

deliti njeno "epohalno bistvo". To je mogoče storiti preko utopičnih napovedi mislecev 19. stoletja in tega, kar je v teh napovedih primerljivo s stanjem, ki je v današnjem svetu. Ti "napovedovalci prihodnosti" so bili poleg ostalih tudi Comte, Marx in Nietzsche. Ideje 19. stoletja so bile preko vodilnih mislecev prenesene v 20. stoletje in izrečena je bila sodba o končnosti umetnosti, filozofije, religije, države, zakona, denarja. In ravno ta končnost daje človeku in obdobju postmoderne poseben značaj, in sicer v tem, da je tako blizu in tako resnična, kar pričajo groznje ekoloških, jedrskih, bolezenskih katastrof.

V drugi razpravi z naslovom "Konec modernizma" gre za razvoj že postavljene teze o postmoderni kot koncu modernizma in za predstavitev tega preko literarnih del značilnih za to obdobje. Analiza tega, katera literarna dela naj bi spadala v modernizem in kakšne so njihove formalne in vsebinske lastnosti, naj bi privedla do bistva modernizma in s tem do ločevanja in primerjanja med "staro" in "prihajajočo" epoho, ki je znotraj evropskega in ameriškega okvirja postavljena v zadnja desetletja iztekajočega se 20. stoletja. Avtorjeva glavna teza tega razdelka je ta, da je potrebno potegniti ločnico ne zgolj na formalno-stilni ravni, temveč tudi na duhovno-zgodovinski ravni, kar pomeni opazovati odnos obdobja do vprašanj resnice, resničnosti, transcendence, subjekta...

Refleksiji o izteku modernizma sledi razmislek o slovenski literaturi po modernizmu z istoimenskim naslovom. Razprava sledi vprašanju o tem, ali naj se z literaturo "po modernizmu", ki je začela nastajati okoli leta 1980, razume novo obdobje literarnega razvoja, kar je že postavljeno vprašanje znotraj celotne knjige, le v literarnem kontekstu na območju slovenskega prostora.

Poleg razprave o postmoderni na konkretnem področju literarne umetnosti odpira avtor problematiko te dobe na področje celotne umetnosti in estetike. Glavna teza razprave naslovljena "Umetnost in estetsko v postmoderni dobi", se glasi kot spoznanje, "da umetnost in estetsko nista eno in isto". (161) To naj bi pomenilo, da estetika kot filozofija umetnosti ne more zajeti pojma umetnosti in umetniškosti, ker je pojem "estetsko

lepega" omejen na čutno lepe predmete, sama estetika pa na znanost o čutno lepem oz. grdem. Iz te opredelitve izhaja avtorjev poudarek, da umetniškost ni isto kot "estetskost" zaradi tega, ker je "umetniškost sled absolutne transcendence" (204), kar pomeni, da nadvladuje čutno lepoto; je nekaj, kar ni nič bivajočega in jo je mogoče povezati s Heideggerjevim pojmom Biti, samo prisotnostjo vsega bivajočega.

Glavno tezo vsebine predstavljata osrednji poglavji o koncu modernizma in slovenski literaturi po modernizmu, o čemer priča tudi delovanje avtorja, ki je od leta 1970 profesor na Oddelku za primerjalno književnost in literarno teorijo ljubljanske Filozofske fakultete. Ob tem predstavlja prvi spis nekakšen uvod, splošno pojasnilo k vprašanju, ki se avtorju zastavljajo v zvezi z določitvijo pojma postmoderne. Zadnji del knjige pa nastopa kot razširitev teme na celotno umetniško področje. Tako je krog posamičnih razprav sklenjen.

Mislim, da je delo primerno za tiste, ki vstopajo v problematiko postmodernizma in postmoderne dobe, pa čeprav preko literarne umetnosti. Avtor daje velik poudarek temu, da je potrebno literarne stvaritve pri razvrščanju v različne "-izme" opazovati predvsem iz duhovno-zgodovinskega stališča, ki obsega celotno kulturno in družbeno življenje človeka, saj je tako literarna kot ostala umetnost odraz globljega temelja sveta, v katerem nastane umetniško delo.

Zala VOLČIČ

Medijska vzgoja

Manca Košir (ur.)

Otrok in mediji

Zveza prijateljev mladine Slovenije, Ljubljana, 135 strani

Nedavno tega smo dobili prvo strokovno literaturo s področja medijske pismenosti. Zbornik *Otrok in mediji* je uredila dr. Manca Košir, s svojimi prispevki pa sodeluje veliko uglednih tujih in domačih strokovnjakov. Medijska pismenost je zelo aktualno pod-

ročje in zato bomo v uvodu nanizali, kako različne države izvajajo ta predmet.

Kljub temeljnim letošnjim premislekom o prenovljeni zgradbi celotnega predmetnika osnovne in srednje šole, na slovenskem uradu za šolstvo konkretnih pobud za uvedbo *predmeta medijska vzgoja* še nimajo. Sicer so seznanjeni z različnimi neformalnimi pobudami in zamislimi v zvezi z medijsko vzgojo, ki so bile predstavljene na različnih posvetih in seminarjih, vendar bodo o uvedbi novih predmetov odločale novo ustanovljene pristojne kurikularne komisije.

Predmet medijska vzgoja, ki ga izvajajo v vseh zahodnih evropskih državah, ni nikakršno gibanje, ki bi bilo usmerjeno predvsem v definiranje otrokovega okusa in zaščito proti vsem tistim vsebinam, ki so po učiteljevem mnenju najslabši izdelek medijev. Torej učitelj ni nikaršen čuvaj višjih kulturnih vrednot. Medijska vzgoja tudi ni oblika moralnega protekcionizma, kjer naj bi učitelji zaščitili otroke pred negativnimi vplivi nasilja, spolnosti ali zlorabe v medijih. Temeljni cilj tega predmeta je naučiti mladostnike medijske pismenosti kot del splošne pismenosti. Kot se učimo brati in pisati, bi se morali npr. učiti, kako gledati televizijo.

Večina evropskih držav izvaja program vzgoje za medije kot del splošnega izobraževalnega programa v osnovnih in srednjih šolah. Skandinavske države imajo specifično prirejen program vzgoje za medije kot del splošnega izobraževalnega programa v osnovnih in srednjih šolah. Skandinavske države imajo specifično prirejen program vzgoje za medije tudi za otroke v vrtcih. Glede na izkušnje, ki že obstajajo v izvajanju teh programov v različnih nacionalnih okoljih, lahko govorimo o štirih prevladujočih modelih. Prvi model je vzgoja za medije kot samostojni predmet. Drugi model je vzgoja za medije kot del že obstoječih predmetov, ponavadi znotraj jezika ali sociologije. Tretji je vzgoja za medije kot vsebinska podlaga, ki je vpeta v celoten pouk. Praktično ga izvajajo s pomočjo predmetnega koordinatorja, ki usklajuje posamezne tematske sklope v vseh predmetih. Četrti pa je vzgoja za medije, ki se poučuje interdisciplinarno v integriranem pouku. Ta model se

največkrat uporablja v osnovnošolskih programih.

Razlogov za uvažanje predmeta medijska vzgoja je veliko. Pedagogi iz Velike Britanije poudarjajo predvsem visoko raven medijske produkcije, popolno medijsko zasičenost sodobnih družb, velik ideološki vpliv medijev, porast pomena informacije, prevlado vizualne komunikacije in informacije na vseh področjih, pomembnost izobraževanja mladih ljudi na izzive prihodnosti ter nacionalni in internacionalni pritiski na privatizacijo informacij. Medijski izdelki so primarni vir informacij, preko katerih mladostniki črpajo informacije. Že v sredini 70-ih let so različne raziskave kazale, da so otroci, stari od 5 do 14 let, preživeli kar 44 odstotkov več svojega časa pred televizijo kot v šoli. Današnji mladostnik definira svoje domače okolje skupaj z mediji, posebej televizijo, zelo hitro se prilagaja novim tehnologijam in se jih ne boji uporabljati.

Vzgoja za medije ima tudi mnogo lastnih pedagoških zakonitosti. Ena izmed njih je ta, da se mladostniki naučijo ločiti fikcije od realnosti. Tako npr. v Veliki Britaniji učitelj že prvo uro učence seznani s posnetkom konja v naravi na televizijskem ekranu. Ko učitelj vpraša učence, kaj je to, je odgovor otrok seveda konj. Šele kasneje so učenci sposobni doumeti razliko med televizijskim aparatom in konjevo televizijsko reprezentacijo.

* * *

Kakorkoli, zbornik *Otrok in mediji* je prva tovrstna strokovna literatura pri nas. Že zato je prav, da ga posebej predstavimo. Sestavljen je iz različnih tematskih sklopov. V prvem sklopu z naslovom *Medijska vzgoja* Koširjeva poudarja pomen medijske vzgoje v času množičnih občil. *Renee Hobbs*, direktorica harvardskega Inštituta za medijsko izobraževanje, pa v prispevku z naslovom *Učenje medijske pismenosti* poudarja, da je osrednji koncept medijskega opismenjevanja razumevanje, kako mediji oblikujejo naše predstave o svetu in sebi. Razpravljanje o medijskih sporočilih mora skrbno preučevati ekonomski in politični kontekst, v katerem so ustvarjeni filmi, televizijske oddaje, časopisi... Medijska industrija namreč

prodaja svoje občinstvo oglaševalcem, kar bistveno določa njene programe.

Najobsežnejše poglavje nosi naslov *Otroci in televizija*. Breda Luthar zavrača zdravorazumske domneve o negativnem vplivu medijev na otroke. Trdi, da je televizija kot sestavni del multimedijske družbe res spremenila naravo otroštva, toda v razpravi o posledicah multimedijske družbe bi bilo potrebno pogosto preveč pesimistične, poenostavljajoče in pokroviteljske predpostavke o vplivu medijev na otroke in mladino dopolniti s pregledom večdesetletne tradicije raziskovanja medijskega vpliva (str.27). Nadalje trdi, da medijska realnost vpliva na naravnost in obnašanje v realnem svetu samo v primeru, ko so medijske informacije edine informacije in predstavljajo človekovo edino izkustvo o ljudeh, okolju, zadevi. Če torej posameznik nima nobene zaloge informacij iz osebno-realnega področja, bo njegovo percepcijo določala medijska realnost (str.33). Sandra Bašić-Hrvatini se ukvarja s problemom nasilja na televiziji in sprašuje, ali lahko televizija nauči otroke tudi abecedo nasilja, kot lahko nauči otroke branja z oddajami (npr. "Sesame street"). Opozori, da večina nasilnih prizorov na televiziji sodi v zabavni program. Na prvem mestu po številu nasilnih prizorov so napovedi televizijskih nadaljevanj, potem filmi, oglaševanje za igrače, glasbeni video posnetki in šele na sedmem mestu novice v informativnem programu (str. 37). Bašićeva nadalje trdi, da naj bi bili otroci tista družbena skupina, ki je posebej občutljiva za nasilje v medijih. Dejstvo je, da živimo v zelo nasilnem svetu. V čem pa je nasilje v medijih tako zastrašujoče, da je treba otroke ščititi pred njegovimi vplivi? (str. 42) Na Univerzi v Celovcu v okviru Inštituta za predavateljsko tehnologijo in medijsko pedagogiko deluje znana avstrijska skupina za medijsko izobraževanje, ki je leta 1991 izdala zbornik za učitelje in medijske vzgojitelje. Iz njega so prevedli in priredili tri prispevke v zborniku (Hipfl, Boeckmann, Stotz). Brigitte Hipfl sprašuje, ali je televizija res vzrok za agresivnost otrok. Naniza vrsto hipotez o nasilju na televiziji in zavrne domnevo, da je rastoča stopnja kriminalitete, ki jo opažamo v današnji družbi, posledica nasilja na tele-

viziji. Klaus Boeckmann pa raziskuje odnos med branjem in gledanjem televizije. Prihod elektronskih medijev v luči družbene komunikacije ne pomeni substitucije, ampak razširitev sistema, ne pomeni izgube, temveč obogatitev. Še posebno ne-bralci, ki so obstajali že prej, imajo zdaj možnost, da prek elektronskih medijev vendarle sodelujejo pri množični komunikaciji. Milton Chen sklene drugo poglavje s šestimi miti o televiziji in otrocih. Učiteljem priporoča, naj se zgledujejo po njenem privlačnem jeziku in si zgradijo učenje na dejstvu, da imajo otroci televizijo radi.

V poglavju *Otroci in oglaševanje* s svojim prispevkom Potrošniški otroci sodelujeta Ulrich in Wolfram Eicke. Trdita, da so ravno otroci tista ciljna skupina, ki je najbolj izpostavljena oglaševalcem. Reklame učijo, da je pomembno imeti, posedovati, kar pomeni biti. Ines Drame pa nadalje zagovarja prijazno in privlačno pot do otrokove kritične presoje oglaševalskih vsebin. Za učenje gledanja televizije, kar je že del vzgoje za medije, pa so lahko dobro izhodišče prav reklame s svojo vsečnostjo za otroke – so kratke, jedrnat, narejene v različnih oblikah, imajo zgodbe, scenarije... (str. 78).

Pri vseh pohvalah, ki jih zbornik zasluži, pa ob predstavitvi poglavja *Otroci in glasba* dodajamo še majhno zamero. Zdi se namreč, da se poglavje ne sklada najbolj z vsebinskim konceptom zbornika. Hartmut Heuermann in Matthias Kuzina v dveh prispevkih poudarjata "grozljivosti satanskega napeva" in "poseganje po mamilih ob glasbi heavy metala, rocka, countryja, popa in rapa." Gre za zelo pavšalne obsodbe pop in rock glasbe, ki ne prenesejo resne kritike.

V tematskem sklopu *Otroci in medijske aktivnosti* Gunther Stotz zagovarja tezo o pozorni, aktivni in ustvarjalni uporabi medijev pri predmetu medijska vzgoja. Na vsak način bi morala medijska pedagogika narediti vse, da bi prebila pasivnost medijske potrošnje.

Na koncu zbornika sledi skrajšan povzetek javne razprave iz Cankarjevega doma, ki je prav gotovo pokazala na nujno uvajanje predmeta medijska vzgoja in s tem naučiti mladostnike medijske pismenosti kot dela splošne pismenosti.