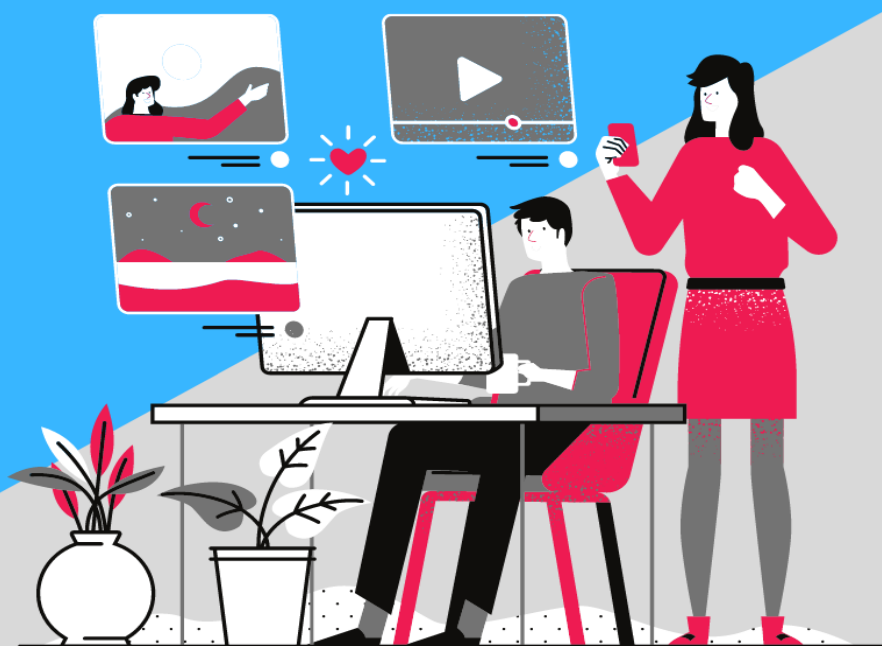


# gamefy

Find fake news and avoid them!

## PRIPOROČILA ZA ODLOČEVALCE NA PODROČJU MEDIJSKE PISMENOSTI V IZOBRAŽEVANJU



### POROČILO

## Kazalo vsebine

1. Uvod – o projektu in raziskavi .....	3
2. Pregled literature.....	4
2.1. Možnosti učenja medijske pismenosti na Slovaškem .....	4
Trenutno stanje na področju izobraževanja o medijski pismenosti .....	6
Učne priložnosti za učitelje.....	8
Neformalne pobude .....	8
Medijska pismenost in mediji ali novinarji .....	8
Ali so na področju izobraževanja o medijski pismenosti na Slovaškem kakšni napredki? .....	9
Obstoječe raziskave o stanju medijske pismenosti .....	9
2.2. Možnosti učenja medijske pismenosti v Bolgariji.....	11
2.3. Možnosti učenja medijske pismenosti v Sloveniji .....	14
Medijska pismenost in spletna varnost v okviru formalnega izobraževanja.....	15
Spodbujanje medijske pismenosti in spletne varnosti z neformalnim učenjem .....	17
2.4. Možnosti učenja medijske pismenosti na Kosovu .....	19
Iniciative in projekti .....	19
Ponder .....	20
Learn to Discern (L2D) – Kosovo.....	20
Dokument o stališču o medijski in informacijski pismenosti na Kosovu .....	20
2.5. Možnosti učenja medijske pismenosti v Grčiji .....	21
3. Metodologija .....	24
Omejitve .....	25
4. Ugotovitve raziskav in analiza.....	26
5. Priporočila glede politike.....	35
Slovaška .....	35
Bulgarija .....	36
Slovenija.....	37
Kosovo .....	37
Grčija.....	38
Na ravni EU .....	39
6. Zaključek .....	40

# 1. Uvod – o projektu in raziskavi

21. stoletje je povezano z razvojem informacijskih in komunikacijskih tehnologij, ki so postopoma postale del našega vsakdana. Digitalna orodja uporabljamo vsak dan pri delu, v šoli in v prostem času. Današnjo dobo lahko označimo kot digitalno, kar se je še posebej okrepilo v času pandemije Covid-19, med katero so morali tudi manj digitalno usposobljeni posamezniki prenesti svoje dejavnosti v spletno okolje.

Ker se svet okoli nas nenehno spreminja, je izobraževanje, formalno ali neformalno, zelo dinamično področje. Digitalne ali celo družbene, gospodarske in kulturne spremembe posredno vplivajo na izobraževalni sistem v vseh državah in s tem silijo k ponovnemu premisleku o ustreznosti izobraževalnih metod in orodij. Sistem mora iti v koraku s časom in biti odprt za nove priložnosti, predvsem pa se morajo mladinski delavci v zvezi s tem nenehno izobraževati. Le tako lahko dobro opravljajo svoje delo in mladim posredujejo pravo znanje in spretnosti na učinkovit in zanimiv način.

Digitalno mladinsko delo je hitro razvijajoče se področje, katerega sestavni del so tudi mediji. Vzpon interneta in razširjena uporaba družabnih omrežij sta povzročila pomemben premik v izmenjavi in razširjanju informacij. Pojavilo se je veliko novih medijev. Povprečen potrošnik se ne more soočiti z ogromnimi količinami informacij, ki jim je vsakodnevno izpostavljen. Ne zadostna medijska pismenost - nezmožnost ocenjevanja ustreznih informacij, pri ljudeh povzroči nagnjenost, da verjamejo v napačne informacije in teorije zarote. To polarizira družbo in ogroža temelje demokracije.

Medijska in digitalna pismenost ter sposobnost kritičnega vrednotenja informacij so ključne kompetence današnjega časa. Zato je zlasti za učitelje, mladinske delavce in predstavnike mladinskih organizacij, ki se ukvarjajo z izobraževanjem mladih, pomembno da se na tem področju izboljšajo. Celoten Erasmus + projekt gaMEfy temelji na tem cilju.

Partnerji projekta GaMEfy so zato sodelovali pri oblikovanju več izobraževalnih rezultatov projekta. Prvi je učni načrt, ki vsebuje uporabno orodje za razumevanje izobraževanja o temah digitalne in medijske pismenosti, tako za mlade kot za mladinske delavce in učitelje. Pomagal vam bo

prepoznati lažne novice in različne grožnje spletnega sveta. Poleg tega boste v njem našli veliko praktičnih vaj različnih težavnostnih stopenj namenjenih mladim.

Drugi rezultat projekta je odlična interaktivna izobraževalna igra, ki daje ciljnim skupinam priložnost, da se učijo na enostaven in dostopen način ter izboljšajo svoje digitalne spretnosti in svoje znanje o medijih ter lažnih novicah.

Po testiranju in izboljšanju igre so jo partnerji preizkusili v petih polnih ciklih, medtem ko so jo univerze v desetih. To pomeni, da so morali poiskati do 200 mladih, ki so igrali igro, izpolnili vprašalnik in sodelovali v fokusni skupini, katere namen je bil oceniti igro, predvsem pa stanje medijske pismenosti in možnosti izobraževanja na tem področju v njihovi državi. Rezultati obeh kvantitativne in kvalitativne raziskave so na voljo na naslednjih straneh priporočil.

Partnerji so individualno preučili tudi stanje medijske pismenosti v svojih državah in pripravili poročilo o izobraževalnih možnostih na področju medijske digitalne pismenosti. Rezultate njihovih raziskav lahko najdete v naših priporočilih. Na podlagi zbranih informacij in podatkov so bili partnerji zmožni predlagati priporočila glede politik za nacionalno in evropsko raven - priporočila za izboljšanje izobraževanja na področju medijske in digitalne pismenosti.

## 2. Pregled literature

### 2.1. Možnosti učenja medijske pismenosti na Slovaškem

Čeprav je medijska pismenost na Slovaškem med najnižjimi v EU (kot je prikazano v Indeksu medijske pismenosti 2021<sup>1</sup>), je prišlo na tem območju do izboljšav, ko gre za pristop k formalnemu izobraževanju. Na voljo so tudi številne priložnosti za neformalno učenje in rezultati raziskav. V tem

---

<sup>1</sup> <https://osis.bg/?p=3750&lang=en>. Slovaška je v letu 2021 na 22. mestu (45 točk na lestvici od 0 do 100). Leta 2019 je bil prav tako na 22. mestu s 44 točkami: <https://osis.bg/?p=3356&lang=en>. Indeks medijske pismenosti izdaja Inštitut za odprto družbo - Sofija ([https://osis.bg/wp-content/uploads/2019/11/MediaLiteracyIndex2019\\_-ENG.pdf](https://osis.bg/wp-content/uploads/2019/11/MediaLiteracyIndex2019_-ENG.pdf)).

kontekstu je koristno, da je bila obveznost obveščanja o stanju medijske pismenosti prenesena v [zakon št. 308/2000](#) o radiodifuziji in retransmisiji ter o spremembi zakona št. 195/2000 o telekomunikacijah. [Svet za radiodifuzijo in retransmisijo](#) je skladno s § 5, členom 2, točko j) dolžan "zagotoviti Ministrstvu za kulturo in Ministrstvu za izobraževanje Slovaške republike podporno gradivo za poročilo o analizi stanja in ravni medijske pismenosti<sup>2</sup>". Svet za radiodifuzijo in retransmisijo je to nalogo zaupal [Fakulteti za množične komunikacije](#) Univerze svetega Cirila in Metoda v Trnavi. Dokument "[Konceptija izobraževanja medijske pismenosti v kontekstu vseživljenjskega učenja](#)", ki ga je vlada Slovaške republike potrdila leta 2009, je predvideval ustanovitev Centra za izobraževanje medijske pismenosti. Tak center je bil ustanovljen na tej fakulteti. Poleg tega dokument opredeljuje položaj izobraževanja medijske pismenosti v vseživljenjskem učenju in javnih ustanovah, ki bi morale biti vključene v njegov razvoj. Ponuja vpogled v trenutne razmere na tem področju, poleg nekaterih priporočil in opisa centra pa ne navaja konkretnih ciljev.

Pomembnost dostopa javnosti do objektivnih in pluralnih virov informacij ter krepitev neodvisnosti javnih medijev je eden izmed ciljev, določenih v dokumentu [Vizija in razvojna strategija Slovaške do leta 2030](#).

Eden od ciljev [Slovaškega avdiovizualnega sklada](#) je razvoj izobraževanja in strokovnega raziskovanja na področju avdiovizualne kulture in filmske umetnosti. Zato je tudi pomemben deležnik na področju izobraževanja o medijski pismenosti na Slovaškem.

Eden izmed kazalnikov stanja medijskega okolja - stopnja zaupanja v medije - tudi na Slovaškem ni ugoden. Rezultati študije z naslovom [Verodostojnost novičarskih medijev po svetu 2021](#) so bili objavljeni na portalu Statista. Vključujejo graf, ki prikazuje delež odraslih, ki večinoma zaupajo novičarskim medijem v izbranih državah po svetu. Podatki so bili pridobljeni februarja 2021. Glede na graf 30 % odraslih na Slovaškem zaupa novičarskim medijem, kar je eden najnižjih rezultatov v primerjavi s 65 % na Finskem, ki v tej študiji dosega najboljše rezultate. Ta rezultat se povsem ujema s podatki iz [Atlasa evropskih vrednot](#). Ta pokaže, da 39,75 % Slovakov zaupa tiskanim medijem, 27,22 % pa družbenim medijem (podatki so iz leta 2017, intervjuvani pa so bili tudi mladi). Če pogledamo samo mlade, jih 33,24 % zaupa tiskanim medijem, 33,96 % pa družbenim medijem. Slovaška je na 35. mestu [Svetovnega indeksa svobode tiska 2021](#) (z oceno 23,02).

Pomembno je omeniti tudi povezavo med medijsko etiko, družbeno odgovornostjo in medijsko pismenostjo, saj njeno razumevanje omogoča več vpogledov v svet medijev in njegovih mehanizmov. Medijska etika in družbena odgovornost na Slovaškem ni 'mainstream' tema, vendar pa obstajajo

---

<sup>2</sup> <http://www.slovakproducers.com/images/Act-on-Broadcasting-and-Retransmission.pdf>

ponavljajoči se problemi in konkretne teme, ki pridobijo strokovno in javno pozornost. Pogosto se zgodi, da mediji objavljajo zgodbe, ne da bi preverili vse informacije in s tem zmedli javnost. Namesto da bi se soočili z dezinformacijami, dejansko k njim prispevajo. To se dogaja zelo pogosto v tabloidnih medijih, vendar so tudi ugledni mediji (vključno z javnimi službami) nagnjeni k tej slabi navadi, zaradi česar je to še bolj resen problem, saj javnost vanje bolj zaupa. Kljub temu je pozitivno, da profesionalni mediji popravijo napake in se pogosto opravičijo za tiste, ki so resne.

## **Trenutno stanje na področju izobraževanja o medijski pismenosti**

Izobraževanje o medijski pismenosti (Mediálna výchova) je vključeno v okvirne učne načrte za [osnovnošolsko](#) in [nižje-srednješolsko](#) izobraževanje kot tako imenovana medsektorska tema. Kritično mišljenje, predvsem v povezavi z množičnimi mediji, je omenjeno tudi v okviru teme "Umetnost in kultura". Več pozornosti medijem je namenjene v okvirnih učnih načrtih za [gimnazije](#) (s štiri- ali pet- in osemletnimi izobraževalnimi programi). Dijaki, ki zaključijo gimnazijski program, so sposobni kritično razmišljati in ocenjevati informacije, tudi tiste, ki jih posredujejo množični mediji. Sklicevanje na kritično mišljenje in uporabo medijev je mogoče najti tudi pri temah "Umetnost in kultura" ali "Slovaški jezik in književnost" v okvirnih učnih načrtih za gimnazije. Kompetence, povezane z informacijsko družbo (npr. avtorske pravice, tveganja povezana z informacijskimi tehnologijami), so vključene v temo "Informatika". Različne informacije o medijih je mogoče dobiti tudi pri državljski vzgoji (80 %), etični vzgoji (60 %)³ in informatiki (60 %). Pri spoznavanju slovaškega jezika in književnosti učenci in dijaki raziskujejo teme, kot so zvrsti, časopisi ali članki.

Medsektorska tema "[Medijska vzgoja](#)" vsebuje naslednja področja: mediji v sodobnem svetu, vrste medijskih izdelkov, mediji in njihovi učinki na ljudi, medijska etika (tabloidizacija medijev), ustvarjanje medijskih izdelkov.

Ključne točke v [uvodu v stanje izobraževanja o medijski pismenosti na Slovaškem](#), ki ga je objavila Fakulteta za množične komunikacije Univerze svetega Cirila in Metoda v Trnavi, so:

- Učinkovitost vzgoje za medijsko pismenost v obliki medsektorskih predmetov (tj. v povezavi z drugim predmetom) je v okviru izobraževalnih vsebin teh predmetov razmeroma nizka.
- Šole lahko predmet medijska pismenost vključijo v svoje učne načrte kot samostojen predmet, ki pa ni obvezen. Zato je od odločitve vodstva šole odvisno, ali bo učencem ali dijakom ponudila takšno možnost. Pripravljenost učiteljev in njihova zmožnost poučevanja tega predmeta sta pogosto pomembni pri sprejemanju odločitev. Glede na raziskavo o stanju vključevanja medijske vzgoje v

<sup>3</sup> <https://www.prohuman.sk/pedagogika/medialna-vychova-na-druhom-stupni-zs-na-slovensku>

šolske učne načrte ima medijsko pismenost kot samostojen predmet 283 osnovnih šol, kar predstavlja 23 % raziskovalnega vzorca osnovnih šol<sup>4</sup> in 153 srednjih šol, kar predstavlja 29 % od skupnega števila 631 gimnazij in srednjih strokovnih šol, ki so sodelovale v raziskavi<sup>5</sup>. Po podatkih podatkovne zbirke slovaškega Centra za znanstvene in tehnične informacije je bilo v času raziskave na Slovaškem skupaj 753 srednjih šol<sup>6</sup>.

- Šole lahko v svoj učni načrt vključijo tudi kratkoročni tečaj ali projekt, namenjen razvijanju medijske pismenosti. Ta praktična oblika razvijanja medijske pismenosti otrok in mladih je najbolj razširjena v slovaškem šolskem okolju in ima razmeroma bogato tradicijo.<sup>7</sup>

- Problematičen vidik vzgoje za medijsko pismenost v osnovnih šolah je pomanjkanje ustreznih metodičnih gradiv in orodij, ki bi upoštevala posebnosti ustreznih starostnih skupin.

- Medijska pismenost - kot del medsektorskega ali samostojnega predmeta - se poučuje tudi na srednjih poklicnih šolah, čeprav ni izrecno vključena kot obvezni del ustreznih državnih izobraževalnih programov. Vendar so v obveznih pedagoških dokumentih za to vrsto šole elementi medijske vzgoje prisotni na primer pri predmetih informatika, slovaški jezik, družboslovje in pri nekaterih strokovnih predmetih.

- Eden od problemov medijske pismenosti na Slovaškem je nezadostna zmožnost izobraževanja in strokovnega razvoja bodočih učiteljev tega predmeta. V praksi to pomeni, da nobena od pedagoških fakultet ne ponuja možnosti dodiplomskega ali magistrskega študija s poudarkom na tem predmetu. Na nekaterih pedagoških fakultetah je medijska pismenost prisotna v njihovih študijskih programih (npr. na Pedagoški fakulteti Univerze Konstantina Filozofa v Nitri), vendar le kot izbirni predmet.

---

<sup>4</sup> Kačinová, V., Kolčáková, V., TINKA, J. Trenutno stanje vključevanja medijske vzgoje v vsebine osnovnošolskega izobraževanja na Slovaškem. Trnava. IMEC - Center za medijsko pismenost, FMK UCM Trnava, 2013. p. 18.

<sup>5</sup> KAČINOVÁ, V., KOLČÁKOVÁ, V. Trenutno stanje vključevanja medijske vzgoje v izobraževalne vsebine v srednjih šolah na Slovaškem. Trnava. IMEC - Center za medijsko pismenost, FMK UCM Trnava, 2013. p. 22.

<sup>6</sup> <https://medialnavychova.sk/slovensko-2/>, [https://www.cvtisr.sk/cvti-sr-vedecka-kniznica/informacie-o-skolstve/statistiky/statisticka-rocenka-publikacia.html?page\\_id=9580](https://www.cvtisr.sk/cvti-sr-vedecka-kniznica/informacie-o-skolstve/statistiky/statisticka-rocenka-publikacia.html?page_id=9580)

<sup>7</sup> VRABEC, N. Medijska vzgoja: teoretično ozadje in trendi. Trnava. Univerza svetega Cirila in Metoda v Trnavi, 2013. p. 39 – 40.

## Učne priložnosti za učitelje

Nacionalni inštitut za izobraževanje v Slovaški republiki posveča pozornost izobraževanju učiteljev na področju medijske pismenosti, da bodo lahko svoje znanje, spretnosti in veščine prenesli na učence in dijake. Nekaj primerov je na voljo na spodnjih povezavah:

- [Delavnica za učitelje o medijski pismenosti in preprečevanju sovražnega govora na spletu](#)
- [Spletni seminar za učitelje v vrtcu](#)
- [Spletna stran z različnimi viri](#), kot je [10 kompetenc medijske pismenosti](#)
- Dokumenti povezani z "[Referenčnim okvirom kompetenc za demokratično kulturo](#)" (oblikoval ga je Svet Evrope).

## Neformalne pobude

Veliko koristnih informacij v obliki člankov, videoposnetkov in dokumentov nudita priljubljeni spletni strani [zodpovedne.sk](#) (odgovornost.sk) in [Rodina a médiá](#) (Družina in mediji). [Salezijanska medijska šola](#) izvaja program izobraževanja za medijsko pismenost, ki ga je akreditiralo ministrstvo za izobraževanje. Vedno več usposabljanj ali mladinskih izmenjav v okviru programa Erasmus+ mladim omogoča, da se razvijejo v medijsko pismene osebe. JA Slovaška je organizirala tudi "[Medijski pokal](#)", katerega namen je bil povečati medijsko pismenost. Slovaška televizija je leta 2010 ustvarila serijo z naslovom "[Medijski vohuni](#)", ki je imela 40 epizod in se je osredotočala na izobraževanje o medijski pismenosti mladih z njihovo neposredno udeležbo. Nevladna organizacija Žabky je izdala tri izobraževalna gradiva: [Kaj vem o medijih](#) (za učence), [Vzgoja za medijsko pismenost skozi igro za učitelje](#) in [Vzgoja za medije skozi igro za starše](#). Druge neformalne pobude ali gradiva zagotavljajo na primer: [IMEC](#), [IUVENTA](#), [mediahub.sk](#), [Zvolsi.info](#), [DigiQ](#), [IPčko](#), [Checkbot](#), [nehejtuj.sk](#), [Mladi za enakost](#) ali [Evropski dialog](#).

## Medijska pismenost in mediji ali novinarji

Prav tako je pomembno, da novinarji in drugi medijski ustvarjalci pridobijo nove kompetence na področjih, kot so najnovejša tehnologije in pristopi, podatkovno novinarstvo, novinarstvo rešitev, novi poslovni modeli, vključevanje državljanov ali družbena odgovornost medijev. Takšne možnosti svojim študentom ponujajo univerze (same ali v sodelovanju s profitnimi ali neprofitnimi organizacijami), včasih tudi medijske hiše. Vendar v primeru slednjih te niso pripravljene dati več prostih dni svojim zaposlenim, da bi se udeležili strokovnega usposabljanja. Evropski dialog na Slovaškem nenehno organizira tovrstna usposabljanja, predvsem mednarodna, in ponuja tudi druge priložnosti za



profesionalni razvoj medijskih ustvarjalcev (zlasti mladih), npr. mreženje in mentorstvo. Fundacija odprte družbe ([Open Society Foundation](#)) organizira Akademijo preiskovalnega novinarstva in vodi Sklad preiskovalnega novinarstva. Novinarske in medijske nagrade ter sheme štipendij prav tako spodbujajo strokovnjake k nadaljnjemu razvoju.

Mediji in novinarji tudi sami ozaveščajo javnost o temah, kot so dezinformacije, potegavščine, kritično mišljenje ali delovanje medijev. Časopis Dennik N je ustvaril spletno stran [Medijsko izobraževanje](#), ki vsebuje različne članke, dokumente in videoposnetke o teh temah. Na YouTubeu je objavljen tudi videoposnetek "[Novinarji govorijo resnico o svojem delu](#)". Ta praksa ni razširjena in zelo redko se zgodi, da bi predstavniki medijev odkrito govorili o neprofesionalnih ali celo manipulativnih praksah, ki jih uporabljajo tradicionalni mediji sami.

## **Ali so na področju izobraževanja o medijski pismenosti na Slovaškem kakšni napredki?**

V stari [Strategiji za mladinski sektor v Slovaški republiki](#) (2014-2020) je bila "kritična refleksija medijev" omenjena le kot ena od ključnih kompetenc v okviru teme "Mladi in svet". V novi [Strategiji za mladinski sektor](#) (2021-2028) pa je medijska pismenost izrecno omenjena kot eno od področij, na katerih je potrebno oblikovati, razvijati in izvajati nove programe (ukrep št. 6. 1. 5).

## **Obstoječe raziskave o stanju medijske pismenosti**

Najbolj kompleksne in kontinuirane raziskave na to temo na Slovaškem izvaja [Fakulteta za množične komunikacije](#) Univerze svetega Cirila in Metoda v Trnavi. Vodijo [Center za medijsko pismenost](#) in izdajajo znanstveno revijo *Medijska pismenost* in akademsko raziskovanje ([Media Literacy and Academic Research](#)), ki se osredotoča na akademsko refleksijo vprašanj medijske in informacijske pismenosti, medijske vzgoje, kritičnega mišljenja, digitalnih medijev in novih trendov na sorodnih področjih medijskih in komunikacijskih študij. Ob koncu svoje raziskave o [Medijski pismenosti odraslega prebivalstva na Slovaškem](#) (od 16 do 83 let) so leta 2015 prišli do številnih pomembnih ugotovitev, kot so te v nadaljevanju:

- najbolj priljubljen medij je televizija (68,8 % ljudi jo gleda vsak dan), sledi ji radio. Tiskani časopisi in revije so najbolj priljubljeni med starejšo generacijo - 43,7 % ljudi, starejših od 65 let, in le 19,5 % ljudi, starih od 16 do 24 let, jih bere vsak dan ali skoraj vsak dan;
- več kot dve tretjini vprašanih se zaveda, da različne vrste medijev enake dogodke ali informacije predstavljajo z različnih vidikov. Nepozornost in brezbržnost do različnih medijskih poročil o istem

dogodku sta najbolj razširjeni v najmlajši (42,4 %) in najstarejši (53 %) starostni kategoriji anketirancev;

- najbolj zaupanja vreden medij je radio (kot zanesljivega ali precej zanesljivega ga ocenjuje 37 %), sledijo mu časopisi (34,8 %) - kljub rezultatom, ki kažejo na majhno priljubljenost tega medija. Televiziji zaupa le 30,4 % anketirancev, kar 30,4 % pa jih meni, da je nezanesljiv ali malo zanesljiv vir informacij, kar je najvišja stopnja nezaupanja v medije, ki jo je pokazala raziskava;

- kar 72,3 % anketirancev je odgovorilo, da znajo prepoznati osnovne vsebinske in formalne vidike oglaševalskih in reklamnih sporočil;

- mladi, stari od 16 do 24 let (30,4 %) in od 25 do 34 let (25,3 %), imajo najbogatejše izkušnje z ustvarjanjem informacijskih in medijskih vsebin;

- komentarje o aktualnih družbenih ali političnih vprašanjih pogosteje izražajo moški (37,6 %), pri ženskah pa je ta odstotek nekoliko nižji (34,1 %);

- kot prvi korak ob obisku spletnega mesta ljudje večinoma (kar 61,2 % odraslih prebivalcev Slovaške) preverijo, ali predstavljene informacije ali drugi viri informacij ustrezajo njihovim prejšnjim izkušnjam;

- od skupnega števila anketirancev jih le 38,4 % preverja sporne informacije tudi na drugih spletnih straneh;

- od vseh udeležencev raziskave jih je 28,5 % izjavilo, da zlahka pravilno ocenijo nasprotujoče si informacije na internetu.

Drugo raziskavo je opravil Slovaški mladinski inštitut IUVENTA. Rezultati so bili leta 2008 objavljeni v dokumentu "[Mladi in mediji: medijska pismenost mladih na Slovaškem](#)". V njem je na primer navedeno, da:

- 18 % osnovnošolcev, 21 % srednješolcev in 25 % univerzitetnih študentov skoraj vedno preverja več vrst medijev hkrati;

- več kot 60 % osnovnošolcev je izjavilo, da se v šolskem okolju sploh ne pogovarjajo o najbolj priljubljenem mediju - televiziji;

- internet je najpomembnejši vir informacij: v ta namen ga uporablja od 45 do 48 % osnovnošolcev in srednješolcev ter 78 % univerzitetnih študentov.

Mladinski svet Slovaške je oktobra 2018 izvedel [Raziskavo o mladih in medijih](#). V njem so sodelovali mladi, stari od 15 do 24 let. Rezultati so bili objavljeni leta 2019. Poudarili so potrebo po preverjanju informacij iz različnih virov, sposobnosti prepoznavanja nepreverjenih in zavajajočih informacij ter spodbujanje teh kompetenc med mladimi. V njem je navedeno, da le 16 % mladih vedno primerja informacije z drugimi viri.

Leta 2001 je bila opravljena tudi raziskava "Mlada oseba in televizijske novice". Ukvarjala se je z odnosom srednješolcev do vsebin televizijskih novic. Raziskovalni vzorec je sestavljalo 875 srednješolcev. Cilj je bil določiti pogostost uporabe posameznih elektronskih informativnih medijev kot virov ustreznih informacij o dogodkih na Slovaškem in v svetu<sup>8</sup>.

## 2.2. Možnosti učenja medijske pismenosti v Bolgariji

Rezultati nove izdaje Indeksa medijske pismenosti za leto 2021, ki jo je pripravila Evropska pobuda za politike (EuPI) Inštituta za odprto družbo Sofija, uvrščajo Bolgarijo na 30. mesto v razvrstitvi 35 evropskih držav. Poročilo priporoča izobraževanje kot optimalen pristop k soočanju z lažnimi novicami in dezinformacijami.<sup>9</sup> Trenutno ni posebne strategije ali programa, ki bi spodbujal medijsko pismenost med mladimi ali programa, ki bi uvajal obvezno medijsko izobraževanje v Bolgariji. Kljub temu obstaja nekaj organizacij in kampanj, ki obravnavajo temo medijske pismenosti in so namenjene vključevanju medijskega izobraževanja v bolgarske šole.

Ena takih kampanj je Koalicija za medijsko pismenost (MLC), ki združuje številne organizacije, katerih dejavnosti so usmerjene v izobraževanje, novinarstvo in državljansko udeležbo, akademike in strokovnjake za medijsko pismenost. Glavni cilj koalicije je v celoti vključiti medijsko pismenost v izobraževalni proces in povečati medijsko pismenost v družbi. Priljubljena akcija koalicije, ki bo organizirana že četrto leto zapored, so Dnevi medijske pismenosti - v obliki video lekcij, spletnih seminarjev, animacijskih tečajev za spletno varnost, dezinformacije in preverjanje dejstev; predstavitev, spletnih usposabljanj in tečajev za mentorje, učitelje in študente ter starejše v manjših mestih in vaseh. MLC spodbuja pomen in potrebo po razvoju medijske pismenosti državljanov vseh starosti. Koalicija je konec leta 2020 zasnovala, preizkusila in predstavila prvo tehniko za ocenjevanje

<sup>8</sup> [https://www.iuventa.sk/files/documents/7\\_vyskummladeze/publikacie/media\\_mlade.pdf](https://www.iuventa.sk/files/documents/7_vyskummladeze/publikacie/media_mlade.pdf)

<sup>9</sup> Indeksa medijske pismenosti za leto 2021, <https://osis.bg/?p=3750&lang=en>

digitalnih medijskih spretnosti srednješolcev v Bolgariji, v začetku leta 2021 pa se je začel razvijati projekt "Medijska pismenost z učenjem na daljavo". Kampanjo podpirajo Ministrstvo za kulturo, Ministrstvo za izobraževanje in znanost, Program malih donacij Veleposlaništva ZDA, fundacija Amerika za Bolgarijo in UNICEF Bolgarija.

Koalicija za medijsko pismenost je konec maja in v začetku junija 2020 izvedla ankete - za učence<sup>10</sup> in učitelje<sup>11</sup> - v zvezi z učenjem na daljavo glede razvoja digitalnih spretnosti in medijske pismenosti. Cilji raziskav vključujejo prepoznavanje:

- vidikov spletnega učenja, ki zahtevajo dodatno pozornost, s poudarkom na razvoju digitalnih spretnosti in medijske pismenosti;
- dobrih praks za razvijanje sposobnosti kritičnega mišljenja in timskega dela;
- v kolikšni meri so učitelji seznanjeni z učnim okoljem in procesom izobraževalnih ur (na spletu);
- prednosti in slabosti spletnega učnega procesa z vidika učencev, merila učencev za dobro učno izkušnjo; njihova mnenja o področjih učnega procesa, ki jih je potrebno izboljšati;
- in več.<sup>12</sup>

Ker v bolgarskih šolah ni posebnega predmeta, ki bi se osredotočal na medijsko pismenost in digitalne spretnosti, poskušajo učitelji to temo vključiti v pouk matematike, biologije itd. Koalicija za medijsko pismenost organizira usposabljanje za učitelje, ki skušajo medijsko pismenost vključiti v predmete, ki jih poučujejo. Učitelji trdijo, da različne pobude civilne družbe, kot je Koalicija za medijsko pismenost, dajejo nekaj upanja za naslavljanje tega problema. Vendar to ni dovolj. Potrebno bo opraviti še veliko dela na tem področju.<sup>13</sup>

Druga organizacija, ki se zaveda pomanjkanja digitalnih veščin in medijske pismenosti v Bolgariji ter si prizadeva za njuno odpravo je SafeNet Center. Deluje od leta 2005. Delno je financiran iz evropskih

---

<sup>10</sup> Celotno besedilo ankete je dostopno tukaj <http://gramoten.li/wp-content/uploads/2020/09/%D0%94%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B5-%D0%B4%D0%BE-%D1%83%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%86%D0%B8-%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4.pdf>

<sup>11</sup> Celotno besedilo ankete je dostopno tukaj <http://gramoten.li/wp-content/uploads/2020/09/%D0%94%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B5-%D0%B4%D0%BE-%D1%83%D1%87%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B8-%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4.pdf>

<sup>12</sup> Uradna spletna stran Koalicije za medijsko pismenost, <https://gramoten.li/>

<sup>13</sup> Elmi, J., Kako se naučiti medijske pismenosti, 17.07.2021, <https://toest.bg/kak-se-uchim-na-mediyna-gramotnost/>

pobud "Varni internet", od leta 2014 pa deluje v okviru programa - "Boljši internet za otroke". Na kratko, glavne dejavnosti centra vključujejo:

- obdelavo signalov za otroško pornografijo ter računalniške napade na otroke in mladoletnike;
- svetovanje otrokom, mladoletnikom, staršem in učiteljem po telefonu in prek spletnih kanalov v primeru spletnih nesreč otrok;
- oblikovanje in izvajanje različnih usposabljanj za otroke, najstnike, starše, učitelje in druge strokovnjake;
- razvoj različnih virov za ozaveščanje javnosti o nevarnostih, s katerimi se soočajo otroci pri uporabi interneta, družbenih medijev in mobilnih naprav ter o načinih preprečevanja in iskanja pomoči.

Center izvaja tudi številne dogodke usposabljanja, izobraževalne spletne seminarje in programe za učence, učitelje in starše. Center je pripravil tudi vire in gradiva na to temo, ki so na voljo deležnikom.<sup>14</sup>

Potreba po zavedanju pomena medijske pismenosti in digitalnih spretnosti je omenjena tudi v nedavno sprejetem dokumentu "Digitalna Bolgarija 2025". V dokumentu je navedeno, da se izobraževalni sistem reformira, in čeprav ukrepi še ne ustrezajo obsegu digitalne preobrazbe, je poudarek na krepitvi digitalnih spretnosti večji. Primer tega je prenovljeni šolski učni načrt, ki od šolskega leta 2018-2019 dalje v tretjem razredu uvaja računalniško modeliranje. V višjih razredih srednješolskega izobraževanja je že več razredov, ki so osredotočeni na IKT. Poleg tega so v srednjih šolah na voljo tudi obšolske dejavnosti (na primer Nacionalni program poklicnega usposabljanja na področju IT). Na področju reforme visokega šolstva so bili sprejeti ukrepi za okrepitev sodelovanja med izobraževalnimi ustanovami in podjetji; Evropski socialni sklad podpira projekt za prilagoditev univerzitetnih programov potrebam trga dela. Vlada pomaga pri usposabljanju na nekaterih področjih, na katerih so bili doseženi dobri rezultati in prav tako glede na potrebe trga dela (vključno s fakultetami IKT in STEM).

Ena glavnih prednostnih nalog v dokumentu je povečanje digitalnih kompetenc in spretnosti. Glavni ukrepi v zvezi s šestim ciljem strategije: Posodobitev šolskega in visokošolskega izobraževanja na področju informacijskih in komunikacijskih tehnologij, so naslednji:

---

<sup>14</sup> Uradna spletna stran organizacije SafeNet Center, [www.safenet.bg](http://www.safenet.bg)

- zagotavljanje ustrezne infrastrukture na področju informacijske in komunikacijske tehnologije (IKT) v šolah;
- ocena digitalnih spretnosti učencev ob koncu prvega letnika srednje šole (ocena X);
- posodobitev učnega načrta in učnih metod;
- uvedba novega predmeta v osnovni šoli - računalniško modeliranje in uvedba usposabljanja za profil "Znanosti o programski in strojni opremi";
- izboljšanje spretnosti učiteljev;
- krepitev sodelovanja med izobraževanjem, industrijo in nevladnim sektorjem;
- vzpostavitev usklajenega pristopa k učinkovitim ukrepom na področju digitalnih spretnosti in zaposljivosti.<sup>15</sup>

Glede na digitalno okolje, v katerem živimo in iz katerega ne moremo pobegniti, mora biti izobraževanje o medijskih in digitalnih sposobnostih danes prednostna naloga. Ljudje morajo biti dobro opremljeni z znanjem in veščinami, da lahko živijo normalno življenje in se uspešno prilagajajo spremembam, saj se digitalna preobrazba pospešuje. Varnost naših otrok je prvi in najpomembnejši razlog za spodbujanje medijske in digitalne pismenosti na vseh področjih našega življenja. Res je, da se ljudje prilagodijo hitro spreminjajočim se razmeram, kadar nimajo druge izbire. Samoprilagajanje, zlasti otrok, pa je lahko tvegano in jih spravi v veliko nevarnost. Da bi preprečili takšne incidente in zagotovili blaginjo naše družbe, je treba medijsko vzgojo vključiti v šolske učne načrte, in sicer ne le s pobudami državljanov, temveč tudi s podporo uradnih organov in nacionalnih institucij.

## 2.3. Možnosti učenja medijske pismenosti v Sloveniji

Slovenija nima usklajenega dokumenta ali strategije za mlade na področju medijske pismenosti in varne uporabe novih medijev. V začetni strategiji razvoja medijev v Republiki Sloveniji do leta 2024 (Strategija razvoja medijev v Republiki Sloveniji do leta 2024) je tema "Medijska pismenost", ki navaja, da sta "medijska in digitalna pismenost del obveznega učnega načrta v osnovni šoli". Prvotna strategija je bila predhodnica Osnutka strategije na področju medijev za obdobje 2017-2025. Časovni okvir za izvajanje še ni bil sprejet. Strategija ne omenja novih medijev. Predvideva naslednje ukrepe:

- analiza stanja na področju medijske pismenosti,

<sup>15</sup> Digitalna Bolgarija 2015, celotno besedilo je dostopno tukaj: [https://www.mtc.government.bg/sites/default/files/uploads/it/cifrova\\_bulgariya\\_2025.pdf](https://www.mtc.government.bg/sites/default/files/uploads/it/cifrova_bulgariya_2025.pdf)

- uvedba programov medijske pismenosti ali vključevanje medijske pismenosti v druge šolske predmete. Medijska pismenost v povezavi z digitalno pismenostjo se oblikuje kot bistvena učna vsebina, po možnosti kot del drugega obveznega predmeta (npr. državljske vzgoje) in ne kot izbirni predmet in
- stalno spremljanje stanja medijske pismenosti z raziskavami vsako drugo leto.

Kazalniki so:

- primerjava analize stanja medijske pismenosti iz leta 2017 s preteklimi analizami,
- raven vključevanja vsebin s področja medijske pismenosti v šolske programe in
- obseg vključenosti odraslih v programe medijskega opismenjevanja.

Strategija Digitalna Slovenija - Strategija razvoja informacijske družbe do leta 2020 obravnava medijsko pismenost, vendar ne izključno v kontekstu mladih. Mladino omenja v okviru naslednjega ukrepa:

- usmerjanje mladih k izbiri poklicev na področju IKT in povezovanje mladih z zasebnim sektorjem in njegovimi potrebami ter usposabljanje za nova digitalna delovna mesta.

Po podatkih Ministrstva za javno upravo je v pripravi nova strategija "Digitalna Slovenija 2030". Eno prednostnih področij nove strategije bo digitalno vključevanje.

## **Medijska pismenost in spletna varnost v okviru formalnega izobraževanja**

V Sloveniji je medijska vzgoja trenutno omejena na osnovne šole, kjer imajo učenci možnost izbire samostojnega predmeta Vzgoja za medije. Hkrati je medijska vzgoja vključena v druge predmete v osnovnih šolah. Kritična medijska vzgoja je najintenzivneje prisotna pri predmetu Slovenščina, medijska vzgoja pa se aktivno izvaja pri predmetu Domovinska in državljska vzgoja ter etika. Obravnavajo teme tiskanih medijev, radia, televizije itd.

V srednješolskem izobraževanju je izjema predmet Sociologija, kjer so množični mediji in komuniciranje posebna učna tema. V visokošolskem izobraževanju se na Fakulteti za družbene vede izvajajo posebni študijski programi z imenom Komunikacijske študije: Medijske in komunikacijske študije (Katedra za medijske in komunikacijske študije).

Vsi večji projekti so v skladu z vsemi ustreznimi dejavnostmi Ministrstva za izobraževanje, znanost in šport. Spletne skupnosti so vzpostavljene znotraj slovenske izobraževalne mreže. Ministrstvo financira program Varni na internetu prek Arnesa (Akademska in raziskovalna mreža Slovenije). Program je namenjen predvsem odraslim uporabnikom in manjšim podjetjem, vključuje pa tudi srečanja za ravnatelje osnovnih šol v širšem okviru informacij o varnosti in spletnih zlorabah. Slovenski nacionalni center za posredovanje pri omrežnih incidentih (SI-CERT), ki deluje pod okriljem Arnesa, je osrednja nacionalna točka kampanje ozaveščanja javnosti o informacijski varnosti. Projekt je v celoti financiral Direktorat za informacijsko družbo Ministrstva za izobraževanje, znanost in šport. Direktorat je bil kasneje prenesen pod pristojnost Ministrstva za javno upravo.

Slovenija je bila prva država v Srednji in Vzhodni Evropi, ki je uvedla medijsko vzgojo v osnovne šole. Projekt je sestavljen iz dveh delov: predmeta medijska vzgoja v devetletni osnovni šoli in vsebin medijske vzgoje, vključenih v različne predmete (državljanstva in domovinska vzgoja ter etika in predmet maternega (slovenskega) jezika). Po podatkih Ministrstva za šolstvo je v zadnjih letih medijsko vzgojo v sedmih, osmih in devetih razredih izvajalo od deset do dvajset odstotkov vseh osnovnih šol (odvisno od šolskega leta). Učenci lahko medijsko vzgojo izberejo kot izbirni predmet v vseh treh letih, samo v enem ali v nobenem. Medijska vzgoja obsega tri tematske sklope, ki se obravnavajo celotno šolsko leto. V okviru prve teme se učenci osredotočijo na tisk, v okviru druge na radio, v okviru tretje pa na televizijo in internet.

Večina izobraževanja o medijski pismenosti v Sloveniji poteka v okviru srednješolskega učnega načrta. Najbolj celovito izobraževanje učencev o medijski pismenosti je na voljo v gimnazijah. Pri predmetu Angleščina kot tuji jezik je priporočena tema Sodobno komuniciranje in mediji. V okviru izbirnega predmeta Evropske študije je na voljo izbirna tema Medijske študije. Predmet Filozofija je v okviru medpredmetnih tem vključen v medijsko vzgojo. Pri predmetu Informatika se učenci naučijo uporabljati različne medije, iskati vire v različnih medijih, vrednotiti podatke in obdelovati informacije. Pri predmetu Italijanščina kot tuji jezik medpredmetne teme vključujejo medijsko vzgojo, zlasti delo z mediji in razvijanje kritičnega odnosa do medijev ter varno uporabo računalnika. Pri predmetu Nemščina kot tuji jezik so priporočljive teme znanost, tehnologija ali množični mediji. Zlasti v okviru medpredmetnih povezav je kroskurikularna tema medijska vzgoja.

Pri predmetu Sociologija je medijska vzgoja verjetno najbolj poudarjena v celotnem učnem načrtu. Ena glavnih tem predmeta Sociologija, ki je vključena tudi v zaključni izpitni del predmeta, so množični mediji in komunikacije (poglavje obravnava protislovno vlogo množičnih medijev pri oblikovanju in prenosu informacij in interpretacij z vidika družbe in posameznika, možnost avtonomije in nadzora v odnosu do politike in lastništva, analizira vpliv procesa ustvarjanja novic, različne interpretacije



vpliva medijev ter večplastno vlogo novih komunikacijskih tehnologij v sodobni družbi in v procesu globalizacije). Aktivno državljanstvo je obvezni predmet v kategoriji drugih oblik izobraževalnega dela. Temeljni cilj je spodbujati aktivno, ozaveščeno in odgovorno demokratično državljanstvo. V okviru predmeta Aktivno državljanstvo učenci razvijajo kritično razumevanje sodobnih medijev, oblikujejo stališča o možnostih in omejitvah medijskega poročanja ter analizirajo vlogo medijev v sodobni družbi. Med obveznimi izbirnimi predmeti je tudi izbirni predmet Knjižnične informacijske spretnosti, pri katerem se učenci naučijo razumeti spreminjajočo se naravo znanja in tehnologije ter kritično uporabljati medije.

Poleg gimnazij je nekaj vsebin medijske pismenosti prisotnih tudi pri različnih predmetih v srednjem poklicnem izobraževanju. Tako kot v gimnazijah je tudi tu predmet Aktivno državljanstvo. Vsi programi srednjega strokovnega izobraževanja imajo modul pri drugem tujem jeziku, v katerem se med drugim učijo uporabljati različne medije in sodobno tehnologijo za projektno raziskovanje v tujem jeziku, sporočanje in kritično vrednotenje informacij ter uporabljati svetovni splet kot informacijski in komunikacijski medij (iskanje informacij, uporaba enciklopedij, sodelovanje v projektih medmrežnega povezovanja). V nekaterih poklicnih srednješolskih programih lahko izberete predmet Psihologija ali Sociologija. Pri predmetu Sociologija lahko učenci izberejo izbirno temo Multimedija, kjer se naučijo, kako razumeti množične medije in delovanje komunikacije, teorije vpliva medijev in reprezentacije različnih družbenih skupin.

Poleg gimnazij in srednjega poklicnega izobraževanja obstaja tudi poklicno tehniško izobraževanje, kjer imajo dijaki enake možnosti kot v srednjem poklicnem izobraževanju, le da je izpuščen predmet Aktivno državljanstvo.

## **Spodbujanje medijske pismenosti in spletne varnosti z neformalnim učenjem**

Pod okriljem SAFE. SI, ki je bil ustanovljen leta 2005 in je nacionalni program za ozaveščanje otrok in mladostnikov o varni uporabi interneta in mobilnih naprav. Dejavnosti so namenjene štirim skupinam:

- otroci,
- mladostniki,
- starši in
- strokovni delavci (učitelji, socialni delavci, mladinski delavci).

SAFE.SI upravlja Center za varnejši internet v Sloveniji, nacionalni projekt za spodbujanje in zagotavljanje boljšega interneta za otroke. Projekt sofinancira Instrument za povezovanje Evrope Evropske unije, v Sloveniji pa ga finančno podpira tudi Ministrstvo za javno upravo. Projekt vodi konzorcij partnerjev, ki ga koordinirajo Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani, Akademsko in raziskovalna mreža Slovenije (Arnes), Zveza prijateljev mladine Slovenije (ZPMS) in Mladinsko informativno svetovalno središče Slovenije (MISSS).

Ozaveščanje o tveganjih, ki jih predstavljajo novi mediji

Projekt Center za varnejši internet izvajajo: Univerza v Ljubljani (Fakulteta za družbene vede), Arnes, Zveza prijateljev mladine Slovenije in Mladinsko informacijsko svetovalno središče Slovenije.

Financirata ga Agencija INEA pri Evropski komisiji (prek instrumenta Povezovanje Evrope) in Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport.

Center za varnejši internet ponuja tri glavne storitve:

- Ozaveščanje o varni uporabi interneta in novih tehnologij, namenjenih otrokom, mladostnikom, staršem, učiteljem in socialnim delavcem z različnimi aktivnostmi v živo ter na spletu, usposabljanji, delavnicami, gradivi, promocijskimi kampanjami in medijskimi kampanjami o varni in odgovorni uporabi interneta ter mobilnih naprav.
- Svetovalno linijo za spletne težave – Tom telefon 166 111. Svetovalci odgovarjajo na vprašanja, rešujejo dileme in rešujejo probleme povezane z uporabo interneta, vsak dan med 12. in 20. uro. Od februarja 2013 deluje klepetalnica TOM (TOM telefon za otroke in mladostnike), kjer lahko otroci, mladostniki in njihovi starši preko spletnega klepeta prejmejo nasvete in pomoč.
- Anonimno spletno prijavo nezakonitih spletnih vsebin. Ta vključuje videoposnetke spolne zlorabe otrok (otročka pornografija) in sovražni govor. Če oseba naleti na takšno vsebino na internetu, jo lahko prijavi na Spletnem očesu. Podobni programi po vsej Evropi so se izkazali za učinkovit ukrep v boju za zmanjšanje nezakonitih vsebin na internetu.

Vir: Youthwiki, dostopno tukaj:

<https://nationalpolicies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/slovenia/68-media-literacy-and-safe-use-of-new-media>

## 2.4. Možnosti učenja medijske pismenosti na Kosovu

Kosovo nima konkretnega načrta ali strategije za izobraževanje o medijski pismenosti, vendar so si različne institucije, agencije in organizacije veliko prizadevale za večjo ozaveščenost in izobraževanje državljanov o medijski pismenosti. Trenutno stanje izobraževanja o medijski pismenosti na Kosovu najbolje pojasnjuje Dren Gërguri,<sup>1617</sup> ki pravi, da so predmeti, povezani s to temo, vključeni v nekatere šole na Kosovu kot izbirni predmeti, vendar obstajajo trije dejavniki, ki preprečujejo, da bi to postala redna praksa:

- pomanjkanje usposobljenosti učiteljev za medijsko pismenost,
- ni standardiziranih učnih načrtov (vsaka šola oblikuje svojega),
- uvrstitev predmetov medijske pismenosti med izbirne predmete.

Poleg tega Gentiana Paçarizi<sup>1819</sup> trdi, da neformalno izobraževanje postaja cvetoče okolje za medijsko in informacijsko pismenost, vendar poudarja, da pristop, ki temelji na projektnih dejavnostih, za pridobivanje veščin medijske pismenosti ni trajnostna rešitev.

### Iniciative in projekti

Nekatere najbolj priljubljene iniciative na Kosovu, ki se osredotočajo na izobraževanje o medijski pismenosti, so:

- Ponder
- Learn to Discern (L2D) – Kosovo
- Dokument o stališču o medijski in informacijski pismenosti na Kosovu

---

<sup>16</sup> Dren Gërguri je predavatelj na Oddelku za novinarstvo Univerze v Prištini "Hasan Prishtina" na Kosovu. Od leta 2009 dela tudi kot novinar, zdaj pa je urednik na radiu Paper Radio in avtor podkasta "Log me Dren Gërgurin". Na Kosovu, Zahodnem Balkanu in v drugih evropskih državah je organiziral več usposabljanj o medijski pismenosti in dezinformacijah. Kot gostujoči predavatelj je predaval na nekaterih evropskih univerzah, med drugim na Univerzi v Marburgu in na Univerzi v Vroclavu. Njegovi nedavni publikaciji sta "Politično komuniciranje v dobi družbenih medijev" (knjiga, ki je izšla pri KAS) in "Kosovo: politična kriza, še en izziv poleg COVIDa-19", poglavje o "Političnem komuniciranju in COVID-19", ki je izšlo pri založbi Routledge. Njegov osebni blog je: [www.drengerguri.com](http://www.drengerguri.com)

<sup>17</sup> <https://drengerguri.com/the-three-necessary-actions-of-the-ministry-of-education-for-media-literacy-in-kosovo/>

<sup>18</sup> Gentiana Paçarizi je svetovalka za medijsko in informacijsko izobraževanje, asistentka na oddelku za novinarstvo na Univerzi v Prištini, vodja kreativne agencije 'Taktika' in vodja projektov platforme 'Nova perspektiva'. Gentiana je bila tudi glavna urednica prve kosovske revije za izobraževanje o medijih in informacijah "INTRO", ki so jo pripravljali študenti oddelka.

<sup>19</sup> <https://seenpm.org/kosovo-needs-strategic-approach-to-mil-development/>

## **Ponder**

Ponder<sup>20</sup> je projekt, ki je del UNICEF Innovations Lab Kosovo in se izvaja v sodelovanju z nevladno organizacijo PEN. Ponder je bila tridnevna delavnica, katere cilj je bil med mladostniki in mladimi spodbujati medijsko pismenost in kritičen pristop do informacij.

"Innovations Lab" je s pomočjo programa Ponder doslej dosegel več kot 80 mladostnikov in mladih z vseh področij Kosova ter jih usposobil za kritičen pristop k informacijam, prepoznavanje in preverjanje pristranskosti ter presojanje vrednosti, pristnosti in zanesljivosti informacij, s katerimi se srečujejo.

## **Learn to Discern (L2D) – Kosovo**

KosovaLive in IREX trenutno izvajata projekt Learn to Discern (L2D) - Kosovo<sup>21</sup>, ki je namenjen reševanju izzivov, povezanih s porabo medijev in informacij na Kosovu, tako da več kot 1. 100 mladim odraslim omogočata pridobivanje veščin medijske in informacijske pismenosti z razvojem Very Verified (VV), množičnega odprtega spletnega tečaja (MOOC), ki se osredotoča na veščine kritičnega in analitičnega razmišljanja.

KosovaLive in IREX sta razvila skupino izvajalcev usposabljanja, imenovanih zelo preverjeni izvajalci (Very Verified Facilitators - VVF), ki bodo v decembru in januarju izvajali usposabljanje v okviru tečaja VV za najmanj 20 študentov in mladih odraslih.

## **Dokument o stališču o medijski in informacijski pismenosti na Kosovu**

Leta 2018 je INDEP<sup>22</sup> objavil dokument o stališču glede medijske in informacijske pismenosti na Kosovu, ki naj bi služil kot temeljni dokument za razvoj nacionalne politike za oblikovanje zakonodajnih in strateških okvirov za razvoj medijskih in informacijskih veščin za vse ljudi. Na podlagi njihove publikacije "vse zainteresirane strani menijo, da sta usklajena politika in strateški okvir medijske pismenosti ključnega pomena za interese javnosti in institucij. Zainteresirane strani so menile tudi, da mora uradni akter nositi pobudo v celotnem procesu usklajevanja in razvoja strategije, da bo delo celovito in medgeneracijsko zaradi trajnega institucionalnega spomina ter bo na koncu odgovorno in pregledno za vse."

<sup>20</sup> <http://www.ponder-ks.org/about/what-is-ponder/>

<sup>21</sup> <https://www.irex.org/project/learn-discern-l2d-media-literacy-training>

<sup>22</sup> [https://seenpm.org/wp-content/uploads/2019/04/INDEP\\_Position\\_paper\\_on-MIL.pdf](https://seenpm.org/wp-content/uploads/2019/04/INDEP_Position_paper_on-MIL.pdf)

## 2.5. Možnosti učenja medijske pismenosti v Grčiji

Ministrstvo za izobraževanje in veroizpovedi je odgovorno za oblikovanje politike na področju izobraževanja v Grčiji. Čeprav je potreba po usposabljanju na področju medijske pismenosti postala nujna, v zadnjih letih na tem področju ni bila razvita nobena uradna strategija. Učni načrti, ki se izvajajo na vseh ravneh izobraževanja, učence izobražujejo le na področju digitalne pismenosti. Medijska pismenost je omenjena le v nekaterih programih, ki so jih odobrili organi ministrstva, kot so programi STEAM. Poudariti moramo, da v teh programih medijska pismenost ni sama sebi namen.

Kljub temu imajo učitelji priložnost, da v "fleksibilni coni" osnovnošolskega izobraževanja vključijo prakse, namenjene izboljšanju spretnosti mladih na področju medijske pismenosti. "Fleksibilno območje medpredmetnih in ustvarjalnih dejavnosti", ki je del tedenskega programa in traja vsaj dve uri, skuša s svojo svobodno temo in aktivno metodologijo izpolniti dvojni namen: prvič, nadomestiti neelastičnost, enostranskost in razdrobljenost šole; drugič, počasi preliti vsakdanjo učno prakso z njenimi načeli in praksami. V srednješolskem ali visokošolskem izobraževanju morajo učitelji uvesti izobraževalna orodja, ki bodo izboljšala spretnosti, povezane z medijsko pismenostjo.

Ministrstvo za izobraževanje je med pandemijo razvilo programe MOOC, namenjene učiteljem na vseh stopnjah izobraževanja. Cilj teh programov je bil izboljšati spretnosti učiteljev na področju digitalne pismenosti, da bi se lahko soočili s potrebami, ki so se pojavile po izbruhu koronavirusa. Programi usposabljanja so se osredotočili na štiri osnovne veščine, ki jih imenujemo 4C (na podlagi začetnic njihovega imena v angleščini). To so sodelovanje, komunikacija, kritično mišljenje in ustvarjalnost, ki skupaj pomagajo učiteljem in učencem pri obvladovanju teh izzivov.

Ministrstvo je v zvezi z usposabljanjem na področju medijske pismenosti vzpostavilo spletno platformo Izobraževalna televizija. Učitelji, študenti in državljani imajo dostop do odprtih izobraževalnih avdiovizualnih virov za osnovno, srednje in visokošolsko izobraževanje ter vseživljenjsko učenje.

Gradivo, ki ga je mogoče pridobiti s platforme in je na voljo vsem, obsega naslednje teme:

- Internetna varnost v preprostih besedah.
- Varnost v družabnih omrežjih
- Kibernetsko ustrahovanje v preprostih besedah
- Kibernetsko ustrahovanje
- Naučim se o osebnih podatkih

- Prekomerna uporaba interneta
- Pravila lepega vedenja na internetu
- Spletno zapeljevanje – "grooming"
- Kibernetska odvisnost
- Pravila lepega vedenja na spletu
- Lažne novice

Naslednji seminarji so na voljo tudi v video obliki:

- Spletni seminar o kibernetnem ustrahovanju
- Spletni seminar o kibernetni odvisnosti
- Spletni priročnik SafeLine - nezakonita vsebina
- Spletni seminar SafeLine - koristni nasveti
- Spletni priročnik SafeLine za pritožbe glede nezakonite vsebine

Poleg tega je izobraževalna televizija ustanovila nagrado "Medijska pismenost", ki nagraduje sistematično prisotnost šole pri ustvarjalni produkciji in kritičnem pristopu k avdiovizualnim medijem.

Organizacija, ki sodi v širši javni sektor in je dejavno vključena v vprašanja, povezana z medijsko pismenostjo, je Nacionalni center za avdiovizualne medije in komunikacije (EKOME). EKOME je v četrtek začel novo partnerstvo z Unescom in izobraževalno mrežo GAPMIL-Global Alliance for Partnerships in Media and Information Literacy (Globalna zveza za partnerstva na področju medijske in informacijske pismenosti), katerega cilj je spodbujati veščine medijske pismenosti v južni Evropi.

EKOME je bil grški partner v projektu, v okviru katerega je bilo ustvarjeno evropsko orodje "EduMediaTest". Orodje, ki je zdaj odprto in na voljo za uporabo šolski skupnosti, je opisano kot prvo kombinirano orodje za ocenjevanje znanja in spretnosti na področju medijske in digitalne pismenosti za učence, stare od 14 do 18 let. EduMediaTest je odobrilo Ministrstvo za izobraževanje za uporabo in izvajanje v šolskih skupnostih srednjega izobraževanja v Grčiji.

Laboratorij za mirovno novinarstvo (Peace Journalism Laboratory - PJJ), ki je del Oddelka za novinarstvo in množične medije na Univerzi Aristotel v Solunu, se v velikem obsegu ukvarja z vprašanji digitalne medijske pismenosti. PJJ vsako leto organizira teden medijske pismenosti, med katerim v Atenah in različnih mestih na severu Grčije potekajo javni nagovori in delavnice, namenjeni ozaveščanju o tej temi. Delavnice so namenjene knjižničarjem, novinarjem, izobraževalcem in

trenerjem, ki želijo obogatiti svoje znanje in se seznaniti z novimi praksami na področju digitalne in medijske pismenosti. PJJ izvaja tudi akademske raziskave na tem področju.

Na področju digitalne varnosti je bil leta 2004 ustanovljen grški center za ozaveščanje - Saferinternet.gr. Izvaja različne dejavnosti, kot so informativni seminarji, delavnice za usposabljanje izobraževalcev ter spletne in "offline" kampanje. Glavni cilj centra je zagotoviti varnejše spletno okolje. Enakovredna kampanja za varnost na internetu se izvaja že od leta 2004, po podatkih spletne strani Saferinternet.gr pa je glavni cilj njihovih kampanj:

- *Zaščita mladoletnikov pred nezakonito in škodljivo vsebino, stiki in vedenjem v zvezi z internetom in drugimi spletnimi tehnologijami.*
- *Ozaveščanje in izobraževanje staršev o tem, kako lahko zaščitijo sebe in svoje otroke pred morebitnimi nevarnostmi, ki jih prinaša nepravilna uporaba spletnih tehnologij, kot sta internet in mobilni telefon.*
- *Spodbujanje pozitivnih vidikov spletnih tehnologij kot dragocenih orodij za izboljšanje kakovosti našega vsakdanjega življenja.*
- *Izobraževanje učiteljev o varni uporabi interneta, da se bodo zavedali tako koristi kot tveganj, s čimer bi lahko v razredu ustvarili ukrepe z multiplikativnim učinkom.*
- *Spodbujanje dialoga med mladoletniki in starši o pravilni uporabi spletnih tehnologij in varnostnih vprašanjih, spodbujanje spletne varnosti in kritičnega razmišljanja.*
- *Podpora (starim) staršem, vzgojiteljem in mladoletnikom z ustreznim ozaveščevalnim in informativnim gradivom.*

## 3. Metodologija

Za pripravo smernic gaMEfy je partnerstvo izvedlo vrsto raziskovalnih dejavnosti v svojih državah, da bi spoznalo stanje medijske pismenosti in potrebe mladih.

Metodologija raziskave je vključevala več zaporednih korakov:

1. Partnerji so opravili **raziskavo** o stanju na področju medijske pismenosti v partnerskih državah, poiskali obstoječo zakonodajo in izvedli raziskavo o naslednjih dveh vprašanjih:
  - a. Kakšno je trenutno stanje na področju izobraževanja o medijski pismenosti? (Ali so na voljo kakšni formalni tečaji, učni načrti, tečaji itd.? Ali je veliko neformalnih pobud? Ali so priljubljeni? Ali so v vaši državi naredili kakšen napredek pri izobraževanju o medijski pismenosti?)
  - b. Ali v vaši državi že obstajajo raziskave o stanju medijske pismenosti? Če obstaja le v vašem jeziku, se lahko sklicujete nanj in prevedete ključne točke ter jih povzamete in povzamete.

Raziskava, ki je bila na podlagi tega opravljena, je predstavljena v pregledu literature v trenutnih smernicah.

2. **Preizkušanje** igre gaMEfy: po dokončanju izobraževalne igre gaMEfy in njenem testiranju so partnerji določili optimalno najmanjše število skupin, ki so primerne za preizkušanje igre, povezano z zbiranjem podatkov za smernice gaMEfy. Kot je bilo načrtovano, so vsi partnerji izvedli vsaj 5 krogov testiranja igre, v katerih so prek spleta ali osebno povabili najmanjšo skupino 5 mladih k igranju igre gaMEfy. Zbrani podatki, pridobljeni z igranjem, se uporabljajo za analizo dejanske ravni medijske pismenosti med mladimi v partnerskih državah in so opisani v naslednjem delu smernic GaMEfy.
3. **Vprašalniki** za povratne informacije in **ciljne skupine** z mladimi na temo izobraževanja o medijski pismenosti: ob koncu vsakega poskusnega srečanja igre gaMEfy so bili udeleženci naprošeni, da izpolnijo vprašalnik v Googlovem obrazcu, ki se je nanašal na splošno medijsko pismenost. Večina vprašanj v tej raziskavi se sicer dotika teme igre kot izobraževalnega orodja, vendar se osredotoča na to, kako mladi doživljajo izobraževanje o medijski pismenosti, kakšna je njihova realnost in kakšne so njihove potrebe. Rezultati vprašalnika so analizirani tudi v naslednjem delu smernic GaMEfy.
4. **Oblikovanje priporočil glede politike** na podlagi celotnega dela projekta gaMEfy. Partnerji projekta gaMEfy se s temo medijske pismenosti niso aktivno ukvarjali le v času trajanja in z



namenom projekta, temveč tudi v okviru drugih pobud, pri čemer so sodelovali s strokovnjaki na to temo, oblikovalci politik in idejnimi voditelji v partnerskih državah. Partnerstvo gaMEfy na podlagi vseh raziskav, ki so potekale v okviru projekta, vseh neformalnih srečanj z zainteresiranimi stranmi, poskusnega izvajanja igre gaMEfy in multiplikativnih dogodkov v različnih državah predlaga priporočila za posamezne države in EU za izboljšanje ravni medijske pismenosti ter oblikovanje izvedljivih in uporabnih mehanizmov za razvoj na tem področju. Ustvarjena politična priporočila so navedena v nadaljevanju tega dokumenta.

## Omejitve

Čeprav se je partnerstvo gaMEfy trudilo raziskati temo in jo predstaviti z največjo poštenostjo in skrbnostjo, ima kot vsaka študija tudi ta nekaj omejitev:

- **Velikost vzorca:** Čeprav so vsi partnerji izvedli preizkusno testiranje za gaMEfy, v primerjavi s populacijo mladih v partnerskih državah velikost vzorca ni reprezentativna za vse države. Vendar pa podatki niso nepomembni, saj poglobljeno obravnavajo vprašanja medijske pismenosti in izobraževanja o medijski pismenosti ter vključujejo "varnostni" mehanizem pri branju resničnih rezultatov igralcev igre gaMEfy.
- **Omejitve igre:** Treba je upoštevati, da igra morda ni povsem enako zahtevna na različnih ravneh. Pri igranju igre GaMEfy lahko igralec nekatere teme veliko lažje obravnava kot druge. To je posledica splošne narave različnih tem, pa tudi tega, da se o različnih temah, povezanih z medijsko pismenostjo, v družbi vsakodnevno razpravlja. Teme, kot je "e-varnost", imajo "prednost" v smislu višje stopnje pravilnosti odgovorov, vsaj deloma zato, ker so vprašanja, povezana s to temo, poudarjena pogosto in iz številnih različnih virov, medtem ko je pri drugih temah gradivo morda bolj oddaljeno in mladim neznano.
- **Vprašalnik:** Kot je bilo omenjeno, je partnerstvo po preizkusni izvedbi igre gaMEfy kot raziskovalno metodo uporabilo anketo Google Forms. Anketa je vsebovala kvalitativna in kvantitativna vprašanja. Na vsa vprašanja ni bilo treba odgovoriti, zato se velikost vzorca, uporabljenega v nadaljevanju dokumenta za vizualizacijo podatkov in ugotovitve, spreminja glede na število odgovorov. Kljub temu je pri vseh vprašanjih zbranih odgovorov vedno več kot 50 in so zato statistično pomenljivi.

## 4. Ugotovitve raziskav in analiza

V igri, ki gostuje na spletni strani gaMEfy, je bilo do marca 2022 prešteti 567 igralcev. Na spletnem mestu se beležijo igralci, ki se ponavljajo in imajo račun. Skupno število igralcev, ki so **vsaj** dvakrat odigrali en del igre, je 254. To pomeni, da se je skoraj polovica igralcev vrnila k igranju, morda zato, da bi dosegli grad in/ali si z uspešnim zaključkom kategorije prislužili več značk.

Spodaj je tabela, ki jo ustvari igra sama kot metrične in statistične podatke. Na prvi pogled opazimo, da je najbolj igrana kategorija (po številu igralcev) digitalna medijska pismenost, medtem ko je najbolj uspešna kategorija (glede na točnost) preverjanje informacij in kritično mišljenje.

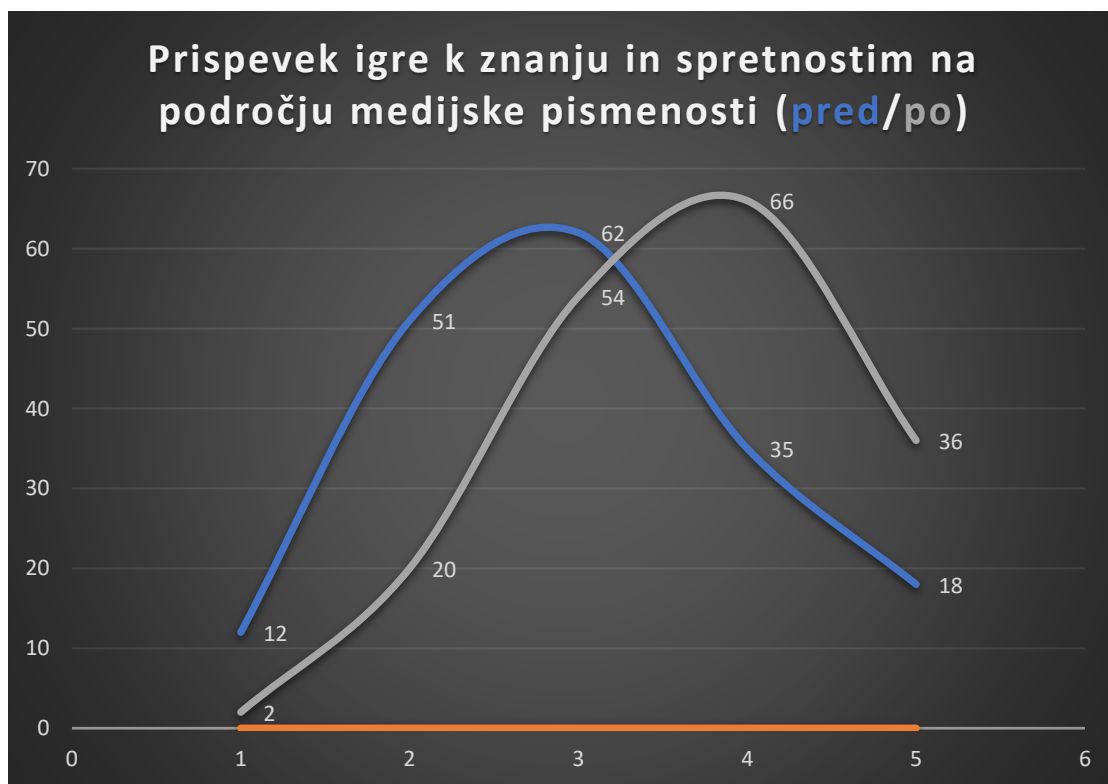
Poleg tega se bronasti znaki podelijo, če je stopnja uspešnosti kategorije vsaj 30-odstotna. Za srebrno značko je potrebna stopnja uspešnosti od 30 % do 70 %, za zlato značko pa bo igralec prejel približno 70 % uspešnosti. Ta kombinacija stopenj uspeha in nagrad je bila izbrana za uravnotežen sistem nagrajevanja med težavami. Potrebno je omeniti, da se značke ne podeljujejo na ravni "gradu". Uspešno opravljena stopnja "gradu" omogoča pridobitev certifikata.

Ime kategorije	Udeleženci	Število vprašanj	Pravilnost odgovorov	Zlate značke	Srebrne značke	Bronaste značke
Javni in komercialni mediji v digitalni dobi	115	25	32.01%	7	51	48
Družbena odgovornost digitalnih medijev	109	15	30.66%	12	40	49
Preverjanje informacij in kritično razmišljanje	98	28	61.57%	41	41	10

<b>Digitalni mediji</b>	<b>136</b>	<b>22</b>	<b>36.72%</b>	<b>12</b>	<b>73</b>	<b>37</b>
<b>Digitalna medijska pismenost</b>	<b>225</b>	<b>35</b>	<b>37.30%</b>	<b>18</b>	<b>107</b>	<b>50</b>
<b>E-varnost</b>	<b>102</b>	<b>23</b>	<b>48.47%</b>	<b>21</b>	<b>66</b>	<b>10</b>
<b>Grad</b>	<b>61</b>	<b>14</b>	<b>14.32%</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>

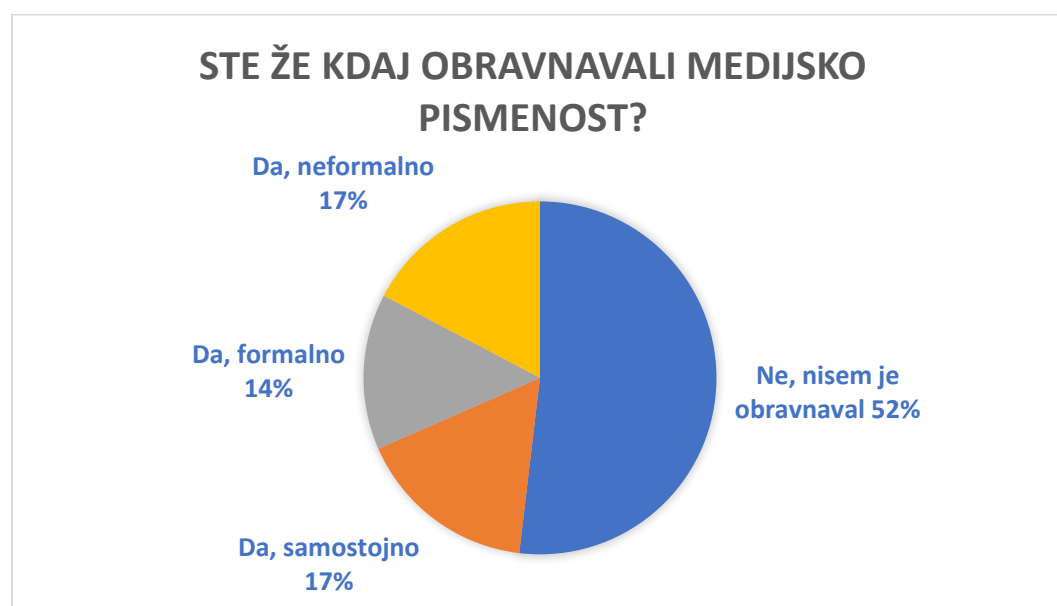
Zgornja tabela ponuja prvi pregled, kako igra prispeva k izobraževalnemu vidiku medijske pismenosti. Rezultati igre sami po sebi ne predstavljajo celotne "slike". Udeleženci, ki so sodelovali na dogodkih, so morali izpolniti spletni vprašalnik, da bi zbrali povratne informacije na podlagi vprašanj in nekaj informacij o njihovem splošnem znanju o medijski pismenosti.

Številke v spodnjem grafu predstavljajo posamezne odgovore na vprašanja. Na vodoravni osi 1 pomeni **slabo**, 2 **zadostno**, 3 **zadovoljivo**, 4 **zelo dobro**, 5 **odlično**. To so udeleženci uporabili kot samooceno, s katero so pokazali raven znanja in spretnosti o medijski pismenosti pred igro in po njej. Pomembno je poudariti, da so udeleženci odgovarjali na obe vprašanji ob koncu igre in ne pred in po igranju igre.

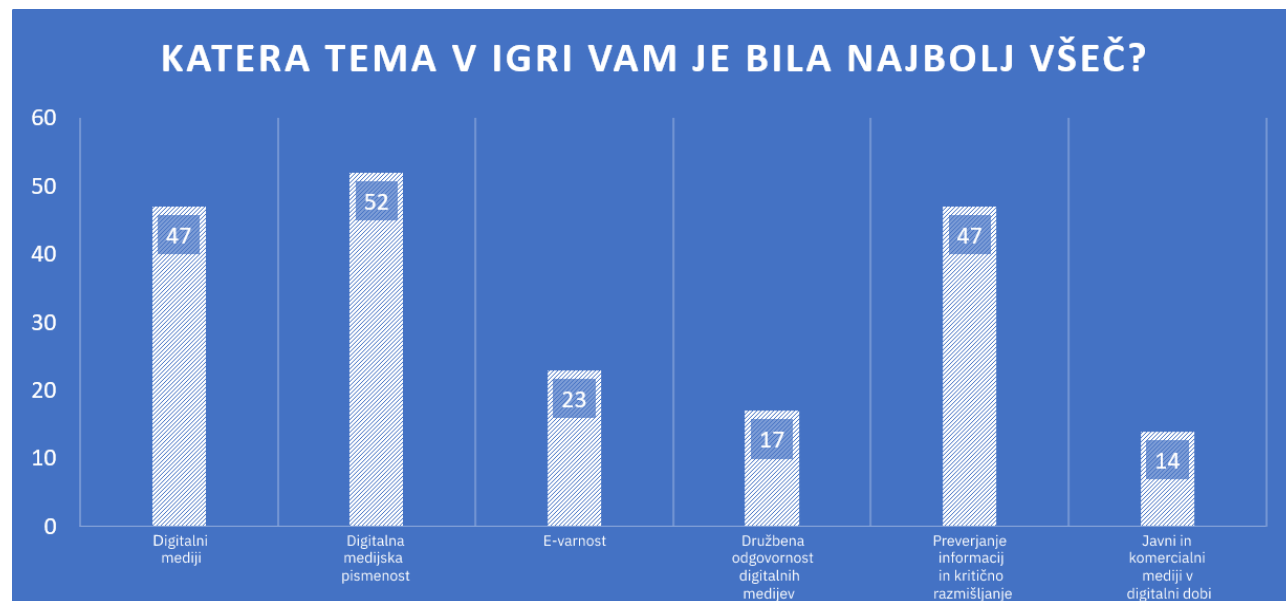


Kot je razvidno iz grafa razpršitve in trendne črte, se zdi, da je opazen premik v znanju in spretnostih na področju medijske pismenosti. Podatki kažejo, da so udeleženci, ki so igrali igro, sami ocenili, da se **po** igranju igre počutijo **bolj** kompetentne. Zlasti tisti, ki so pred igranjem igre odgovorili zelo dobro (4), so se po igranju igre skoraj podvojili. Poleg tega se je število udeležencev, ki so pred igranjem igre svoje znanje ocenili kot dobro (2), zmanjšalo za več kot polovico, še manj jih je bilo s slabo oceno (1), še več pa z zelo dobro oceno.

Poleg tega je na vprašanje, ali so se pred igranjem igre ali udeležbo na preizkusnem igranju igre učili medijske pismenosti, med 133 odgovori več kot polovica udeležencev odgovorila, da ne. Druga polovica udeležencev se je učila medijske pismenosti bodisi s formalnim učenjem, kot so srednješolski in univerzitetni tečaji, s samoučenjem, s pomočjo spletnih tečajev in gradiv, ki so jih našli sami. Nazadnje z neformalnim učenjem, kot so izvenšolski tečaji in neformalno izobraževanje (NFE)

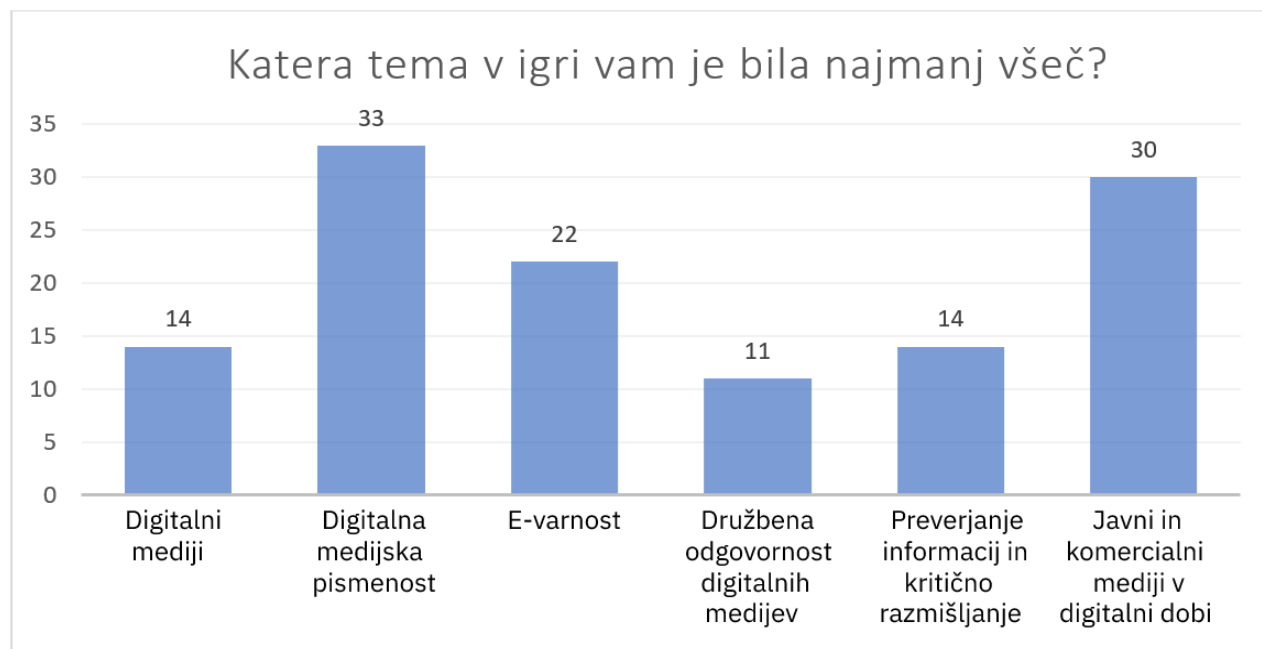


Udeleženci so bili pozvani, da glasujejo o tem, katera tema (teme) jim je najbolj všeč in katera najmanj. Imeli so možnost izbrati več kot eno temo, rezultati pa so bili naslednji.



Ugotovitve kažejo, da je bila **digitalna medijska pismenost** izbrana kot tema, ki jim je bila najbolj všeč, drugo in tretje mesto pa sta bila izenačena med **digitalnimi mediji** in **preverjanjem informacij** ter **kritičnim mišljenjem**. Če povežemo podatke iz statistike igre, lahko razlog, da je bila digitalna medijska pismenost izbrana za najbolj zanimivo, pripišemo dejstvu, da je imela tudi največ igralcev. Pri digitalnih medijih je bila druga najbolj igrana, preverjanje informacij in kritično mišljenje pa imata trenutno največ pravih odgovorov, kar lahko udeležence spodbudi k glasovanju za to temo.

Konzorcij je želel dobiti tudi povratne informacije o tem, katera tema je udeležencem bila najmanj všeč. Te informacije so uporabne, saj so omogočile vpogled v to, kaj bi bilo mogoče izboljšati.



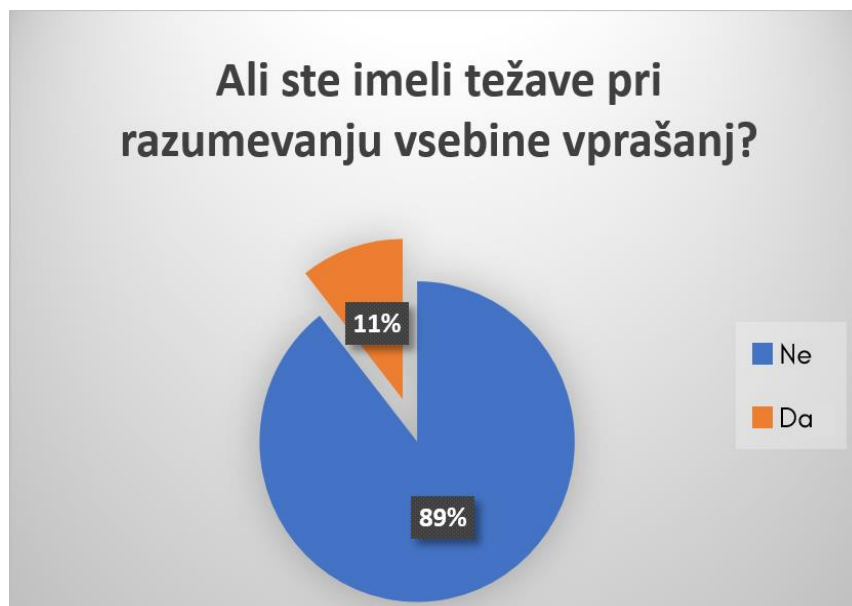
Zanimivo je, da je bila **digitalna medijska pismenost** kljub temu, da je bila najbolj priljubljena (kot je razvidno zgoraj), tudi najmanj priljubljena. To je mogoče razložiti tudi z velikim številom igralcev v tej kategoriji. Poleg tega je ta uvrstitev mogoča tudi zaradi večjega števila vprašanj, na katera so morali udeleženci odgovoriti, in nizko stopnjo točnosti, kar je pomenilo, da so morali udeleženci po možnosti vsa vprašanja pregledati večkrat.

Prav tako morda ni bilo prijetno sodelovati v kategoriji **javni in komercialni mediji v digitalni dobi** zaradi nizke stopnje točnosti in najmanjšega števila "zlatih značk."

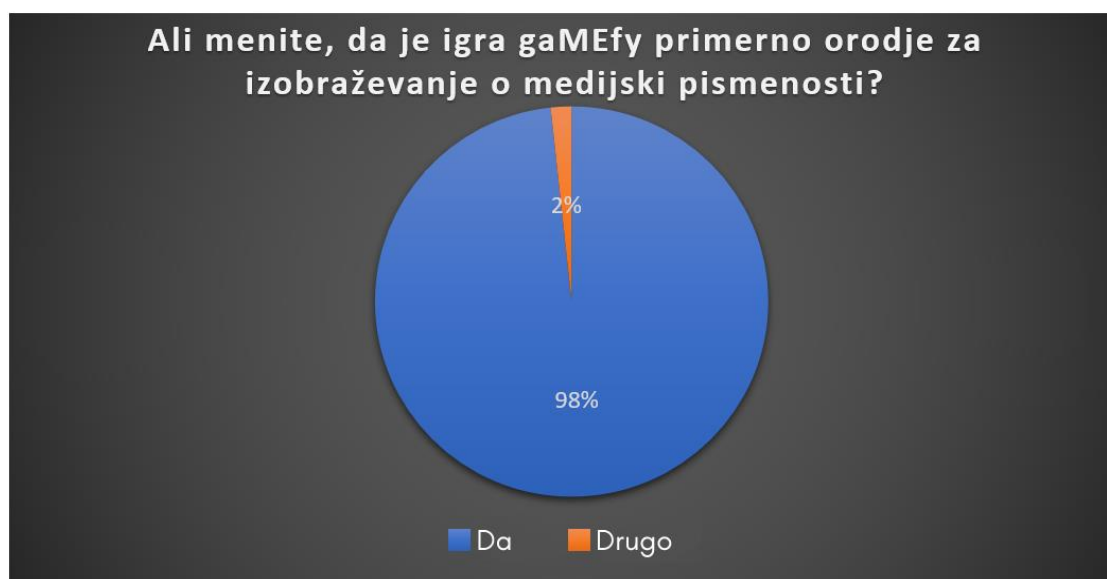
Kar zadeva teme igre, so udeleženci na vprašanje, katera tema iz igre je najpomembnejša za učenje, glasovali za **digitalno medijsko pismenost** (ki je bila izglasovana tudi kot najbolj in najmanj zanimiva). To je mogoče pojasniti s predhodno analizo, pa tudi z bližino ciljne skupine digitalnim medijem in nevarnostmi, ki jih ti prinašajo. Mlade nenehno opozarjamo, naj dostopajo do medijev, ki jih uporabljajo, večinoma digitalnih, s kritičnim pristopom in ocenjevanjem, saj so nevarni zaradi dezinformacij in lažnih novic. Poleg tega to pojasnjuje, zakaj so **digitalni mediji** izbrani kot najmanj

pomembni, saj je ciljna skupina že dobro seznanjena z digitalnimi mediji in se ji ne zdi, da bi se morala o njih dodatno izobraževati.

Kljub težavam pri nekaterih temah in fazah, kot je Grad, je večina udeležencev poročala, da niso imeli težav z razumevanjem vsebine vprašanj. Kar 89 % jih je dejalo, da nimajo težav z razumevanjem.



Glede koncepta igre gaMEfy na splošno pa naslednji statistični podatki kažejo, da je takšna igra učinkovito in zanimivo orodje za izobraževanje mladih o medijski pismenosti.



Med odgovori je bilo "Drugo" značilno za odgovore, ki so opozarjali na možnosti in prostor za izboljšave, vendar noben odgovor ni popolnoma zavrnil uporabnosti igre.

Kot je opisano v zgornji metodologiji, so partnerji opravili raziskavo ne le s pomočjo vprašalnika, katerega rezultati so bili do zdaj obravnavani, temveč tudi v okviru manjših ciljnih skupin, na podlagi katerih so vsi partnerji pripravili opisna poročila.

Glede **trenutnega stanja izobraževanja o medijski pismenosti v formalnih in neformalnih učnih okoljih** ugotovitve iz opisnih poročil kažejo, da je kljub različnim demografskim značilnostim ciljne skupine (glede na stopnjo izobrazbe) večina ljudi imela priložnosti za učenje v okviru neformalnih dejavnosti. Nekateri udeleženci so povedali, da so bili projekti Erasmus+ in mladinske izmenjave njihova prva izkušnja z medijsko pismenostjo in dezinformacijami. Drugi način izobraževanja o medijski pismenosti za nekatere ciljne skupine je bil samoučenje prek spletnih tečajev, seminarjev in videoposnetkov. V primeru Kosova pa so imeli udeleženci ciljnih skupin v obeh dogodkih močno predznanje medijske pismenosti iz formalnega izobraževanja. Ugotovili so, da je medijska pismenost del njihovega učnega načrta. Strinjali pa so se, da bi bil zelo uporaben bolj praktičen način poučevanja medijske pismenosti, namesto da bi se zanašali le na teorijo.

Na vprašanje, **ali je stanje izobraževanja o medijski pismenosti zadostno**, po plati vsebine, razpoložljivosti, vpliva, so v vsaki od partnerskih držav ali v tujini so skoraj vse ciljne skupine dejale, da stanje ni zadostno. Zdi se, da se mnogi strinjajo, da ni posebnega poudarka od formalnih učnih institucij za spodbujanje izobraževanja medijske pismenosti, temveč se zanašajo na neformalne učne organizacije za prevzem te naloge. Poleg tega nekateri trdijo, da če obstaja pobuda za spodbujanje izobraževanja o medijski pismenosti, je to zaradi nedavnega razvoja o pomenu družbenih medijev.

Skupna točka **najuporabnejših načinov učenja medijske pismenosti** za večino skupin je bila oblika učenja. V večini primerov so udeleženci menili, da bi bila najbolj uporabna interaktivna in vključujoča metoda. Drugi opozarjajo, da bi sklicevanje na pop kulturo in snemanje kratkih izobraževalnih videoposnetkov ustrezalo obliki medijev, ki jih večina mladih že uporablja. Splošno soglasje je, da se predmet, kot je medijska pismenost, lahko in v nekaterih primerih tudi mora poučevati formalno v učilnicah, kjer se lahko učenci in dijaki naučijo osnov prepoznavanja lažnih novic, vendar bi moral biti tudi bolj privlačen in razširjen, da bi se mu lahko pridružili tudi mnogi drugi (zunaj šolskega okolja). Ciljna skupina evropskega dialoga je poudarila, da bi bilo treba izobraževanje o medijski pismenosti poučevati že od mlajših let v formalnem izobraževalnem sistemu, vendar pa je veliko ljudi, ki so že končali šolanje in so zato izpostavljeni manjšim možnostim učenja; vsaj formalno; zato obstaja potreba po neformalnem izobraževanju tudi na tem področju.



Poleg tega se je večina vprašanih na vprašanje, kaj lahko naredi **izobraževanje o medijski pismenosti uporabno in privlačno**, strinjala, da je že oblika, ki jo ima igra gaMEfy, precej privlačna, saj poteka proces učenja preko igranja igre. Spodbuja zdravo tekmovalnost in jih motivira, da se naučijo več s pomočjo slovarja in dodatnih virov ali z lastnim raziskovanjem. Poleg tega je bilo v nekaterih ciljnih skupinah omenjeno, da je uporabnost medijske pismenosti mogoče bolje prikazati s prikazom posledic nizke medijske pismenosti. S primeri o vplivu nizkega indeksa medijske pismenosti na demokracijo, osebnem in javnem zdravju ter kibernetiskem ustrahovanju, bodo ljudje imeli večjo željo, da se podučijo o medijski pismenosti.

Udeležence ciljnih skupin smo vprašali o primerih, ko so **zaradi medijske pismenosti na neko situacijo gledali drugače**. V večini primerov so se udeleženci sklicevali na sedanjo svetovno pandemijo ter učinke potegavščin in dezinformacij na javno zdravje. Mnogi so dejali, da jih trenutna pobuda in trend preverjanja dejstev spodbujata k odkrivanju lažnih resnic in mitov, ki so jim bili izpostavljeni v mladosti bodisi v starih šolskih učbenikih bodisi v znanju, ki so ga posredovali njihovi vrstniki. Ko so začeli kritično ocenjevati nekatere medije, ki jih uživajo, si niso mogli pomagati, da ne bi počasi ocenjevali vseh medijev, ki jih uživajo, iskali virov, preverjali dejstva in iskali razloge, zakaj so nekateri članki napisani tako, kot so (s čustveno manipulacijo, pretiranim besednjakom itd.).

Udeležence smo spraševali tudi **o podcenjenih orodjih medijske pismenosti in o tem, kaj bi svetovali mlajšemu sebi**. Odgovori so se spreminjali glede na demografske značilnosti ciljnih skupin. Nekateri so omenili, da so pripombe in razprave na družbenih omrežjih lahko enostranske in da je treba biti pozoren na to, kakšna pristranska mnenja imajo ljudje in kakšne oblike pristranskosti imajo mediji. Vendar pa se večina strinja s skupno točko, da bi si svetovali, naj bodo zelo previdni pri tem, kaj objavljajo na družbenih omrežjih. Bistvo, da smo ustvarjalci medijev v številnih priložnostih, ne da bi se tega zavedali ali pazili je postalo še pomembnejše. Naj bo to komentar na forumu ali Facebook postu, ali slika, ki je bila objavljena na Instagramu ali Pinterestu. Kot takšni ustvarjalci medijev nosijo odgovornost za to, kar objavljajo ali komentirajo. Tudi dejstvo, da bodo mediji, objavljeni na spletu "zavedno ostali na spletu", jih je privedlo do tega, da se bolj zavedajo, kaj bi radi, da se povezuje z njimi. V preteklosti se je pojavil in se še pojavlja trend "potovanja" v preteklost in pregledovanja starejših objav znanih osebnosti ali zanimivih ljudi, pri čemer se večkrat "odkrije" vsebina, ki bi jo v sedanjem stanju lahko obžalovali. Ljudje se spreminjajo, včasih tudi njihova mnenja in morda se lahko stara mnenja ali spletne objave v prihodnosti uporabijo proti nekemu. Pogosti primeri so bila stara e-poštna imena, ki so jih ljudje obdržali, ali objave/tviti v družabnih medijih. Drugi primeri so se nanašali na volitve v Združenih državah Amerike leta 2016 in valove napačnih informacij, ki so privedli do številnih protestov in ogrožanja demokratičnih procesov.

Vprašani so bili tudi, ali so **zaradi igre GaMEfy premislili o temah**, ki so jih obravnavali med igro in preizkušanjem igre. Čeprav je večina ugotovila, da so se teh tem zavedali iz lastnih raziskav, so pohvalili, da se je igra dotaknila teh tem, še bolj pa so jim pomagali številni primeri, ki so bili uporabljeni v vprašanih igre. Nekateri pomembni odzivi in komentarji so se nanašali na družbeno odgovornost, ki jo imajo kot uporabniki in ustvarjalci vsebin. Zlasti zato, ker imamo zdaj potencialno veliko občinstvo pri ustvarjanju medijev, deljenju novic, oblikovanju mnenj kot dejstev itd. na spletu. Poleg tega je bila v tem vprašanju obravnavana tudi tema o količini informacij, ki so na voljo in povezane s posameznikom, in v mnogih primerih se niso zavedali, koliko spletnih strani ima dostop do teh informacij, kar kaže, da sta e-varnost in zbiranje podatkov zelo pomembna.

Nenazadnje so bili udeleženci ciljnih skupin kot strokovnjaki, mladinski delavci, aktivni državljani in nasploh aktivni mladi, pozvani, naj oblikovalcem politik in odločevalcem **svetujejo (če lahko) glede prihodnosti izobraževanja o medijski pismenosti**. Eden od predlogov je, da bi izobraževanje o medijski pismenosti izvajali že v osnovni šoli, saj trenutne študije kažejo, da medije uporablja še več mladih v mlajših letih kot sedanja generacija. Univerzitetni študenti prav tako menijo, da bi jim bilo dobrodošlo, če bi imeli na voljo izbirni predmet o medijski pismenosti. Poleg tega so mnogi predlagali, da bi morali biti vlada ter državni uradniki in predstavniki bolj glasni in pregledni glede dezinformacij, lažnih novic in propagande. Bodisi s podpiranjem projektov, ki pomagajo v boju proti temu, bodisi z lastnim zgledom in ozaveščanjem. Kot primer je bila navedena slovaška predsednica Zuzana Čaputova in njena oglaševalska ekipa, ki pogosto ustvarja vsebine za izobraževanje o medijski pismenosti in nevarnostih spletnega prostora. Nadalje predlagajo, da je treba uvesti alternativne in interaktivne načine poučevanja medijske pismenosti in da bi morale obstajati celo platforme za preverjanje dejstev, ki bi jih financirala država. Vendar pa so nekateri udeleženci fokusnih skupin omenili tudi, da se ne morejo v celoti zanašati na državne projekte in pobude, saj v njihovih državah ljudje ne zaupajo državi, kar povzroča dihotomijo med ljudmi.

Na podlagi statističnih podatkov o igri, ankete po igri in fokusnih skupin lahko **sklepamo**, da obstaja zanimanje in potreba po temah digitalne medijske pismenosti in e-varnosti. Ker mladi v primerjavi s prejšnjimi generacijami (digitalne) medije začenjajo uporabljati še mlajši, jih je treba zaščititi in jim zagotoviti potrebna orodja za kritično presojo in razpravo o medijih, ki jih uporabljajo. Poleg tega smo opazili tudi velik premik vlad in drugih uradnikov s tradicionalnih medijev na digitalne medije. Tisti, ki so se odločili za uporabo digitalnih medijev za izvajanje kampanj in pobud, so pri svojem občinstvu/ciljni skupini dejansko naleteli na boljši odziv. Zato morajo ljudje bolje prepoznati, kdaj so digitalni mediji prirejeni ali pristranski. Poleg tega tema e-varnosti postaja še pomembnejša zaradi tega, ker številna spletna mesta in spletne platforme shranjujejo in uporabljajo posredovane osebn

podatke. Na splošno bi se večina strinjala, da bi bil najučinkovitejši način poučevanja medijske pismenosti interaktivna metoda, ki ni nujno podobna strukturi ali obliki formalnega izobraževalnega sistema.

## 5. Priporočila glede politike

Ob upoštevanju trenutnih politik, potreb in razmer v državah, na katere se osredotočajo, in v celotni EU konzorcij Gamefy predlaga ukrepe, opisane na naslednjih straneh, za izboljšanje medijske in informacijske pismenosti v svojih državah in v celotni Evropski uniji.

### Slovaška

1. Medijska pismenost je lahko samostojen predmet ali del medsektorskega predmeta. V skladu z dokumentom OECD "Prihodnost izobraževanja in spretnosti do leta 2030, okvir konceptualnega učenja" lahko dodajanje novih predmetov ali učnih področij povzroči preobremenitev učnega načrta, medtem ko se lahko vključevanje teh kompetenc v obstoječe predmete izkaže za izziv zaradi konceptualne zapletenosti nekaterih od teh kompetenc. Nekateri dokazi kažejo, da samostojno učenje predmetov, specifičnih za posamezni kontekst, morda ni učinkovito<sup>23</sup>. Glede na naravo medijske pismenosti in njeno povezanost z drugimi temami, kot so človekove pravice, je bolje, da se **to področje vključi v druge predmete** (kot so informatika, zgodovina, državljanska vzgoja itd.) in **se mu nameni več pozornosti**. Za te predmete bi bilo v šolskih urnikih potrebnih več časa.
2. Prav tako bi bilo uporabno vključiti nabor različnih kompetenc in ustreznih virov v dokumente, ki bi jih pripravili javni organi v sodelovanju z organizacijami, ki delujejo na tem področju, da bi šolam dali smernice.

<sup>23</sup> OECD (2019). OECD Prihodnost izobraževanja in spretnosti 2030: OECD Learning Compass 2030. Založba OECD. Pariz. Stran 8. Pridobljeno s: [http://www.oecd.org/education/2030-project/teaching-and-learning/learning/core-foundations/Core\\_Foundations\\_for\\_2030\\_concept\\_note.pdf](http://www.oecd.org/education/2030-project/teaching-and-learning/learning/core-foundations/Core_Foundations_for_2030_concept_note.pdf).

## Bulgarija

1. Vključitev medijske vzgoje v šolske učne načrte.

Danes so mediji zelo razširjeni, zato je vključitev obveznega predmeta, povezanega z digitalno medijsko pismenostjo, v šolske učne načrte ključnega pomena za učinkovit razvoj mladih in odraslih. Takšna politika bo učencem po eni strani pomagala, da bodo med brskanjem po internetu varni, po drugi strani pa, da bodo pismeni na področju, ki je tako pomembno za njihov prihodnji razvoj. Prav tako bi bilo zelo uporabno, če bi bil tak predmet vključen v vse različne stopnje šolanja, celo v vrtce, vendar bi bilo dobro, če bi se upoštevale nekatere alternative za vseživljenjsko učenje.

2. Letno poročilo o varnosti na internetu in uspešnosti priljubljenih spletnih platform, ki bi ga naročila vlada.

Ker mladi veliko časa preživijo v družabnih medijih ter drugih priljubljenih aplikacijah in spletnih mestih, bi bilo takšno poročilo v veliko pomoč staršem in učiteljem pri nadzoru nad tem, kaj otroci in učenci počnejo na svojih telefonih ter pri zagotavljanju njihove internetne varnosti. Poročilo bi moralo vključevati informacije o tem, katere platforme predstavljajo veliko tveganje za uporabnike, ter nasvete in smernice za varnost na internetu.

3. Ustanovitev nacionalne organizacije, ki se ukvarja z digitalno medijsko pismenostjo in jo spodbuja.

Tak nacionalni organ bi se moral ukvarjati z: zagotavljanjem tečajev za učitelje/vzgojitelje/mladinske delavce/starše o digitalni medijski pismenosti; izvajanjem raziskav o digitalni medijski pismenosti, ki bi bile lahko dostopne vsem; pomočjo/vodenjem zgoraj omenjenega letnega poročila ter izvajanjem in razširjanjem drugih študij o izobraževanju o medijski pismenosti; sodelovanjem z drugimi lokalnimi ali mednarodnimi organizacijami, ki se ukvarjajo s to temo; izvajanjem medijskih izobraževalnih programov in pobud kot oblik neformalnega učenja; in drugimi.

4. Večja podpora vlade različnim lokalnim organizacijam, ki se ukvarjajo s spodbujanjem pismenosti na področju digitalnih medijev.

Obstaja veliko lokalnih organizacij, nevladnih organizacij, združenj (na področju izobraževanja mladih in odraslih), mladinskih centrov itd., ki delajo na projektih in resnično prinašajo spremembe ter prispevajo k spodbujanju in poučevanju digitalne medijske pismenosti. Če bi jih podpirala vlada, bi bil rezultat boljši. Na primer z zagotavljanjem

proračunskih sredstev za lokalne organe za izvajanje dodatnih dejavnosti, namenjenih spodbujanju digitalne medijske pismenosti.

5. Spoštovanje svobode izražanja kot ene glavnih človekovih pravic.

Digitalna medijska pismenost je tesno povezana s svobodo izražanja, zato bi morale vse države EU zagotoviti brezplačne medije, da bi ljudi spodbudili k izražanju in da bi bil njihov glas slišan. Na ta način ne bomo spodbujali le digitalne medijske pismenosti, temveč tudi aktivnost državljanov.

## Slovenija

1. Ker v slovenskih šolah ni konkretnega in samostojnega predmeta za medijsko pismenost, bi bilo priporočljivo, da se medijska pismenost uvede v sistem formalnega izobraževanja kot samostojen predmet ali kot tema, vključena v obstoječe predmete.
2. Drugo priporočilo je, da se s krepitvijo kombinacije med formalnim in neformalnim izobraževanjem medijska pismenost vključi v neformalno izobraževanje z neformalnimi metodami. Vendar še vedno kot del formalnega izobraževanja, ki bi ga izvajali zunanji neformalni izobraževalci. S tem bi se zmanjšalo tudi breme formalnih izobraževalcev.

## Kosovo

1. Zaradi zaveze, izražene med začetnimi posvetovanji, bi moral Urad za dobro upravljanje Kosova v sodelovanju s ključnimi organizacijami civilne družbe prevzeti vodilno vlogo pri določanju organizacijske strukture začetne delovne skupine. Začetna delovna skupina bo odgovorna tudi za prostovoljno dodelitev predstavnika zainteresiranih strani za vsako opredeljeno skupino zainteresiranih strani - od posameznih predstavnikov manjšin, tematskih strokovnjakov, predstavnikov industrije itd.
2. Začetna delovna skupina bo imela nalogo, da razširi zgoraj navedene strateške in specifične cilje ter pripravi začetni seznam nosilcev in sodelavcev v vsaki verigi ciljev. Začetna delovna skupina mora tudi zagotoviti, da so bili vsi potencialni sodelavci, ki so sodelovali pri oblikovanju strateških ciljev kontaktirani pred vsemi delovnimi sestanki in da bodo sodelovali v procesu.

3. Pod nadzorom Urada za dobro upravljanje bo začetna delovna skupina v sodelovanju z delovnimi skupinami za strateške cilje razvila tudi mehanizme za spremljanje procesa strategije, politike in izvajanja procesa. Ti mehanizmi spremljanja bodo zagotovili nadaljevanje procesa in spremljanje napredka.
4. Po ustanovitvi delovnih skupin za strateške cilje in dodelitvi vodilnih vlog delovnih skupin za strateške cilje bodo te skupine pripravile podrobne delovne načrte, vključno s pripravo izhodiščnih študij za doseganje svojih ciljev.
5. Zgoraj navedeni postopek mora vključevati vse ključne zainteresirane strani. V primeru premalo zastopanih marginaliziranih skupin si je treba izčrpno prizadevati za iskanje predstavnikov ali strokovnjakov marginaliziranih skupin, če se izkaže, da je prostovoljno zastopanje težko zagotoviti. Zagotoviti je treba vključevanje, da se v tem procesu upoštevajo potrebe najranljivejših.
6. Delovne skupine za strateške cilje morajo pred začetkom strateškega dela izvesti obsežno kampanjo ozaveščanja. V kampanji ozaveščanja je treba širšo javnost poučiti o začetnih konceptih medijske informacijske pismenosti (MIL), namenu začetne delovne skupine in strateških delovnih skupin ter zagotoviti možnosti za vključitev povratnih informacij o postopku za vse državljane.
7. Vse skupine morajo po začetnih delovnih sestankih pripraviti podrobne strateške, zakonodajne in izvedbene načrte, ki bodo dopolnili in/ali nadomestili ta dokument kot začetno stališče o medijski informacijski pismenosti (MIL) na Kosovu.

## **Grčija**

1. Medijska pismenost bi morala biti vključena v uradne učne načrte na različnih ravneh (od vrtca do srednje šole).
2. Medijska pismenost bi morala biti del učnih načrtov na visokih šolah, fakultetah ali oddelkih, ki izobražujejo na področju pedagogike. To bi veliko pripomoglo k nadaljnjemu spodbujanju in razvoju tega področja.

## Na ravni EU

1. Da bi izboljšali kakovost predmetov medijske pismenosti v šolah, je treba najprej zagotoviti kakovostno formalno in neformalno izobraževanje učiteljev. Prav tako bi bilo koristno povečati število knjižničarjev, ki so sposobni poučevati medijsko informacijsko pismenost (MIL) na področju medijev v osnovnih in srednjih šolah ter na visokošolskih ustanovah.
2. Tako formalno kot neformalno izobraževanje bi moralo biti pozorno tudi na manj tradicionalna področja medijske pismenosti, kot je filmska pismenost, in zagotavljati kompetence na teh področjih.  
V zvezi s tem bi bilo treba razviti in izvajati usposabljanje izobraževalcev s posebnim poudarkom na vzgojiteljih (učiteljih itd. ) o tem, kako uporabljati medijsko pismenost v učilnicah. To je več kot potrebno za učinkovito uporabo medijske in informacijske pismenosti.
3. Spodbujati in podpirati bi bilo treba izvajanje usposabljanja za odrasle ali upokojene in tiste, ki povezujejo generacije, saj so te dejavnosti ključne za razvoj medijsko pismene družbe, a vendar obstaja pomanjkanje ustreznih usposabljanj.
4. Pomembno je spodbujati tudi medijsko in informacijsko pismenost medijskih ustvarjalcev, saj jim ustrezne kompetence pomagajo pri prizadevanjih za povečanje zaupanja v medije ter pri preprečevanju, odzivanju in odpravljanju različnih oblik dezinformacij in izkrivljenih vsebin. Temo medijske etike bi bilo treba dopolniti z družbeno odgovornostjo.  
Vse to bi moralo biti obvezen del učnih načrtov na fakultetah, visokih šolah ali oddelkih za izobraževanje na področju novinarstva, medijev, komuniciranja ali odnosov z javnostmi. V osnovnih in srednjih šolah bi lahko uvedli prostovoljni predmet. Neformalno izobraževanje bi morale zagotavljati specializirane nevladne organizacije, medijske hiše ali pa bi se izobraževanje zagotavljalo v sodelovanju z obema.
5. Državljeni bi morali imeti možnost, da sodelujejo pri pripravi medijskih vsebin in da medijskim ustvarjalcem posredujejo pozitivne in negativne povratne informacije. Možnost bi morali imeti tudi, da svoja mnenja o medijih delijo s tistimi, ki lahko pripomorejo k pozitivnemu odnosu med otroki in mediji: s starši, strokovnjaki, vključno z učitelji in drugimi odraslimi ter mladimi.
6. Pomembno je podpirati raziskave, seminarje in konference, katerih cilj je združiti zainteresirane strani iz različnih poklicev in sektorjev, ki se ukvarjajo z medijsko pismenostjo.
7. Spodbujati in podpirati bi bilo treba razširjeno mreženje prek šol in mladinskih centrov ter sodelovanje z javnimi organi.

Programi s pobudami po šolah, programi v skupnosti: priložnosti za sošolce; partnerstva in povezave s formalnimi izobraževalnimi programi, npr. mladinski filmski festivali; spletne strani, ki jih oblikujejo mladi, e-časopisi, javno-zasebna partnerstva itd.

8. Oblikovati bi bilo treba nacionalne ali evropske strategije na področju medijske informacijske pismenosti (MIL). V proces bi morale biti vključene vse ključne zainteresirane strani, vključno s premalo zastopanimi marginaliziranimi skupinami, da bi se v celotnem procesu obravnavale potrebe vseh skupin. Če še ni tako, bi bilo treba medijsko pismenost vključiti v uradne učne načrte na različnih ravneh (od vrtca do srednje šole).

## 6. Zaključek

Na podlagi posameznih poročil partnerskih držav o stanju na tem področju in rezultatov kvalitativnih raziskav, ki so bile izvedene v okviru fokusnih skupin med mladimi, lahko rečemo, da digitalna in medijska vzgoja ni zadostna. Čeprav je medijska pismenost v vedno več državah pridobila na pomenu, predvsem v kroskurikularni obliki, še vedno ostajajo problematična vprašanja za njeno premišljeno uvajanje in ocenjevanje njene učinkovitosti.

Medijska in informacijska pismenost je že vključena v formalne učne načrte in splošne izobraževalne načrte številnih držav. Šole lahko ustrezne predmete izvajajo na različne načine - zagotavljajo samo osnovne ali napredne kompetence. Vendar pa je glavna težava v tem, da so predmeti medijske pismenosti v šolah včasih slabe kakovosti, z nekaj izjemami, kot je razvidno iz intervjujev s člani fokusnih skupin. V nekaterih državah, na primer na Kosovu ali v Bolgariji pa je v šolskem učnem načrtu sploh ni.

Nepogrešljiv del medijske pismenosti je kritično mišljenje, zaradi katerega ljudje dvakrat preverijo ali razmislijo o vseh medijskih sporočilih. Število priložnosti za neformalno učenje se povečuje, vendar je namenjeno predvsem mladim. Povpraševanje po novih učnih priložnostih in orodjih je prisotno, vendar bo potrebno o teh priložnostih in pomenu medijske in informacijske pismenosti ozaveščati več



učiteljev, šol, mladinskih centrov in drugih deležnikov. Koristno bi bilo tudi večje vključevanje medijev v izobraževanje o medijski pismenosti na splošno ter njihovo sodelovanje z nevladnimi organizacijami in formalnimi izobraževalnimi ustanovami. Širše javno razumevanje medijske etike in družbene odgovornosti, povečuje medijsko pismenost, hkrati pa medije sili k večjemu razmisleku o svoji vsebini.

Večina dejavnosti in orodij za medijsko pismenost v neformalnem sektorju se osredotoča na varno uporabo interneta in komunikacijskih tehnologij, zlasti družbenih medijev, sovražni govor, dezinformacije in kritično mišljenje. Povečuje se tudi število dejavnosti, ki se osredotočajo na razumevanje sveta medijev in razkrivanje napačnih informacij, vendar sta izobraževanje medijskih ustvarjalcev o medijski pismenosti in poudarjanje neetičnih, manipulativnih ali neprofesionalnih praks (zavedanje, da ne gre le za lažne novice in dezinformacije) v medijih še vedno obrobni temi.

Zelo učinkovito orodje za povečanje medijske digitalne pismenosti je simulacijska igra gaMEfy, ki je bila zelo pozitivno ocenjena na preizkušanju. Kljub manjšim težavam z izbranimi vprašanji je 89 % ljudi izjavilo, da nimajo težav z razumevanjem vsebine. Anketiranci so potrdili, da se je njihova digitalna medijska pismenost po igri izboljšala.

Zelo dragocena so tudi priporočila glede politik, ki so jih predlagali projektni partnerji na podlagi predhodnih raziskav. Gre za niz nacionalnih priporočil, ki so se v nekaterih pogledih razlikovala, ker so temeljila na različnih nacionalnih realnostih. Kljub temu je bilo mogoče ugotoviti več podobnosti, ki so v publikaciji oblikovane kot priporočila politik za celotno EU. Eden glavnih zaključkov in priporočil je – »Za izboljšanje kakovosti predmetov medijske pismenosti v šolah je pomembno, da učiteljem najprej omogočimo kakovostno formalno in neformalno izobraževanje.«

Rezultati projekta Gamefy imajo potencial, da jih uporabimo kot osnovo za dejavnosti vključevanja in razvoja medijske pismenosti v izobraževalni sistem. Zato se navdihnite in uporabite naša izobraževalna orodja pri svojem mladinskem delu ali spreminjanju politike na tem področju!