skladu s strateškimi cilji Evropske unije in izboljšati načela svobode izražanja, trajnosti medijev in koncepte neodvisnega reguliranja in samoreguliranja medijev.

V zvezi s tem je treba izboljšati medijsko svobodo, povečati sodelovanje civilnega prebivalstva, v splošnem izboljšati pogoje za delo medijev, transparentnost, razvoj medijskega pluralizma in medijske pismenosti.

Črna gora

Na podlagi predanosti Vlade Črne gore, da se črnogorski medijski skupnosti zagotovi močna podpora prek izboljšanja medijskega okolja in posledično pogoje za neovirano delo in utrditev medijske svobode, je opredeljena potreba po pripravi medijske strategije za obdobje 2022–2026⁴. Ta strategija jasno določa cilje, smeri razvoja in prihodnje načrte zaradi zagotavljanja ugodnejšega okolja za svobodo obveščanja, pretok idej in mnenj pri doseganju javnega interesa ter urejen medijski trg. Črna gora je prvi Zakon o medijih, ki je sledil standardom razvitih demokracij za ugodno okolje za delo svobodnih medijev, sprejela leta 2002. Medijska zakonodaja v Črni gori se od leta 2002 nenehno usklajuje z evropskimi standardi na tem področju. Julija 2020 sta bila sprejeta nov Zakon o medijih (Uradni list ČG, številka 82/2020) in Zakon o nacionalnem javnem izdajatelju Radio in televizija Črne gore (Uradni list ČG, številka 80/2020). Poleg teh je ključni predpis, ki ureja medije, Zakon o elektronskih medijih, ki bi zaradi uskladitve z direktivo 2018/1808 o avdiovizualnih medijskih storitvah, ki spreminja in dopolnjuje direktivo 2010/13, moral zamenjati Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah.

Ministrstvo za kulturo in medije je v prvi vrsti odgovorno za usklajevanje medijske zakonodaje z evropskimi standardi na področju medijev. Direktorat je odgovoren za Zakon o medijih,

Zakon o nacionalnem javnem izdajatelju Radio in televizija Črne gore, Zakon o elektronskih medijih (Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah) in Zakon o potrditvi evropske konvencije o čezmejni televiziji.

Agencija za elektronske medije (AEM) je neodvisni regulatorni organ za področje storitev AVM. Kot samostojni pravni subjekt je funkcionalno neodvisna od vseh drugih državnih organov in vseh pravnih ter fizičnih oseb, ki se ukvarjajo z dejavnostjo proizvodnje in oddajanja radijskih in televizijskih programov ali ponujanja drugih storitev AVM. Ustanovitelj Agencije za elektronske medije je država, pravico ustanovitelja v imenu države pa uveljavlja Svet Agencije za elektronske medije, ki ga izvoli Skupščina Črne gore.

Agencija za elektronske komunikacije in pošto dejavnost (EKIP) je neodvisni regulatorni organ za področje elektronskih komunikacij in poštne dejavnosti. Agencija je funkcionalno neodvisna od vseh subjektov, ki uporabljajo elektronsko komunikacijsko omrežje, zagotavljajo opremo ali zagotavljajo storitve na trgu elektronskih komunikacij in poštne storitve. Svoje aktivnosti Agencija izvaja v skladu s pristojnostmi, ki jih določata Zakon o elektronskih komunikacijah (Uradni list ČG, številka 40/13, 56/13, 2/17, 49/19) in Zakon o poštne storitvah (Uradni list ČG, številka 57/11, 55/16, 55/18), in sicer na podlagi Načrta dela. Pristojnosti EKIP se nanašajo na spletne posrednike in medijske spletne platforme, posebej na izvajanje pravil in postopkov v zvezi z blokiranjem, filtriranjem in odstranjevanjem vsebin na spletu.

Nacionalni javni izdajatelj Radio in televizija Črne gore je dolžan zagotavljati javne avdiovizualne storitve, s katerimi se izpolnjujejo demokratične, socialne, kulturne, izobraževalne in druge potrebe, ki so v javnem interesu vseh segmentov črnogorske družbe. Javni servis zagotavlja uveljavitev pravic in uresničitev interesov državljanov in drugih subjektov na področju informiranosti, ne glede na njihovo politično, versko, kulturno, rasno in spolno pripadnost. Organa upravljanja sta generalni direktor in Svet RTCG.

Radio-difuzni centar, d. o. o., opravlja dejavnost zagotavljanja storitev na področju radijskih komunikacij in telekomunikacij z zagotavljanjem storitev prenosa in oddajanja radijskih in televizijskih programov, prenosa slike, zvoka in podatkov, kolokacij in drugih sodobnih večpredstavnostnih vsebin. Ustanovitelj RDC-ja je Vlada Črne gore. Osnovne dejavnosti, navedene v Statutu RDC-ja, vključujejo tudi prenos in oddajanje programa nacionalnega javnega servisa Radio in televizija Črne gore in tudi drugih medijev v Črni gori.

Filmski center na podlagi Zakona o kinematografiji sodeluje s komercialnimi TV-izdajatelji z nacionalno pokritostjo. Glede na Indeks medijske svobode za leto 2022 se je Črna gora znašla na 63. mestu od 180 držav na svetu.

Hrvaška

Pri osveščanju javnosti o pomenu medijske pismenosti s svojimi aktivnostmi in programi sodelujejo: Ministrstvo za kulturo in medije, Ministrstvo za znanost in izobraževanje, Agencija za elektronske medije, Agencija za vzgojo in izobraževanje, Agencija za strokovno izobraževanje in izobraževanje odraslih, izobraževalne ustanove na vseh ravneh znanosti in izobraževanja. Regulativa je določena z Zakonom o elektronskih medijih, Zakonom o elektronskih komunikacijah, Zakonom o Hrvaški radioteleviziji in drugimi akti (v nadaljevanju). Različna združenja prek svojih aktivnosti spodbujajo teme medijske pismenosti.

Agencija za elektronske medije, ki je bila ustanovljena v skladu z določili Zakona o elektronskih medijih, ima najpomembnejšo vlogo. Agencija za elektronske medije pri svojem delovanju aktivno sodeluje z nacionalnimi regulatorji drugih držav in drugimi mednarodnimi organizacijami. Agencija je članica Evropske skupine regulatorjev za avdiovizualne medijske storitve (ERGA), ki jo je leta 2014 ustanovila Evropska komisija. Agencija je aktivna članica Evropskega združenja nacionalnih regulatorjev (European Platform of Regulatory Authorities) od leta 2005, Mediteranske mreže regulatornih organov od leta 2012, Foruma regulatorjev srednje Evrope (CERF) pa od leta 2014.

Portal medijskapismenost.hr – Agencija za elektronske medije in UNICEF sta pobudnika in

ustanovitelja portala medijskapismenost.hr, ki ga upravlja Agencija za elektronske medije. Portal je platforma za promocijo medijske pismenosti in zagotavljanje podpore vsem, ki sodelujejo v medijskem izobraževanju (predvsem otrokom in mladim, pa tudi odraslim). Portal vključuje različno izobraževalno gradivo za poučevanje medijske pismenosti v vrtcih in šolah, primere dobre prakse, nasvete in priporočila za starše in skrbnike, informacije o vplivu različnih vrst medijev in medijskih vsebin ter družbenih omrežij na otroke in mlade, varnosti na spletu, težavi napačnih informacij ter poročila o globalnih medijskih in komunikacijskih trendih ter politikah, povezanih z medijsko pismenostjo, medijskim izobraževanjem, mediji in digitalnimi platformami.

Dnevi medijske pismenosti – glavni cilji večletnega projekta so povečanje osveščenosti o pomenu medijske pismenosti in kritičnega razmišljanja o medijskih vsebinah, ustvarjanje priložnosti za medijsko izobraževanje čim večjega števila civilnih prebivalcev ter podpora učiteljem ter vzgojiteljem z zagotavljanjem izobraževalnega gradiva za razvoj medijske pismenosti. Dnevi medijske pismenosti potekajo v organizaciji Agencije za elektronske medije in predstavništva UNICEF-a na Hrvaškem.

Zakonski akti:

- ▶ Zakon o elektronskih medijih (Uradni list 111/21) – veljaven od 22. 10. 2021
- ▶ Zakon o spremembah in dopolnitvi Zakona o elektronskih medijih (Uradni list št. 114/22), veljaven od 11. oktobra 2022, razen 2. in 3. člena, ki se nanašata na 98. in 98. člen Zakona o elektronskih medijih (Uradni list, št. 111/21), ki začneta veljati z dnem uvedbe evra kot uradne valute v Republiki Hrvaški
- ▶ Zakon o Hrvaški radioteleviziji, UL 137/10
- ▶ Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakona o Hrvaški radioteleviziji, UL 76/12
- ▶ Uredba o spremembi Zakona o Hrvaški radioteleviziji, UL 78/16
- ▶ Zakon o dopolnitvi Zakona o Hrvaški radioteleviziji, UL 46/17
- ▶ Popravek Zakona o dopolnitvi Zakona o Hrvaški radioteleviziji, UL 73/17
- ▶ Zakon o Hrvaški radioteleviziji, UL 137/10, 76/12, 78/16, 46/17, 73/17 – neuradno prečiščeno besedilo
- ▶ Pogodba med Hrvaško radiotelevizijo in Vlado Republike Hrvaške
- ▶ Zakon o medijih, UL 59/04
- ▶ Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakona

o medijih, UL 84/11

- ▶ Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakona o medijih, UL 81/13
- ▶ Zakon o medijih, integrirana različica, UL 59/04,84/11i84/13
- ▶ Zakon o elektronskih komunikacijah (Uradni list, št. 76/22)
- ▶ Zakon o avdiovizualnih dejavnostih (Uradni list, št. 61/18)
- ▶ Zakon o avtorski in sorodnih pravicah (Uradni list, št. 111/21)

Srbija

Na ravni javne politike v Republiki Srbiji je z uvedbo Medijske strategije (2011–2016) v letih 2013 in 2014 pojem medijske pismenosti transponiran v dva zakona o izobraževanju (osnovno izobraževanje in izobraževanje odraslih) ter dva zakona o medijih (Zakon o javnem informiranju in medijih, Zakon o javnih medijskih servisih). Medijska pismenost je označena kot prioriteto področje v vseh nacionalnih dokumentih (kot je nacionalni dokument večletnega načrtovanja), ki jih uporablja donatorska skupnost oziroma mednarodne organizacije, projekti in fondi, ki so izvajali številne programe in projekte v formalnem in neformalnem izobraževanju po vsej Srbiji.

Nova medijska strategija (2020–2025) prav tako vsebuje poglavje, posvečeno medijski in informacijski pismenosti.

Področje javnega obveščanja in medijev urejajo Zakon o javnem obveščanju in medijih (Uradni list RS, št. 83/2014, 58/2015 in 12/16 – originalna razlaga), Zakon o elektronskih medijih (Uradni list RS, št. 83/2014 in 6/2016 – drugi zakon) in Zakon o javnih medijskih servisih (Uradni list RS, št. 83/2014, 103/2015 in 108/2016), ki v celoti prenašajo določila direktive 2010/13 EU o koordinaciji določenih določil, ki jih urejajo zakoni in drugi predpisi v državah članicah o zagotavljanju avdiovizualnih medijskih storitev. Pojem medijske pismenosti je iz navedene direktive prek uskladitve pravnega okvira uveden v Zakon o javnem obveščanju in medijih, katerega 12. točka 13. člena predvideva, da: »Republika, avtonomna pokrajina oziroma enota lokalne samouprave zagotavlja pomoč in podporo v proizvodnji medijskih vsebin s ciljem uresničevanja javnega interesa s spodbujanjem razvoja izobraževanja, vključno z medijsko pismenostjo kot delom izobraževalnega

sistema.« Naprej, zakon v 7. točki 15. člena med drugim predvideva, da je javni interes na področju javnega obveščanja tudi podpiranje, da je medijska pismenost del izobraževalnega sistema. Zakon o javnih medijskih servisih v 7. členu predvideva, da je javni interes, ki ga javni medijski servis uresničuje prek svojih programskih vsebin, razvoj medijske pismenosti prebivalstva (10. točka) in izboljšanje splošnega izobraževanja (13. točka). Z Zakonom o elektronskih medijih je ustanovljen regulativni organ za elektronske medije, ki med drugim izvaja javna pooblastila s ciljem spodbujanja ohranitve, zaščite in razvoja svobode razmišljanja in izražanja, da bi zaščitili interes javnosti na področju elektronskih medijev in zaščite uporabnikov storitev elektronskih medijev. Medijska pismenost je del formalnega izobraževanja od leta 2005.

Bosna in Hercegovina

Ko gre za strateško načrtovanje razvoja medijske pismenosti v Bosni in Hercegovini, je glede na specifično strukturo BiH (dve entiteti, deset kantonov in distrikt Brčko) in številna pristojna ministrstva zelo težko vzpostaviti enotno strategijo razvoja medijske pismenosti. Ministrstvo za civilne zadeve BiH oblikuje smernice za strategijo razvoja medijske in informacijske pismenosti v BiH, za kar je bila imenovana strokovna skupina. Kanton Sarajevo je oblikoval Strategijo medijske in informacijske pismenosti na področju izobraževanja kot eno prvih te vrste v BiH⁵.

Prva knjiga o strateškem pristopu k medijskemu opismenjevanju v BiH je nastala leta 2013⁶, zatem pa so bili objavljeni številni znanstveni članki, knjige in strateška dela. Regulatorni in samoregulatorni organi v Bosni in Hercegovini so izvedli različne raziskave medijske pismenosti ter izobraževalne programe in usposabljanja. Regulatorna agencija za komunikacije je vzpostavila mrežo akterjev za koordinacijo aktivnosti različnih akterjev ter pripravila FB-stran⁷, spletno mesto⁸ in razdelek svojega spletnega mesta⁹, ki se nanaša na medijsko oziroma medijsko in informacijsko pismenost. RAK tesno sodeluje s Svetom Evrope na razvoju strategij medijske pismenosti, vključno s tistimi za preprečevanje širjenja napačnih informacij. Univerza v Sarajevu prav tako razvija strateški pristop k medijski pismenosti v formalnem izobraževanju. Inštitut za družbene raziskave Fakultete za politične vede Univerze v Sarajevu

je strateški partner UNESCO v projektu 'Izgradnja zaupanja v medije v Jugovzhodni Evropi in Turčiji'¹⁰. Poleg razvoja strateškega pristopa k MIP-u v BiH, zagotavljanja usposabljanja za učitelje in knjižničarje v BiH na področju MIP-a, izdajanja knjig¹¹ in vzpostavljanja odprtih izobraževalnih virov (OER) za MIP je Institut razvil hibridni model večkomponentne integracije MIP-a v formalnem izobraževanju v BiH in lobiral, da MIP postane sestavni del formalnega izobraževanja na vseh ravneh v BiH¹².

Agencija za predšolsko, osnovnošolsko in srednješolsko izobraževanje BiH je prek programov e-Twinning in Erasmus+ razvila projekt Medijska pismenost in napačne informacije. Področja, ki jih eTwinning pokriva, vključujejo: digitalno pismenost, digitalne in intelektualne pravice in odgovornosti, digitalno

varnost in varstvo podatkov, digitalno zakonodajo in pravila vedenja, digitalno dostopnost in digitalno komunikacijo. V letu 2021 je Agencija promovirala medijsko pismenost in boj proti napačnim informacijam prek številnih aktivnosti: od možnosti strokovnega izobraževanja do dogodkov mreženja in konferenc, od komunikacijskih kampanj in publikacij do izpostavljenih člankov na njihovem spletnem portalu¹³.

Drugi akterji, predvsem iz civilne družbe, ki predano razvijajo neformalne programe medijske pismenosti, izvajajo raziskave in spodbujajo medijsko pismenost kot sredstvo za boj proti napačnim informacijam, so: Združenje BH novinarji¹⁴, Media Centar Sarajevo¹⁵, Zašto ne (organizacija, ki je tudi lastnik platforme za preverjanje dejstev Raskrinkavanje)¹⁶ in drugi.

Slovenija

PREGLED DELEŽNIKOV S PODROČJA MEDIJSKE PISMENOSTI V SLOVENIJI

Medijska pismenost je v Sloveniji prisotna na vseh področjih formalnega izobraževanja, razen v predšolski vzgoji, kjer je prisotna le v obliki posameznih elementov.

Ključna organizacija je **Ministrstvo za vzgojo in izobraževanje**¹⁷, ki skupaj z drugimi deležniki soustvarja vključujočo, enakopravno, trajnostno naravnano in ustvarjalno družbo vseživljenjskega učenja.

Posamezni javni zavodi v sodelovanju z Ministrstvom sooblikujejo področja formalnega izobraževanja: na nivoju predšolske vzgoje in osnovnošolskega izobraževanja je to **Zavod Republike Slovenije za šolstvo**¹⁸, na nivoju srednješolskega in višješolskega izobraževanja pa **Center RS za poklicno izobraževanje**¹⁹. Osnovnošolsko izobraževanje ponuja izbirni predmet **Vzgoja za medije v 7., 8. in 9. razredu** (Učni načrt²⁰). V srednješolskem izobraževanju izvajamo izobraževalni srednješolski strokovni program **Medijski tehnik**²¹, na naše interesno področje pa bi lahko uvrstili tudi programa Fotografski tehnik in Grafični tehnik. Poleg javnih izobraževalnih zavodov za izobraževanje mladine (vrtci, osnovne in srednje šole, šolski centri) so na področju srednješolskega izobraževanja dejavne tudi ustanove za izobraževanje odraslih – ljudske univerze.

Med programi višješolskega strokovnega izobraževanja izvajamo program **Medijska produkcija**²². Izvajajo ga Inštitut in akademija za multimedije²³, Academia, d. o. o.²⁴, Šolski center Srečka Kosovela Sežana²⁵, GEA College, d. d.²⁶, B2, d. o. o.²⁷, Višja strokovna šola Erudio²⁸, Ekonomska šola Novo mesto, višja strokovna šola²⁹.

Visokošolsko izobraževanje (dodiplomski, magistrski, doktorski študij) je vsebinsko in izvajalsko še bolj razgibano. Različne fakultete nudijo različne študijske programe, ki se bolj ali manj navezujejo na medijsko pismenost in jih na tem mestu zaradi omejenega prostora ne moremo navajati. Tako omenjamo le nekaj programov in institucij, ki jih izvajajo. Mediji in novinarstvo, Fakulteta za medije; Multimedijska produkcija, IAM Visoka šola za multimedije; Digitalne umetnosti in prakse, Visoka šola za umetnost; Multimedijske komunikacije, Fakulteta za elektrotehniko; Medijski študiji, Fakulteta za humanistične študije Koper; Komunikologija – Medijske in komunikacijske študije, Fakulteta za družbene vede. Med programi magistrskega študija izpostavljam: Mediji in novinarstvo, Strateško komuniciranje, Fakulteta za uporabne družbene študije Nova Gorica; Medijske komunikacije, Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko; Medijske umetnosti in prakse, Visoka šola za umetnost; Mediji in komuniciranje, Fakulteta za humanistične študije Koper; Komunikologija, Novinarske študije, Odnosi z javnostmi, Fakulteta za družbene vede. Med programi doktorskega študija izpostavljam: Strateško komuniciranje, Fakulteta za uporabne družbene študije Nova Gorica; Medijske komunikacije, Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko; Medijski študiji, Novinarske študije, Komunikologija, Odnosi z javnostmi, Fakulteta za družbene vede.

Kot ključna ustanova za sodelovanje se kaže **Fakulteta za medije**³⁰ ter **prof. dr. Mateja Rek**, nosilka **projekta medijske pismenosti** ter spletnega portala <http://pismenost.si/>, od koder smo črpali zapisane informacije.

Povzeto po: <https://pismenost.si/mp-v-formalnem-izobrazevanju/>.

⁴ <https://www.gov.me/dokumenta/2a987142-3ece-47e5-9ef2-dc44d22d86cf>

⁵ <https://vlada.ks.gov.ba/aktuelnosti/novosti/ministrica-nikolic-strategija-medijske-i>

⁶ <https://www.media.ba/bs/magazin-medijska-politika-regulativa/lea-tajic-pred-nama-je-jos-dug-put>

⁷ <https://www.facebook.com/mipismenostbih>

⁸ <https://medijskapismenost.ba/>

⁹ <https://rak.ba/hr/brdcst-media-literacy>

¹⁰ <https://fpn.unsa.ba/b/medijska-i-informacijska-pismenost/>

¹¹ <https://fpn.unsa.ba/b/medijska-i-informacijska-pismenost/>

¹² *Več o hibridnem modelu lahko najdete v publikaciji Vajzović et al. (2021). Medijska i informacijska pismenost: dizajn učenja za digitalno dobo. Sarajevo: FPN. Dostopno na:* https://fpn.unsa.ba/b/wp-content/uploads/2021/04/MEDIJSKA-I-INFORMACIJSKA-PISMENOST-DIZA-JN-UCENJA-ZA-DIGITALNO-DOBA_e-izdanje-1.pdf

¹³ <https://aposo.gov.ba/hr/etwinningova-tema-za-godinu-2021-medijska-pismenost-i-dezinformacije/>

¹⁴ <http://www.bhnovinarji.ba>

¹⁵ <http://www.media.ba>

¹⁶ <https://medijskapismenost.raskrinkavanje.ba/>

¹⁷ <https://www.gov.si/drzavni-organi/ministrstva/ministrstvo-za-vzgojo-in-izobrazevanje/>

¹⁸ <https://www.zrss.si/>

¹⁹ <https://cpi.si/>

²⁰ http://mizs.arhivspletisc.gov.si/fileadmin/mizs.gov.si/pageuploads/podrocje/os/devetletka/predmeti_izbirni/Vzgoja_za_medije_izbirni.pdf

²¹ http://eportal.mss.edus.si/msswww/programi2020/programi/Ssi/medijski_tehnik-2020/spl-del.htm

²² https://cpi.si/wp-content/uploads/2020/08/VSP_Medijska_produkcija_AB_2009.pdf

²³ <http://www.iam.si/medijska-produkcija>

²⁴ <https://www.academia.si/>

²⁵ <https://scsks.splet.arnes.si/>

²⁶ <http://gea-college.si/>

²⁷ <http://www.b2.eu>

²⁸ <http://www.erudio.si>

²⁹ <http://www.esnm-visja.si/>

³⁰ www.fame.si

PREGLED ZAKONODAJE NA PODROČJU MEDIJEV V SLOVENIJI

Pomembni zakoni s področja medijev

- ▶ Zakon o medijih
- ▶ Zakon o elektronskih komunikacijah
- ▶ Zakon o avtorski in sorodnih pravicah
- ▶ Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah
- ▶ Zakon o Radioteleviziji Slovenija
- ▶ Zakon o slovenski tiskovni agenciji

EU-PREDPISI

- ▶ Pravni akt Evropske unije, ki določa smernice za področje elektronskih komunikacij, storitev informacijske družbe in avdiovizualne politike, je del pogajalskega poglavja 10 – Informacijska družba in mediji.
- ▶ Komunikacija Komisije iz leta 2007 »Evropski pristop k medijski pismenosti v digitalnem okolju«³¹.
- ▶ Priporočilo Komisije iz leta 2009 o »Medijski pismenosti v digitalnem okolju za konkurenčnejšo avdiovizualno industrijo in industrijo vsebin ter vključujočo družbo znanja«³².
- ▶ Svet Evropske unije (2008) »Sklepi o evropskem pristopu k medijski pismenosti v digitalnem okolju«³³.
- ▶ 2009 Svet »Sklepi o medijski pismenosti v digitalnem okolju«³⁴.
- ▶ Evropski parlament 2008 »Poročilo o medijski pismenosti v digitalnem svetu«³⁵.
- ▶ Mnenje Komiteja regij o medijski pismenosti in ustvarjalnih vsebinah na spletu (2008)³⁶.
- ▶ Direktiva EU o avdiovizualnih medijskih storitvah (AVMS Directive (EU) 2018/1808).
- ▶ Svet Evrope uporablja Smernice za medijsko in informacijsko pismenost, ki so vključene v številne instrumente za določitev standardov organizacije, zato so relevantna vsa priporočila in sklepi Sveta Evrope, ki se nanašajo na medije in informacijsko družbo in so usklajeni z nacionalnimi predpisi.
- ▶ Priporočilo CM/Rec(2018)11 Odbora ministrov državam članicam o pluralnosti medijev in preglednosti lastništva medijev³⁷.
- ▶ Priporočila in deklaracije Odbora ministrov Sveta Evrope na področju medijev in informacijske družbe (2016)³⁸.

DRUGI PREDPISI

- ▶ UNESCOVI globalni standardi za smernice za kurikule za medijsko in informacijsko pismenost (Global Standards for Media and Information Literacy Curricula Guidelines 2021).
- ▶ Druga izdaja UNESCOVEGA kurikuluma za medijsko pismenost za učitelje in izobraževalce 2021.

INSTITUCIJE, KI UREJAJO MEDIJSKI PROSTOR

Agencija za pošto, elektronske komunikacije in železniški promet Republike Slovenije

Neodvisni regulativni organ, ki opravlja naloge po Zakonu o elektronskih komunikacijah in ureja druga vprašanja, povezana z elektronskimi komunikacijami.

Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije

Je neodvisni organ, ki ureja in nadzira trg elektronskih komunikacij, upravlja in nadzira radiofrekvenčni spekter v Sloveniji, opravlja naloge na področju radijskih in televizijskih dejavnosti, ureja in nadzira trg poštnih storitev in storitev železniškega prometa v Sloveniji.

Zavod IPF

Edina kolektivna organizacija v Sloveniji, ki deluje na področju zaščite sorodnih pravic izvajalcev in proizvajalcev fonogramov.

ZAMP

Združenje avtorjev Slovenije je kolektivna organizacija, ki v skladu z Zakonom o avtorski in sorodnih pravicah kolektivno varuje in upravlja pravice avtorjev in del s področja književnosti, znanosti in publicistike in njihovih prevodov.

Javni mediji

Javni mediji imajo zelo pomembno vlogo. Vsem državljanom in državljanke morajo pod enakimi pogoji zagotoviti kakovostne informativne, izobraževalne in zabavne vsebine. Javni mediji so v vseh evropskih državah prepoznani kot javna dobrina, ki jo je treba sistemsko financirati ter tako poskrbeti za njeno finančno in uredniško avtonomijo. Javna medija v Sloveniji sta javna radiotelevizija (**RTV**) in nacionalna tiskovna agencija (**STA**). Njuna dolžnost je vsem državljanom in državljanke pod enakimi pogoji zagotoviti kakovostne informativne,



izobraževalne in zabavne vsebine.

V nasprotju s komercialnimi mediji morajo delovati v javnem interesu ter ponujati tudi vsebine, ki niso tržno zanimive in jih ni mogoče financirati z oglasi: pripravljati izobraževalne, kulturne, verske in otroške programe, poskrbeti za manjšine ter vzdrževati domačo in tujo dopisniško mrežo. Javni mediji so zato v vseh evropskih državah prepoznani kot javna dobrina, ki jo je treba sistemsko (javno) financirati ter tako poskrbeti za njeno finančno in uredniško avtonomijo.

Strategija razvoja Slovenije

Vlada RS je na svoji 159. redni seji 7. decembra 2017 sprejela Strategijo razvoja Slovenije 2030. Ta narekuje izdelavo Nacionalnega programa za kulturo, ki vsebuje tudi Strategijo razvoja medijev, ki je zaenkrat veljavna do leta 2024³⁹.

Nacionalni program za kulturo

Resolucijo o Nacionalnem programu za kulturo 2022–2029 (ReNPK 22–29) pripravlja Ministrstvo za kulturo in v njegovem okviru pripravlja Strategijo razvoja medijev.

STRATEGIJA RAZVOJA MEDIJEV V REPUBLIKI SLOVENIJI DO LETA 2024

Na podlagi **Nacionalnega programa za kulturo**, analize stanja ter rezultatov javnih razprav Ministrstvo za kulturo s to strategijo postavlja pogoje za doseg naslednjih ciljev: na osnovi opredelitve javnega interesa v zvezi z medijskimi vsebinami in vlogo medijev, pomembnih za slovensko okolje in družbo, ter nove definicije medija, ki je tehnološko nevtralna in bo dokončno določena z zakonom:

1. vzpostaviti sistem, ki bo omogočal in dajal prednost samoregulaciji medijev, njihovi neodvisnosti in raziskovalnemu novinarstvu;
2. vzpostaviti sistem za striktno spoštovanje intelektualne lastnine (predvsem avtorske in sorodnih pravic) v medijih;



3. vsem prebivalcem v Republiki Sloveniji omogočiti enakomerno in enakopravno zastopanje njihovih območij v medijih, in sicer tako z vidika medijskega pokrivanja teh območij kakor tudi sprejemanja informacij s teh območij;
4. z namenom zaščite slovenskega jezika zagotoviti predvajanje slovenskih (zaradi zahtev EU tudi evropskih) avdiovizualnih del;
5. izboljšati socialni status novinarjev;
6. uveljaviti spoštovanje in udejanjanje visokih novinarskih standardov;
7. zagotoviti sistem za transparentno, pregledno in odgovorno lastništvo lastnikov medijev;
8. ustvariti sistem in okolje za konstantno medijsko opismenjevanje in vzgojo, z namenom kritičnega razumevanja in sprejemanja medijskih vsebin;
9. zagotavljati in spodbujati deficitarne, kulturne in ustvarjalne vsebine v medijih;
10. uvesti nove poslovne modele za medije, predvsem tiskane – zagotoviti pogoje za obstoj teh medijev;

11. odpraviti anomalije v oglaševanju, in sicer s čim manjšimi posegi v to področje;
12. uvesti možnost tematskih kanalov.

RTV Slovenija:

1. zagotoviti depolitizacijo programskega sveta RTV Slovenija in preprečiti vplivanje politike, gospodarstva in oglaševanja na programske vsebine;
2. javnemu zavodu omogočiti še dodaten dvig kakovosti podajanja informacij in kulturnih programov;
3. javni zavod narediti učinkovitejši, kakovostnejši in prijaznejši do njegovih uporabnikov;
4. omogočiti sodelovanje med RTV in regionalnimi/lokalnimi mediji
5. zagotoviti transparentnost poslovanja in omogočiti dolgoročno načrtovanje;
6. prilagoditi plačevanje RTV-prispevka glede na razvoj tehnologije.

³¹<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52007DC0833>

³²<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:32009H0625>

³³<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1441807502619&uri=CELEX:52008XG0606%2801%29>

³⁴<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52009XG1211%2803%29&rid=1>

³⁵https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-6-2008-0461_EN.html?redirect

³⁶<https://cor.europa.eu/Pages/PageNotFoundError.aspx?requestUrl=https://cor.europa.eu/en/archived/documents/7c93d8df-f21e-4b62-8e0e-923b2378e8b0.pdf>

³⁷<https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680790e13>

³⁸<https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680645b44>

³⁹https://www.gov.si/assets/vladne-sluzbe/SVRK/Strategija-razvoja-Slovenije-2030/Strategija_razvoja_Slovenije_2030.pdf



