

III.5

Etika v ustvarjanju medijskih vsebin za otroke in mlade

Martina Peštaj

Povzetek

Otroci so z razvojem vedno bolj usposobljeni za razumevanje in dejavno uporabo medijev. Osnovne spretnosti pridobijo v otroštvu, v mladostništvu in odraslosti pa se te razvijejo v napredno medijsko kompetentnost, ki omogoča poglobljeno razumevanje medijskih sporočil in kritično soočanje z njimi. Kljub upadu zanimanja za tradicionalno gledanje televizije ustvarjalci televizijskih vsebin vseeno premišljeno in predano ustvarjajo kakovostne vsebine, ki jih lahko otroci in mladi spremljajo na linearni televiziji, še pogosteje pa na digitalnih platformah. V Sloveniji obstaja veliko ponudnikov medijskih vsebin, najpomembnejšo vlogo pri tem pa ima zagotovo edini javni medijski servis, Radiotelevizija Slovenija. Osrednja javna medijska in kulturna ustanova pri nas ustvarja ter predvaja vsebine za različne generacije občinstva, posebno odgovornost pa ima do otrok, ki jim zagotavlja širok izbor programskih vsebin ter jih ščiti pred programskimi vsebinami, ki bi lahko škodovala njihovem razvoju. V uredništvu otroških in mladinskih oddaj ob ustvarjalskem delu skrbimo tudi za upoštevanje Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah, Splošnega akta

Peštaj, M. (2023). Etika v ustvarjanju medijskih vsebin za otroke in mlade. V V. Poštuvan in M. Čerče (ur.), *Psiholog v dilemi: etične vsebine in etična zavest v praksi* (str. 503–519). Založba Univerze na Primorskem. <https://doi.org/10.26493/978-961-293-275-6.503-519>

o zaščiti otrok v avdiovizualnih medijskih storitvah, *Smernic za poročanje o otrocih* ter internih *Smernic za zaščito otrok v programih RTV Slovenija* in *Kodeksa dela v programih za otroke in mlade* v uredništvu otroških in mladinskih oddaj. Pri svojem vsakodnevnem delu se srečujemo z mnogimi etičnimi dilemami, ki jih obravnavamo v pričujočem prispevku.

Ključne besede: etika v ustvarjanju medijskih vsebin, digitalni mediji za otroke in mlade, medijske kompetence, medijska psihologija, kodeksi in smernice dela v programih RTV Slovenija

Uvod

V zadnjem desetletju smo priča nepredstavljenemu napredku digitalnih medijev. Postali so osrednja točka družinske interakcije in imajo ključno vlogo v procesu socializacije otrok. Izsledki raziskav kažejo, da začnejo otroci medije spremljati že kot dojenčki, malčki pa so že redni in zvesti gledalci. Z razvojem so vedno bolj usposobljeni za razumevanje in uporabo medijev, razlike v dojemanju medijskih vsebin pa so v veliki meri pogojene z velikimi spremembami v spoznavnem, čustvenem in socialnem razvoju v obdobju otroštva. Če želimo razumeti pomen medijev za razvoj in učenje otrok, moramo poznati njihove gledalne navade.

Današnja generacija otrok je rojena v okolje, kjer je uporaba elektronskih naprav sestavni del vsakodnevnega življenja. Otroci odraščajo s pametnimi telefoni in tabličnimi računalniki, zanimanje za tradicionalno gledanje televizije upada. Ustvarjalci televizijskih vsebin vseeno premišljeno in predano ustvarjajo kakovostne vsebine, ki jih lahko otroci in mladi spremljajo na linearni televiziji, še pogostejše pa na digitalnih platformah.

Da lahko govorimo o uporabi medija, mora sprejemnik medijski dražljaj razumeti kot ponudbo za komunikacijo (Charlton, 2004). Medijsko sprejemanje ni le odziv na fizični dražljaj, temveč je del družbenega dogajanja, saj sprejemnik s tem dovoli, da mu nekdo drug nekaj pove oz. pokaže.

Prve korake v svet medijev otrok naredi v spremstvu odraslih, če ne drugače, v obliki skupnega gledanja televizije ali spletnih vsebin (Charlton, 2004). Starši spremljajo otrokov razvoj in mu ponudijo vsebine, ki jih bo lahko z malo njihove pomoči razumel in sprejel. Tako spodbujajo otrokov razvoj, saj je otrok v interakciji s kompetentnejšo osebo sposoben delovati na višji ravni, kot deluje sam. Zato so odrasli ključni pri

vzpodbujanju in usmerjanju otrokove medijske kompetentnosti. Na otrokovo ravnanje z mediji bodo odločilno vplivali družinsko spremljanje medijev in pogovori o njih. Otroke je treba uporabe medijev naučiti, zato je nujno, da jih v zgodnjem otroštvu spremljajo skupaj s starši.

Medijska kompetentnost, ki jo imenujejo tudi medijska pismenost, je vzgojni in izobraževalni cilj, eden najpomembnejših v sedANJI in prihodnji medijski družbi. Strokovnjaki jo vidijo kot način, kako v največji možni meri izkoristiti medije in obenem čim bolj zmanjšati njihove neugodne vplive. Pojem medijska kompetentnost torej pomeni vidik kritičnega mišljenja, ki zajema dekodiranje, analizo, ocenjevanje in izdelavo medijskih sporočil (Lemish, 2003).

Otroci so z razvojem vedno bolj usposobljeni za razumevanje in dejavno uporabo medijev. Osnovne spretnosti otrok pridobi v otroštvu, v mladostništvu in odraslosti pa se te razvijejo v napredno medijsko kompetentnost, ki omogoča poglobljeno razumevanje medijskih sporočil in kritično soočanje z njimi. Strokovnjaki jo vidijo kot proces, ki se razvija vse življenje in ni omejen samo na miselne sposobnosti, temveč vključuje tudi socialne spretnosti, ki določajo posameznikovo vsakdanje življenje. Medijska kompetentnost v središče postavlja gledalca: potrebe, interpretacijo, zadovoljstvo in socialni kontekst, ki obdaja televizijski svet (Lemish, 2003).

K osnovnim spretnostim medijske kompetentnosti še posebej sodi razumevanje medijskega simbolnega sistema. Razumeti simbolno organiziranost različnih otroških medijev je za otroke, ki živijo v izrazito medijski družbi, ena najpomembnejših z mediji povezanih razvojnih nalog (Nieding in Ohler, 2006).

Razlike, ki se pri otrocih pojavljajo v rokovanju z mediji, nastajajo zaradi razlik v spoznavnem razvoju otrok in talentu, odvisne so od poprejšnjih izkušenj z medijem, vpliva sorojencev in od splošne radovednosti ter zanimanja za medij (Lemish, 2003). Za razvoj medijske pismenosti so ključnega pomena tudi pogovori med otroki in starši. Otroci zelo hitro ponotranjijo mnenja in sodbe staršev o medijih in kmalu dobijo občutek za socialni kontekst, v katerem z medijem rokujejo starši.

Ko otrok premore osnovno znanje o značilnostih medija, si z lastnim odkrivanjem in preizkušanjem oblikuje dodatno razumevanje medijske ponudbe. Tako se otroci učijo ravnati z mediji na dva načina: na eni strani jim izkušeni odrasti predstavljajo model, na drugi strani pa z lastnimi

izkušnjami z medijem in razvojem miselnih struktur postopno gradijo svoje znanje o mediju.

Osrednji del

Razvojni vidik spoznavanja, razumevanja, sprejemanja in odzivanja na medijske vsebine oz. razvoj medijskih kompetenc je pomembno odvisen tudi od samega vira nastajanja medijskih vsebin, in temu namenjamo pričujoči prispevek.

V Sloveniji obstaja veliko ponudnikov medijskih vsebin, najpomembnejšo vlogo pri tem pa ima zagotovo edini javni medijski servis, Radiotelevizija Slovenija. RTV Slovenija kot osrednja javna medijska in kulturna ustanova v Republiki Sloveniji ustvarja in predvaja vsebine za različne generacije občinstva. Posebno odgovornost ima do otrok, ki jim zagotavlja širok izbor programskih vsebin ter jih ščiti pred programskimi vsebinami, ki bi lahko škodovala njihovem razvoju.

Televizija Slovenija pripravlja, oddaja in arhivira vsebine za nacionalne ter regionalne programe, zagotavlja kakovostne in verodostojne vsebine za raznoliko občinstvo, kjer med drugim skrbi za raznovrsten program za otroke in mladostnike. V uredništvu otroških in mladinskih oddaj skrbijo za oblikovanje ter nastanek avtorskih oddaj in projektov ter za izbiro, nakup in sinhronizacijo tujih risank, igranih serij ter dokumentarnih oddaj. V uredništvu deluje ustvarjalska ekipa, ki je sestavljena iz urednic oddaj, redaktorice in novinark, redno pa sodelujemo tudi s slovenskimi gledališkimi režiserji in igralci (voditelji in igralci v otroških oddajah, sinhronizacija risank), z otroki (voditelji in igralci v otroških oddajah) ter s strokovnjaki z različnih področij. Uredništvo trenutno vodi medijska psihologinja.

Medijski psiholog

Za delo v uredništvu otroških in mladinskih oddaj se formalno ne pričakuje psihološkega predznanja. Da uredništvo trenutno vodi psihologinja, je splet okoliščin in ne načrtnega kadrovanja. Izkušnje pa kažejo, da so psihološka znanja ključnega pomena na vseh stopnjah dela za otroke in mlade ter z njimi pri ustvarjanju medijskih vsebin. Definicija starostne skupine gledalcev in njihove razvojnopsihološke značilnosti v povezavi z elementi medijskega ustvarjanja so osnova pri oblikovanju novih konceptov oddaj ter kasnejši produkciji oddaje. Izbira otrok in mladih, ki sodelujejo v oddajah, in aktivno delo z njimi zahtevata poznavanje razvojne

in pedagoške psihologije. Kriteriji izbora kakovostnih risank, dokumentarnih oddaj in igranih serij prav tako temeljijo na psiholoških značilnostih posameznih starostnih skupin gledalcev. Vodenje ekipe, ki ustvarja posamezno oddajo, in celotnega uredništva, ki ga sestavljajo osebnostno zelo različni posamezniki z močnim kreativnim potencialom, pa predstavlja velik izziv, pri katerem je poznavanje psiholoških značilnosti velika prednost in pomoč. Medijska psihologinja tako tudi skladno z etičnimi načeli *Kodeksa poklicne etike psihologov*, ki govorijo o odgovornosti psihologa (Društvo psihologov Slovenije, 2019), stremi k zagotavljanju visoke ravni strokovnega in znanstvenega dela ter poklicne in strokovne odgovornosti do najranljivejših skupin, med katerimi so tudi mladi. V tujini je profil medijskega psihologa priznan ter prepoznan kot ključen člen uredništev medijskih vsebin za otroke in mlade. Verjamemo, da tudi s pričujočim prispevkom in prepoznavanjem zakonitosti dela ter potreb pri ustvarjanju medijskih vsebin za otroke in mlade tlakujemo pot formalizaciji profila.

Tako naj v nadaljevanju navajane etične dileme ne bi predstavljale osebnih dilem psihologa, ki se je bolj po naključju znašel na dotičnem delovnem mestu; uradna funkcija psihologa omogoča tudi aktivno varovanje *Kodeksa poklicne etike psihologov* (Društvo psihologov Slovenije, 2019). Ob ustvarjalskem delu pa so ustvarjalci medijskih vsebin za otroke in mlade zavezani k temu, da skrbijo za upoštevanje Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah (ZAVMS) (2011), Splošnega akta o zaščiti otrok v avdiovizualnih medijskih storitvah (2022), *Smernic za poročanje o otrocih* (2014) ter internih *Smernic za zaščito otrok v programih RTV Slovenija* (RTV Slovenija, b. l.b) in *Kodeksa dela v programih za otroke in mlade* (RTV Slovenija, b. l.a) v uredništvu otroških ter mladinskih oddaj RTV Slovenija.

Za psihologe, ki sicer v večji meri (so)delujejo z ali v medijih, je pomembno poznavanje tudi *Smernic za psihologe*, ki sodelujejo z mediji, Odbora za etiko pri Evropski zvezi psiholoških združenj (EFPA Board of Ethics, 2011). *Smernice* so bile aprila 2012 prevedene in izdane tudi pri nas (v okviru Društva psihologov Slovenije).

Smernice za zaščito otrok v programih RTV Slovenija

Obsežna skupina strokovnjakov je leta 2014 izdala *Smernice za poročanje o otrocih*, v katerih so upoštevali Ustavo Republike Slovenije, OZN-ovo *Konvencijo o otrokovih pravicah*, *Konvencijo o varstvu človekovih pravic in temeljnih svoboščin* Sveta Evrope, Zakon o avdiovizualnih medijskih stori-

tvah, Zakon o medijih, Zakon o varstvu osebnih podatkov in *Kodeks novinarjev Slovenije*. Smernice so bile namenjene novinarjem pri pripravi in objavi prispevkov, v katerih so udeleženi otroci.

Zaradi specifičnosti dela na RTV Slovenija, predvsem pa na podlagi dolgoletnih izkušenj in znanja je delovna skupina strokovnjakov z različnih področij RTV Slovenija, ki se ukvarjajo s programi za otroke in mlade, v letu 2022 oblikovala *Smernice za zaščito otrok v programih RTV Slovenija* (v nadaljevanju *Smernice*) (b. l.b). *Smernice* še niso uradno potrjene, prinašajo pa navodila o ustvarjanju vsebin za otroke in mlade. Predstavljajo vse tisto, česar bi se pri svojem delu za otroke in z otroki morali zavedati ter držati ustvarjalci programov na RTV Slovenija.

Smernice podrobneje opredeljujejo način, na katerega RTV Slovenija uresničuje Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah (2011), predvsem 14. in 23. člen, ter Splošni akt o zaščiti otrok v avdiovizualnih medijskih storitvah (2022). Namen *Smernic* je poenotiti ravnanje vseh sodelujočih pri pripravi, izbiranju, označevanju in umeščanju programskih vsebin, primernih za otroke, v vseh medijih in programih RTV Slovenija. RTV Slovenija tako gledalcem, poslušalcem, bralcem in uporabnikom programskih vsebin (v nadaljevanju občinstvo) zagotavlja, da bodo vse programske vsebine, ki bi lahko škodile razvoju otrok, ustrezno umeščene v programske pasove in da bodo opozorilne oznake staršem oz. skrbnikom dajale jasne informacije o predvajani oz. objavljeni vsebini.

Pregled najpomembnejših smernic, ki posegajo tudi na področje psihologije in etike

Vsebine glede na primernost za otroke

RTV-vsebine z vidika primernosti ali škodljivosti za otroke delimo v pet skupin:

- otroške vsebine, ki so namenjene otrokom do 12. leta in so ustvarjene prav zanje; v medijih RTV Slovenija so to npr. otroški igrani filmi in nadaljevanke, risanke, radijske igre, televizijske ali radijske pravljice, poučne in razvedrilne otroške oddaje, kvizi in tekmovanja;
- vsebine, ki so primerne za vse občinstvo in tudi za otroke do 12. leta, po presoji pa jih označimo tudi kot programske vsebine, primerne za otroke z vodstvom staršev (VS ali NST);

- vsebine, ki vsebujejo enega ali več elementov, po katerih presojamo škodljivost za otroke, zaradi česar niso primerne za vse otroke do 15. leta ter jih je treba ustrezno umestiti in označiti;
- vsebine, ki vsebujejo več škodljivih elementov ali so ti elementi intenzivnejši, zato so neprimerne za vse otroke do 18. leta in jih je treba ustrezno umestiti ter označiti,
- vsebine za odrasle, ki vsebujejo najškodljivejše programske vsebine, tudi neupravičeno nasilje in pornografijo, zaradi česar morajo biti kodirane ali drugače zaščitene – teh vsebin RTV Slovenija praviloma ne predvaja.

Starostne skupine otrok

RTV-vsebine, ki bi lahko škodljivo vplivale na razvoj otrok oz. so potencialno škodljive, se smejo predvajati in objavljati le v časovno omejenih programskih pasovih oz. morajo biti ustrezno označene ali zaščitene. S tem namenom in kot pripomoček za označevanje ter umeščanje programskih vsebin razlikujemo naslednje starostne skupine občinstva:

- otroci do 12. leta,
- otroci do 15. leta,
- otroci do 18. leta (mladostniki).

Znotraj starostne skupine do 12. leta se posebna pozornost namenja najmlajšim otrokom, tj. tistim do 6. leta, in mlajšim otrokom, tj. tistim do 9. leta starosti. Pri umestitvi, označevanju in kategorizaciji programskih vsebin je treba upoštevati razvojno oz. starostno razliko v dojemanju posameznih škodljivih elementov.

Primernosti vsebin za otroke do 12. leta

Pri pripravi, izbiri, objavi in umeščanju RTV-vsebin za najmlajše otroke (do 6. leta starost) je treba upoštevati, da imajo ti otroci še velike težave z razlikovanjem, kaj je resnično in kaj ne, zato naj radijske in televizijske vsebine zanje ne vsebujejo prikazov ter opisov nasilja in groze ter strašljivih prizorov. Pri RTV-vsebinah za otroke do 9. leta je treba upoštevati, da ti otroci pri spremljanju igrane produkcije še ne ločujejo povsem, kaj je domišljjsko in kaj realistično, da težko razumejo, zakaj kdo nekaj naredi in kakšne so možne posledice, ter da so tisto, kar slišijo in vidijo, pripravljeni posnemati. Radijske in televizijske vsebine za to starostno skupino lahko vsebujejo blage strašljive prizore, ki se vedno srečno razpletejo, iz-

ogibati pa se je treba realističnim strašljivim prizorom, prikazom ali opisom žrtev nesreč, bolezni, katastrof, vojne, nasilja nad otroki ali živalmi ter trupel. V primeru uredniške presoje se vsebino označi kot programsko vsebino, primerno za otroke z vodstvom staršev (VS ali NST).

Etična dilema:

Kako označiti vsebine drugih programov in uredništev, ki niso primerne za otroke?

Obstajajo jasni kriteriji in navodila, po katerih se vsebinam dodaja zgoraj navedene oznake. Uredniki posameznih uredništev, predvsem tujega, igranega in dokumentarnega, poskrbijo, da so vsi filmi, dokumentarni filmi ter nadaljevanke pregledani in ocenjeni ter označeni v skladu s pravili. Dilema se pojavi pri označevanju vsebin za otroke do 12. leta, ki so praviloma v pristojnosti uredništva za otroške in mladinske oddaje. Takrat v kontsktu uredniške presoje prosimo za uradno oceno in vsebino primerno označimo (najpogosteje z oznako programska vsebina, primerna za otroke z vodstvom staršev (VS ali NST)). V bloku na linearni televiziji, ki je namenjen otrokom in mladim, skrbimo, da so oddaje razvrščene po starosti gledalcev – ob zgodnejših urah so oddaje za najmlajše, ki jim popotno sledijo oddaje za starejše otroke in mlade. Pri prenosu vsebin na digitalne platforme pa skrbimo, da so oddaje ustrezno razvrščene na tri platforme, namenjene trem različnim ciljnim publikam (RTV Živ žav – od treh do osmih let starosti, RTV Čist hudo – od devet do 14 let, RTV Skit – za mlade). Na ta način otroke tudi učimo ustrezne selekcije vsebin in jim ponujamo široko, a skrbno izbrano paleto programov, ki so namenjeni specifični ciljni publiki. Težava se pojavi v primeru, ko se ob izrednih dogodkih v termine bloka za otroke umeščajo oddaje drugih programov in uredništev, ki niso primerne za otroke.

Primer 1

V začetku ruske agresije na Ukrajino so bila uvedena jutranja poročila, ki so prinašala predvsem strašljive novice o dogodkih v Ukrajini. Umeščena so bila tudi v sobotni dopoldanski blok za otroke. Ker poročila po pravilu ne potrebujejo oznak o primernosti za otroke in se vsebinsko ne ozirajo na termin, v katerem so na sporedu, bi se lahko brez napovedi ali opozorila pojavila med otroškimi oddajami. Po tehtnem premisleku smo predstavili naše pomisleke in argumente vodstvu informativnega

programa, ki nam je prisluhnilo in uvedlo ustrezno oznako pred poročili, da so bili otroci in starši vsaj na tak način opozorjeni na neprimerne vsebine, ki so se nenadoma pojavile med oddajami za otroke.

Prav tako je treba skrbno pretehtati vsebino vsake serije, ki je v osnovi namenjena otrokom, ima pa določene elemente, ki so lahko zanje presenetljivi.

Primer 2

Pred leti smo odkupili pravice za predvajanje izjemne, nagrajevane, a kontroverzne norveške igrane serije *Zombi Lars*, ki je bila namenjena otrokom, starejšim od devet let. V njej ni bilo prizorov, ki bi po pravilih ustrezali kateremu izmed označevanj, nas je pa kljub temu skrbelo, da bi lahko določeni prizori, vzeti iz konteksta ali samo na kratko opaženi, povzročili razburjenje predvsem odraslih. Odločili smo se, da damo pred serijo oznako za programsko vsebino, primerno za otroke z vodstvom staršev (VS ali NST), in pripravili ustrezno gradivo, namenjeno posredovanju gledalcem v primeru pritožb. Gradivo je pripravila norveška psihologinja in nam ga z veseljem odstopila v prevod ter priredbo. Prepričani smo bili, da bo serija otroke pritegnila in jim s svojimi sporočili razširila obzorje ter spremenila pogled na svet, hkrati pa smo se bali odzivov odraslih gledalcev. Dobili smo samo eno pritožbo odraslega gledalca, ki je videl zgolj en zanj moteč prizor. Otroci so serijo sprejeli z navdušenjem, uspešno smo predvajali vse tri sezone serije.

Oba primera sta dokaz, da tudi skrbno poznavanje vseh zakonskih določil ne pomeni preproste in hitre odločitve ter da se vedno znova pojavljajo situacije, v katerih je pomembno pretehtati vse možnosti, na vsebine pogledati z različnih zornih kotov ter se pogovoriti s sodelavci in strokovnjaki. Iz takšnih izkušenj se vedno znova učimo za vse naslednje, dejstvo pa je, da nas hitro razvijajoča se medijska krajina vedno znova preseneti. Zato moramo biti ves čas pozorni in delovati premišljeno, strokovno ter odgovorno.

Etična dilema:**Kako na primeren način poročati o otrocih in mladih v programih za otroke in mlade**

Na tem mestu lahko govorimo predvsem o lastnih programih, v katerih poročamo o otrocih in mladih. Takšen primer je redna tedenska informativna oddaja za mlade *Infodrom*, ki je nastala po vzoru podobnih oddaj po Evropi in je edina informativna oddaja za mlade v slovenskem prostoru. Priprave na začetek njenega predvajanja so trajale več kot leto dni, saj smo se želeli temeljito pripraviti in naučiti, kako vsakodnevne informacije, tudi težke in strašljive, sporočiti mladim na način, da jih bodo razumeli in jih ne bodo prestrašile, temveč spodbujale k razmisleku in aktivnemu ukrepanju.

V oddaji so vsi novinarski prispevki predstavljeni skozi oči otrok, želimo slišati njihovo mnenje in razmišljanje, odrasle pa vključimo kot podporo oz. za razlago in opolnomočenje ob posameznih dogodkih oz. dejavnostih. Pri delu na *Infodromu* še posebej skrbno sledimo *Smernicam za poročanje o otrocih* (2014), še posebej skrbi za otrokovo korist in dostojanstvo, varstvu osebnih podatkov, soglasju otrok in skrbnikov, ustreznim in premišljenim pogovorom z otrokom, pomenu za vsakdanje ter občutljive življenjske situacije. Predvsem pri teh zadnjih si vzamemo še posebej veliko časa za premislek in strokovni posvet.

Primer 3

Srečali smo se z dilemo, kako pristopiti k poročanju o samomoru osnovnošolke, ki je pretresel Slovenijo. Zavedali smo se, da moramo o tem v aktualni oddaji spregovoriti tudi mi, saj so se mladi o tem veliko pogovarjali. Spremljali smo poročanje odraslih medijev, ki so iz tragičnega dogodka naredili manjšo ali večjo zgodbo, pri tem pa večinoma niso upoštevali navodil strokovnjakov s področja preprečevanja samomorov, ki so opozarjali, da ima lahko neustrezno poročanje tudi tragične posledice.

Po posvetovanju s strokovnjaki smo o težki temi spregovorili na način, da smo podali informacijo o dogodku, ob tem pa takoj skušali odgovoriti na številna vprašanja otrok, ki so prihajala v uredništvo oddaje, in ponuditi podporo ter pomoč ob morebitnih stiskah. Na podoben način se vedno znova hitro in učinkovito odzovemo na zahtevne dogodke, ki

vplivajo tudi na mlade. Pri tem nam je resnično v pomoč nenehna komunikacija z našimi gledalci, saj tako izvemo, kaj jih zanima in skrbi, in se jim lahko na tak način najbolj približamo.

Za poročanje o samomoru sicer obstajajo smernice Svetovne zdravstvene organizacije in Mednarodne zveze za preprečevanje samomora, ki so bile leta 2010 prevedene in prirejene tudi pri nas (Roškar idr., 2010). Te opozarjajo, da (senzacionalistično) poročanje lahko vodi v posnemanje, zato je vsakršno prikazovanje teh vsebin še posebej problematično.

Primer 4

Tudi na situacijo medvrstniškega nasilja, ki je pretresel javnost, smo se v okviru *Infodroma* želeli odzvati hitro, učinkovito in premišljeno. Spremljali smo širjenje informacij po medijih in spletu in si tudi s pomočjo strokovnjakov skušali oblikovati ustrezno stališče o situaciji ter sestaviti primeren odziv. Mladi so namreč informacije spremljali, komentirali in delili, ob tem pa se jim je postavljala vrsta vprašanj, ki so jih naslovili tudi na naše uredništvo.

Obvestiti smo jih želeli predvsem o neustreznem odzivu medijev oz. neupoštevanju *Smernic za poročanje o otrocih* (2014). Nikakor nismo želeli zmanjšati teže neprimernega in nesprejemljivega ravnanja, želeli pa smo opozarjati, kakšen je neustrezen odziv medijev in s tem posredno javnosti na dogodek, ter opolnomočiti mlade, da bi v morebitnih podobnih situacijah ravnali družbeno odgovorno in empatično. Tudi za te primere obstajajo smernice, ki priporočajo omejeno medijsko poročanje o kriznih dogodkih; povzročitelji lahko namreč (tudi negativno) pozornost doživljajo kot nagrado, hkrati pa to daje povod za posnemanje (Odeljenje za psihologijo, Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu, 2023).

Podobne situacije se pri našem delu pojavljajo nenehno, tedensko jih obdelujemo v oddaji, pa vendar se vsaki posamezni posvetimo, se o njej pogovarjamo, razmišljamo in tudi s pomočjo stroke iščemo najboljše možne načine obveščanja naše mlade publike.

Etični dilemi:

Kako prikazovati otroke in mlade kot voditelje ter igralce v programih za otroke in mlade?

Kako delati z otroki in mladimi na snemanjih?

Ti dve področji združujemo zato, ker sta neločljivo povezani, predvsem pa sta zelo specifično vezani na delo našega uredništva in nista posebej obravnavani v nobenem pravilniku. Zato smo skozi leta dela z otroki, pri druženjih in izmenjavi izkušenj s kolegi iz tujine, prebiranju strokovnih člankov in udejanjanju teorije v praksi, sami napisali kodeks dela, ki ga spoštujemo in ga nenehno preizprašujemo ter osvežujemo. Nastal je kot odraz našega odnosa do dela in naše ciljne publike ter nam služi kot nenehen opomin, kako je naše delo čudovit privilegij in velika odgovornost.

Kodeks dela v uredništvu otroških in mladinskih oddaj

Skozi leta dela ter izkušenj se je v uredništvu otroških in mladinskih oddaj oblikoval kodeks dela, ki temelji na mednarodno sprejetih dokumentih, določilih in kriterijih.

V uredništvu otroških in mladinskih oddaj TV Slovenija pri delu za otroke in mlade skrbimo, da (je) naš program (RTV Slovenija b. l.a):

1. ohranja integriteto otrok in mladih (spoštljivost do nastopajočih in do gledalcev);
2. v procesu dela z otroki in mladimi upošteva stopnjo otrokovega ali mladostnikovega razvoja, vsakodnevne življenjskega ritma vsakega posameznika ter šolskega koledarja;
3. primeren dojemanju in razumevanju ciljne publike;
4. navdihuje, krepi samopodobo in otrokom ter mladim pomaga pridobivati pozitivne izkušnje (tako gledalcem kot nastopajočim);
5. predstavlja raznolike vsebine z vseh področij, skladno s predšolskim in šolskim učnim načrtom;
6. vzpodbuja otroke, da postavljajo vprašanja;
7. utrjuje vrednote slovenskega jezika, narodove kulture in dediščine;
8. vzpodbuja zdrav odnos do narave in okolja ter uči temeljnih korakov za ohranjanje narave;
9. vključuje vse žanre in v vseh žanrih predstavlja etične vrednote ter verodostojne medosebne odnose;

10. predstavlja vso paleto raznolikosti (medgeneracijske, spolne, kulturne, verske) in spodbuja njeno sprejemanje;
11. v skladu z otrokovim in mladostnikovim čustvenim, socialnim ter miselnim razvojem (tudi uči, očiščuje strahov, nakazuje možne rešitve težav ali jih pomaga iskati);
12. sledi sodobnim trendom ustvarjanja za otroke;
13. vključuje uporabo multimedijskih možnosti v vsebinskem in tehnološkem smislu;
14. zabaven, s poznavanjem razvojnih zakonitosti humorja otroke spravlja v smeh;
15. ustvarjalec v veselje.

V skladu s *Kodeksom dela v programih za otroke in mlade* ustvarjamo redne in priljubljene oddaje, v katerih nastopajo tudi otroški voditelji in igralci, ob tem pa se nam nenehno postavljajo etične dileme, saj si želimo, da bi bilo naše delo tudi v dobrobit naših mladih nastopajočih.

Primer 5

Delo na otroški oddaji *Firbcologi* od urednice zahteva veliko mero prilagajanja, sprejemanja in učinkovitega dela z otroki, saj ima v vsaki sezoni 15 otrok, ki jih izbere na avdiciji in z njimi ustvarja vse leto. Urednica je odgovorna za kakovostno oddajo, to pa lahko doseže samo z ustreznim delom z otroškimi voditelji. Pol leta jih na snemanjih na terenu spoznava, se o njih uči, jih vidi v različni vlogah, da jih lahko potem premišljeno razporedi v scenarije glede na njihove sposobnosti in interese. Urednici je na prvem mestu končni izdelek – oddaja, ki pa je dobra le, če so ustvarjeni pogoji, v katerih otroški voditelji dajo vse od sebe. Studijsko snemanje poteka strnjeno, večina otrok je ves teden v studiu in se pripravlja za nastop v posameznih prizorih oddaj. Otroci podobno kot na kakšnem poletnem taboru oblikujejo zelo specifično skupinsko dinamiko, v kateri se pojavljajo vsa možna čustva in se oblikujejo različni odnosi. Toda ti otroci morajo biti v trenutku, ko jih režiser pokliče pred kamero, osredotočeni samo na besedilo, ki so se ga učili, in na svojo igro v posameznem prizoru. Da zmoremo to zahtevno delo z otroki, predvsem pa, da jih podpremo pri tem, da dajo na snemanju vse od sebe, vsako leto k projektu povabimo študenta psihologije, ki postane njihov spremljevalec in skrbi za to, da dinamika

v zakulisju snemanja ne ovira njegovega poteka in kakovosti. Spremljevalec je tudi nenehno v stiku z urednico oddaje, ki mora biti obveščena o vsem dogajanju, da se lahko skupaj z režiserjem sproti odloča, kako bo snemanje potekalo.

V otroških oddajah pogosto sodelujejo otroci kot voditelji ali igralci. Izberemo jih na avdicijah, ki za nas vedno predstavljajo etično dilemo, saj se zavedamo, da se otroci, ki jih zavrnamo, ne počutijo dobro. Ker ne vemo, kako se na to situacijo odzovejo njihovi starši in kako jim predstavijo našo zavrnitev, se nam zdi pomembno, da opravimo naše delo kar se da z občutkom do otrokovih potreb in želja. Vse sodelavke uredništva k avdicijam pristopamo na podoben način: do otrok smo prijazne in spodbudne, ne postavljamo jih pred nepričakovane in neustrezne izzive, pohvalimo jih, se jim zahvalimo za pogum in jim na primeren način povemo, koliko otrok se je prijavilo in koliko jih bomo izbrali. Na ta način želimo doseči, da bi jim avdicija ostala v spominu kot prijetna izkušnja in bi jih opogumila tudi za druge podobne preizkušnje. Da je naš namen dosežen, nam pogosto sporočijo starši ali pa celo sami otroci, ki se znova vrnejo k nam na kakšno drugo avdicijo.

Pred podobno etično dilemo smo tudi ob koncu sezone, ko se od otrok, ki so sodelovali pri snemanju oddaj, poslovimo. Zaradi našega načina dela z otroki je za slednje izkušnja snemanja praviloma izjemna in navdušujoča, zato se težko poslovijo od vrstnikov, s katerimi so nastopali, in ekipe, ki je skrbela za njih. Težko je tudi ekipi, hkrati pa vemo, da je tako prav, saj smo jim dali edinstveno izkušnjo, ki je ne bodo nikoli pozabili in jih bo zelo verjetno oblikovala v kasnejšem življenju. Zato jim dovolimo, da izrazijo vsa svoja čustva in jih pri tem vidimo ter slišimo. Naša naloga pa je ustvariti novo sezono oddaje in vanjo povabiti nove otroke. Želimo dati priložnost čim večjemu številu otrok, vedno znova smo radovedni, koga bomo spoznali v novem krogu.

Zaključek

Digitalni mediji so eden izmed ključnih dejavnikov razvoja današnjih otrok. Navzoči so v vsakem domu in zavzemajo pomemben del družinske dinamike. Njihov vpliv na družino je odvisen od mnogih dejavnikov, družinske gledalne navade pa se spontano prenašajo na otroke.

Prve korake v svet medijev otrok naredi v spremstvu odraslih, ki spremljajo njegov razvoj in mu ponujajo vsebine, ki jih bo z njihovo pomočjo lahko razumel in sprejel (Charlton, 2004). Tako se začne razvoj

njegove medijske kompetentnosti, ki je eden najpomembnejših ciljev v sednji in prihodnji medijski družbi. Predstavlja vidik kritičnega mišljenja, ki zajema dekodiranje, analizo, ocenjevanje in izdelavo medijskih sporočil (Lemish, 2003). Otroci so z razvojem vedno bolj usposobljeni za razumevanje in dejavno uporabo medijev.

Otroci so redni gledalci digitalnih medijev, z njimi se učijo ravnati s pomočjo izkušenih odraslih, ki jim predstavljajo model, in preko lastnih izkušenj z medijem. Predelava medijskih sporočil je pri njih močno povezana s pridobivanjem izkušenj v vsakdanjem življenju (Charlton, 2004). Velike spremembe v miselnem, čustvenem in socialnem razvoju v obdobju otroštva vodijo do razvojno pogojenih razlik v dojetanju medijskih vsebin. Za pravilno razumevanje mora imeti otrok razvite številne miselne strukture, ki mu omogočajo: razumevanje medija kot izraznega sredstva, prepoznavanje značilne oblike pripovedi, ločevanje med resničnim in izmišljenim, ustrezno razvito empatijo in moralno presojanje (Charlton, 2004). Zaradi vseh naštetih razlogov je zelo pomembno, kaj otroci pri določeni starosti gledajo, osnovno vodilo vsem pa mora biti izbira resnično kakovostnih oddaj za otroke, ki upoštevajo njihov razvoj in sposobnosti na vseh ravneh.

Pri tem veliko odgovornost nosijo ustvarjalci medijskih vsebin za otroke in mlade. Kljub upadu zanimanja za tradicionalno gledanje televizije ustvarjalci televizijskih vsebin premišljeno in predano ustvarjajo kakovostne vsebine, ki jih lahko otroci in mladi spremljajo na linearni televiziji, še pogosteje pa na digitalnih platformah. Pri tem ima najpomembnejšo vlogo edini javni medijski servis, Radiotelevizija Slovenija. Na Televiziji Slovenija deluje uredništvo otroških in mladinskih oddaj, ki z vso odgovornostjo zagotavlja širok izbor programskih vsebin za otroke in mlade ter jih ščiti pred programskimi vsebinami, ki bi lahko škodovala njihovu razvoju. Ob tem se strokovnjaki srečujejo z mnogimi etičnimi dilemami, kot so npr.: kako označiti vsebine drugih programov in uredništev, ki niso primerne za otroke, kako na primeren način poročati o otrocih in mladih v programih za otroke in mlade, kako otroke in mlade prikazovati kot voditelje ter igralce v programih za otroke in mlade in kako delati z otroki in mladimi na snemanjih. V pomoč so jim Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah (2011), Splošni akt o zaščiti otrok v avdiovizualnih medijskih storitvah (2022), *Smernice za poročanje o otrocih* (2014) ter interne *Smernice za zaščito otrok v programih RTV Slovenija* (RTV Slovenija b. l.b) in *Kodeks dela v programih za otroke in mlade* (RTV Slovenija b. l.a).

Predvsem pa je glavno vodilo pri njihovem delu popolna predanost ciljnim gledalcem, otrokom in mladim. Poznavanje njihovega psihološkega razvoja, učnih procesov in stopenj humorja, spremljanje in delovanje v skladu z najnovejšimi trendi televizijskega ustvarjanja, spoštovanje do otrok in njihovih odraslih ter nenehno preverjanje svojega dela v ciljnem občinstvu jim omogočajo, da znotraj danih možnosti ustvarjajo kakovostne vsebine za otroke in mlade.

Literatura

- Charlton, M. (2004). Entwicklungspsychologische Grundlagen. V R. Mangold, P. Vorderer in G. Bente (ur.), *Lehrbuch der Medienpsychologie* (str. 129–150). Hogrefe.
- Društvo psihologov Slovenije. (2019). *Kodeks poklicne etike psihologov*.
- EFPA Board of Ethics. (2011, 15. julij). *Guidelines for psychologists who contribute to the media*. European Federation of Psychologists' Associations. <https://www.efpa.eu/guidelines-psychologists-who-contribute-media>
- Lemish, D. (2003). The understanding of television by kindergarteners: The early development of television literacy. V T. Lavender, B. Tufte in D. Lemish (ur.), *Global trends in media education: Policies and practices* (str. 67–90). Hampton Press.
- Nieding, G., in Ohler, P. (2006). Der Erwerb von Medienkompetenz zwischen 3 und 7 Jahren. *TV Diskurs*, 10(4), 46–51.
- Odeljenje za psihologiju, Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu. (2023). *Psihološke smernice za medijsko izveštavanje nakon kriznih događaja*.
- Roškar, S., Tančič Grum, A., in Poštuvan, V. (Ur). (2010). *Spregovorimo o samomoru in medijih: preprečevanje samomora: preprečevanje samomora: strokovne smernice za odgovorno novinarsko poročanje*. Inštitut za varovanje zdravja Republike Slovenije.
- RTV Slovenija. (B. l.a). *Kodeks dela v programih za otroke in mlade*.
- RTV Slovenija. (B. l.b). *Smernice za zaščito otrok v programih RTV Slovenija* [Neobjavljeno].
- Smernice za poročanje o otrocih*. (2014). DNS, Središče ZIPOM, Zveza prijateljev mladine Slovenije in Varuh človekovih pravic Republike Slovenije.
- Splošni akt o zaščiti otrok v avdiovizualnih medijskih storitvah. (2022). *Uradni list Republike Slovenije*, (92). <https://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?sop=2022-01-2305>

Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah (ZAvMS). (2011). *Uradni list Republike Slovenije*, (87). <https://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?sop=2011-01-3715>Arum accae.