

## Istraživanje o medijskoj pismenosti

Niš, jun 2016.

## Sadržaj

<i>O medijskoj pismenosti.....</i>	<i>3</i>
<i>O istraživanju medijske pismenosti u niškim srednjim školama.....</i>	<i>6</i>
<i>Rezultati analize učeničkih odgovora.....</i>	<i>6</i>
<i>Rezultati analize odgovora profesora.....</i>	<i>15</i>
<i>Rezultati analize odgovora roditelja maturanata.....</i>	<i>21</i>
<i>Zaključci.....</i>	<i>27</i>

## O medijskoj pismenosti<sup>1</sup>

Medijska pismenost predstavlja skup gledišta koja u korišćenju medija aktivno primenjujemo da bismo protumačili poruke koje primamo.

Reč je o raznovrsnom i multidimenzionalnom pojmu, koji se može sagledavati iz više uglova. Međutim, teoretičari medija ističu da je potreba za zajedničkim konceptualnim okvirom inicirala ideju međunarodnog pokreta medijske pismenosti o neophodnosti postizanja nove svesti o medijima. Nova medijska svest može pomoći u postizanju dva ključna cilja: utvrđivanju značaja i uticaja medijskog sistema u našem svakodnevnom životu i razvijanju kompetencija neophodnih za korišćenje komunikacionih tehnologija. Na ovaj način medijska pismenost podstiče pristup tehnologijama i korišćenju instrumenata, kodova i jezika koji omogućavaju da se informacije prime, oblikuju i distribuišu. Takođe, ohrabruje građane da aktivno učestvuju u društvu. U suštini, to je jedan od načina kojim se balansiraju kompetencije, slobode i odgovornosti koje odgovaraju zahtevima novog komunikacionog scenarija.

U savremenom svetu medijska pismenost je na značaju posebno dobila 70-ih godina prošlog veka, kada su razvoj tehnologije medija i uslovi za veći i slobodniji pristup medijskom sadržaju rezultirali potrebom zaštite dece od negativnih sadržaja na internetu, što je dovelo do ideje o medijskom obrazovanju, čiji je krajnji rezultat medijska pismenost. Ipak, slobodno se može reći da je razvoj značaja medijske pismenosti u današnjem svetu, poslednjih nekoliko godina, podstaknut sa dva katalizatora:

- prvi je inovacija u akademskom kurikulumu, koja se pojavila sa digitalizacijom medija u skoro svakoj zemlji. To je podstaklo izmenu školskih programa, nastavnih materijala, a posebno obuku nastavnika još od 1990. godine. Naravno, to se nije dogodilo u svim zemljama, ali je činjenica da se iz godine u godinu povećava broj zemalja koje su uvele medijsku pismenost u obrazovni sistem;

- drugi katalizator je razvoj strategije za promovisanje informacionog društva, što je unapredilo formulisanje javnih politika u odnosu na medijsku pismenost. Zahvaljujući tome, medijska pismenost se

---

<sup>1</sup> U tekstu su korišćeni materijali više autora iz zemlje i sveta. Zahvaljujemo se svakom od njih uz nadu da će to biti zajednički doprinos promociji afirmacije potrebe za medijskom pismenošću.

pojavljuje u evropskim zakonima kao jedan od primarnih ciljeva kojem audio-vizuelni mediji treba da teže. Zbog svih ovih razloga, medijska pismenost postala je međunarodni pokret.

Ono što je posebno značajno u razvoju medijske pismenosti jeste odluka Evropske komisije 2009. godine da konzorcijum koji predvodi Evropska asocijacija za ostvarivanje interesa gledalaca izradi Studiju o kriterijumima za procenu nivoa medijske pismenosti. Osnovni cilj Studije bio je da se utvrde kriterijumi za merenje nivoa medijske pismenosti u zemljama članicama Evropske unije zbog obaveze izveštavanja o stanju medijske pismenosti.

Savremeni koncept medijske pismenosti, pored naglašene potrebe za tehnološkom pismenošću, sadrži i sledeća načela.

1. Države su u svojim medijskim, kulturnim i obrazovnim politikama dužne poštovati Konvenciju UN o pravima deteta. Takođe, pozvane su da poštuju i primenjuju međunarodne preporuke i deklaracije koje, na temelju istraživanja medija i medijskog uticaja, predlažu najbolja zakonska rešenja i podstiču međunarodnu saradnju i obrazovnu politiku koja će otvoriti put medijskom opismenjavanju na svim obrazovnim nivoima.

2. Roditeljima i nastavnicima treba medijska pismenost kako bi vaspitali decu i pravilno ih odgajili. Mediji imaju važnu ulogu u životu dece i porodice.

3. Medijska pismenost, osim reflektivnog nivoa, podstiče produktivni nivo. Deci je važno omogućiti rad s medijima, u školi ili kod kuće, omogućiti im praktično razumevanje medijske zanatske, ekonomske i produkcijske politike.

4. Mediji nisu ni štetni ni korisni, a mogu biti i jedno i drugo. Iako se javnost često bavi opasnom i štetnom stranom medija, preteranim nasiljem, pornografijom, stereotipima, senzacionalizmom, mediji mogu biti i koristan izvor zabave i informacija. Oba načina utiču na društvenu socijalizaciju i oblikovanje identiteta dece i odraslih osoba, pa i nacionalnih identiteta.

5. Nije dovoljno u proces učenja uključiti samo najnovije medije. Digitalizacija je samo deo medijske pismenosti. Medijska pismenost znači učiti o svim medijima, novinama, radiju, televiziji, poznavati njihovu istoriju, produkcijska i ekonomska načela funkcionisanja, ko poseduje i kontroliše medije, kakva je koncentracija medijskog vlasništva i njene posledice – koncentracija društvene moći, osiromašenje i koncentracija sadržaja itd.

Medijska pismenost želi da podstakne ljude da misle, ali kritički, da procenjuju i da postanu svesni sopstvene moći, a ne da se plaše moći drugih. Cilj medijskog obrazovanja jeste da se promeni percepcija značenja i svrhe obrazovanja, kao i načina njegovog sprovođenja. Obrazovanje ne znači samo prenositi znanje, obrazovanje znači primeniti stečeno znanje, doživeti ga iskustveno, to je mudrost i samo tada znanje ima svrhu.

Medijsko obrazovanje uči kako (misliti, procenjivati, delovati), a ne samo šta misliti, stavlja naglasak na metode kao što su kritičko mišljenje, rešavanje izazova, logičko razmišljanje. Deca u školama najčešće uče da pamte činjenice, ali ne i da kritički razmišljaju, da postavljaju pitanja i razvijaju sposobnost izgradnje sopstvene istine. Nastavni plan i program medijskog obrazovanja zahteva od dece upravo da razvijaju sposobnosti i veštine, umesto da pamte činjenice.

Nema sumnje da je u 21. veku značaj medijske pismenosti veliki, ali ovde ćemo, u skladu sa mišljenjima vodećih svetskih teoretičara medija, izdvojiti najvažnije parametre.

1. Uticaj medija u centralnim demokratskim procesima. U globalnoj medijskoj kulturi, stanovništvo mora da poseduje tri veštine kako bi bilo angažovano u skladu sa demokratskim procesima, kako ne bi bilo samo pasivni posmatrač: kritičko mišljenje, samoizražavanje i učestvovanje. Medijska pismenost obezbeđuje stanovništvu ove veštine, pomaže im da bolje razumeju politiku, učestvuju u javnom diskursu i, na kraju, da na izborima donesu ispravnu odluku, glasajući potpuno i kvalitetno informisani.

2. Visok nivo korišćenja medija i zasićenost društva medijima. Kada se uzmu u obzir mobilni telefoni, televizija, radio, internet, novine, društvene mreže, bilbordi, video-igre, dnevno smo izloženi posredovanim porukama više nego naši preci u jednoj godini. Medijska pismenost uči nas veštinama koje su nam potrebne za bezbedno kretanje kroz more slika i poruka u svakodnevnom životu.

3. Uticaj medija na oblikovanje percepcije, verovanja i stavova. Istraživanja o obimu i vrsti medijskog uticaja su različita, ali neosporno je da medijski sadržaj utiče na naše stavove i delovanja, na to kako razumemo i tumačimo stvarnost. Pomažući nam da razumemo te uticaje, medijsko obrazovanje nam, zapravo, pomaže da se oslobodimo zavisnosti od medija.

4. Veći značaj vizuelne komunikacije i vizuelnog informisanja. Dok školama i dalje dominira učenje pomoću štampanog materijala, mi smo sve više pod uticajem slika – korporativnih logoa, reklama na mobilnim telefonima, na internet sajtovima. Učenje razumevanja višeslojnih slika na bazi komunikacije neophodan je dodatak tradicionalnoj pismenosti, jer živimo u svetu multimedijalnosti.

5. Značaj informacija u društvu i potreba za doživotnim učenjem. Medijski servisi važni su za nacionalnu produktivnost, ali rast globalnih medijskih industrija može dovesti do ugrožavanja nezavisnih stavova i različitosti u mišljenjima. U tom smislu, medijsko obrazovanje može da pomogne i nastavnicima i učenicima da prepoznaju poreklo informacije, čije interese ona zastupa i kako pronaći alternativne izvore i mišljenja.

Svi ovi parametri ukazuju na očiglednu potrebu za medijskom pismenošću, koja ne samo da može da pomogne u oslobađanju od medijske zavisnosti već može i da olakša korišćenje medija, odnosno da olakša svakodnevno društveno delovanje uz pomoć medija. Kupovina preko interneta, naručivanje hrane, plaćanje parkinga, rezervisanje leta, hotela, restorana, učenje uz pomoć videa, samo su neki od primera korišćenja medija u svrhu bržeg i lakšeg delovanja.

## *Istraživanje*

Istraživanje o medijskoj pismenosti u srednjim školama sa sedištem u Nišu realizovali su **Filozofski fakultet Univerziteta u Nišu** i **Media i reform centar Niš**.

Istraživanje „Medijska pismenost u niškim srednjim školama“ i obradu podataka uradio je istraživački tim Media i reform centra i Departmana za komunikologiju i novinarstvo, pod rukovodstvom profesora Filozofskog fakulteta dr Zorana Arackog.

Anketiranje je sprovedeno tokom februara i marta 2016. godine, a obuhvatilo je 18 niških četvororazrednih srednjih škola, odnosno **3688** ispitanika, od čega je **1687** učenika (maturanti i maturantkinje), **1206** ispitanika su njihovi roditelji, i **795** profesora. S obzirom na broj i strukturu ispitanika, ovo predstavlja jedno od najposebnijih istraživanja o medijskoj pismenosti u Srbiji.

Na početku rada istraživački tim stupio je u kontakt sa direktorima niških škola i psihološko-pedagoškom službom, uz čiju pomoć su upitnici distribuirani đacima završnih razreda, njihovim roditeljima i profesorima.

Istraživački tim, Filozofski fakultet i Media i reform centar Niš zahvaljuju se svima koji su učestvovali u realizaciji ovog velikog posla i pomogli da se on uspešno obavi.

Škole koje su učestvovalе u istraživanju kategorisane su u četiri grupe: gimnazije, tehničke škole, prirodno-primenjene i društveno-pravno orijentisane.

### **Pol ispitanika**

<b>Pol</b>	<b>Broj</b>	<b>Procenat</b>
Muški	<b>1509</b>	<b>40,7%</b>
Ženski	<b>2135</b>	<b>59,3%</b>

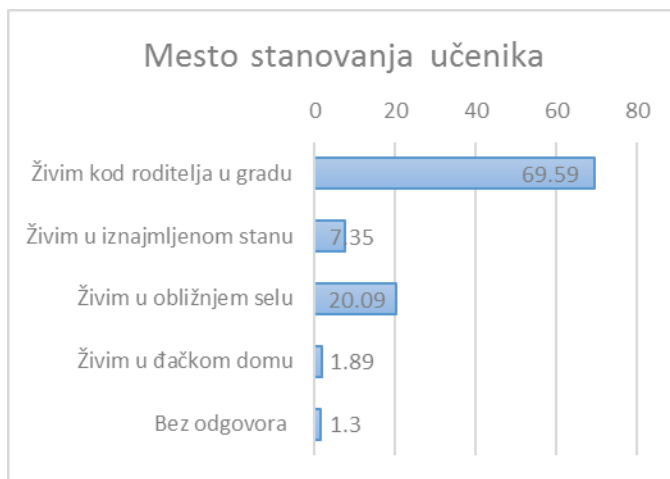
## REZULTATI ANALIZE UČENIČKIH ODGOVORA

### Koju srednju školu pohađate?

Škola	Broj	Procenat
Gimnazija	503	29,8%
Tehničke škole	410	24,2%
Prirodno-primenjene	296	17,55%
Društveno-pravno-ekonomske	479	28,37%

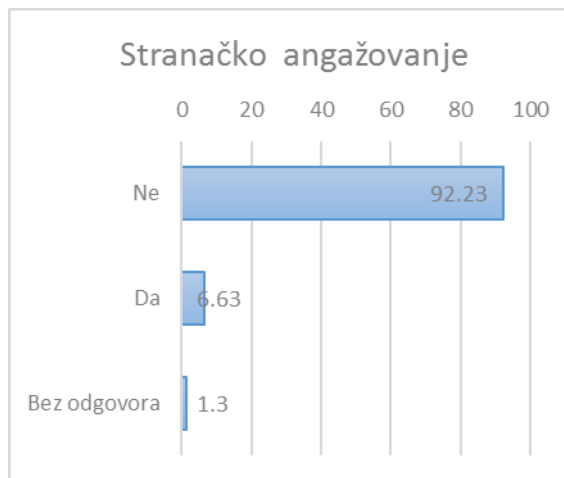
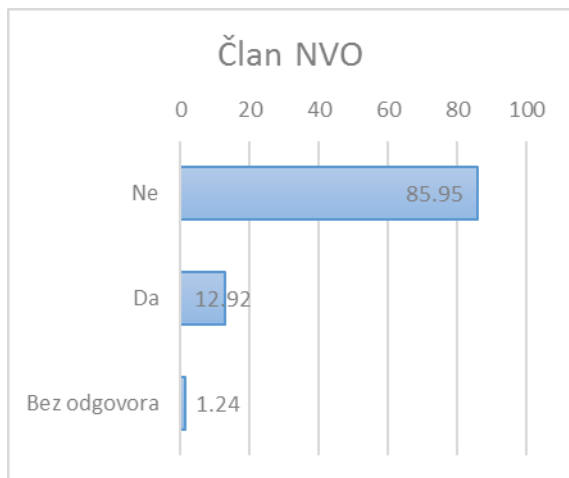
### Broj ispitanih maturanata po školama

Škola	Broj	Procenat
Gimnazija „Stevan Sremac“	150	8,92%
Gimnazija „Bora Stanković“	121	7,20%
Gimnazija „9. maj“	104	0,83%
Gimnazija „Svetozar Marković“	149	8,80%
Ekonomska škola	152	9,08%
Medicinska škola	170	10,11%
Građevinska škola	67	3,98%
ETŠ „Mija Stanimirović“	118	7,02%
ETŠ „Nikola Tesla“	105	6,25%
Pravno-poslovna škola	163	9,70%
Prehrambeno-hemijska škola	87	5,17%
Škola mode i lepote	13	0,77%
Trgovačka škola	81	4,82%
Umetnička škola	57	3,39%
Muzička škola	40	2,38%
Mašinska škola „15. maj“	2	0,11%
Tehnička škola „12. februar“	21	1,25%
Ugostiteljsko-turistička škola	80	4,76%



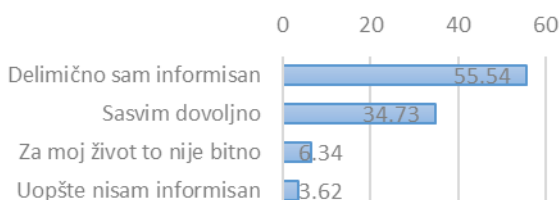
Ukupno je u istraživanju učestvovalo 1687 učenika. Najveći broj izjasnio se da živi kod roditelja, čak 69,59%. Od ukupnog broja ispitanika, 20% žive u ruralnim područjima. Najveći broj ispitanih učenika pohađa gimnazije – 29%, a najmanje ispitanih učenika je iz prirodno-primenjenih škola. Najveći broj učenika koji su odgovorili na pitanja iz ankete je iz Medicinske škole – 10,11% od ukupnog broja ispitanih učenika, a najslabiji odziv bio je iz Mašinske škole – 0,2%.

Čak 92% učenika izjasnilo se da nije član nijedne političke partije. Takođe, veliki broj njih nije član nijedne organizacije civilnog društva – 85,95%.



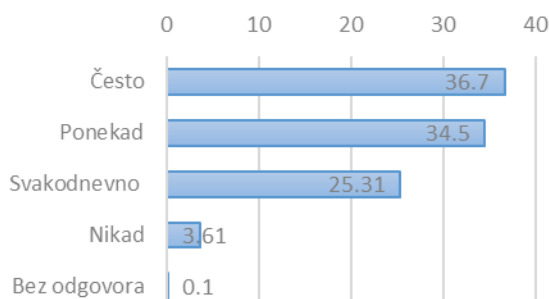


### Smatrate li sebe dovoljno informisanim o aktuelnim događanjima u Srbiji i svetu



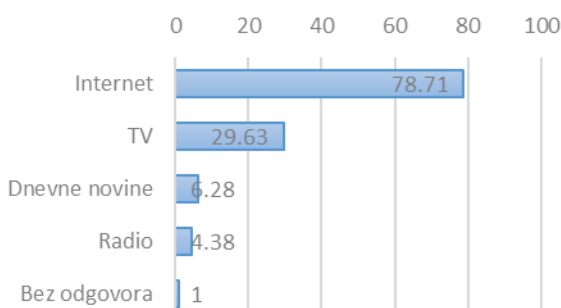
*Maturanti niških škola smatraju da su delimično informisani – 55,54%, o aktuelnim dešavanjima u Srbiji i svetu. Gotovo 10% njih smatra da to za njihov život nije bitno ili da nisu uopšte informisani. Četvrtina ispitanika svakodnevno se informiše o tim događajima.*

### Koliko često se o događajima iz zemlje i sveta informišete iz medija

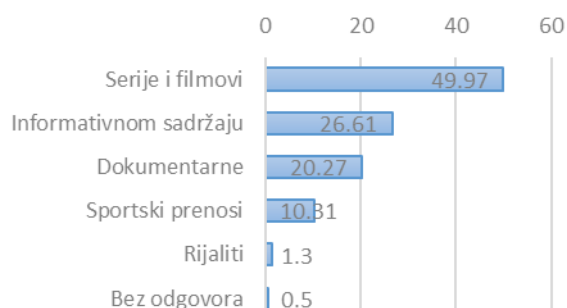


*Maturanti se najviše informišu putem interneta, čak 78%. Dnevne novine i radio su sasvim malo zastupljeni u svakodnevnom informisanju – 10%. Ispitanici se, uprkos uvreženom mišljenju da gledaju rijaliti emisije, ipak nisu tako izjasnili – samo 1,3% njih navelo je da prati takav sadržaj. Među maturantima su najpopularnije serije i filmovi. Emisije edukativnog tipa i dokumentarni programi zastupljeni su sa 20%.*

### Koje medije najčešće koristite da bi ste se informisali

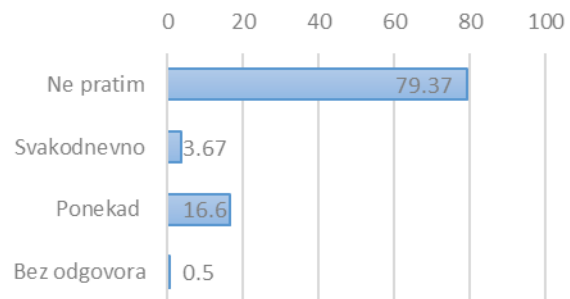


### U medijima najveću pažnju posvećujete rubrikama u emisijama

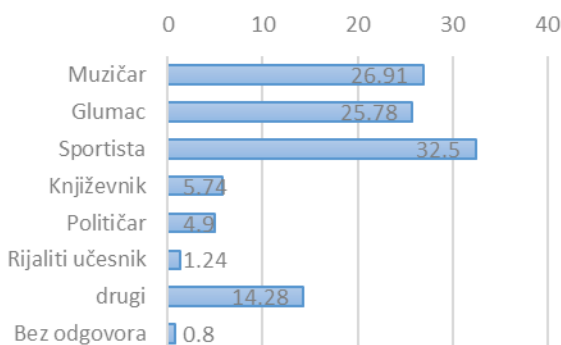


*Rijaliti programi, koji su svakodnevica na nacionalnim televizijama, ipak nisu, prema rečima maturanata, predmet njihove pažnje, jer je 79% izjavilo da ih ne prati. Tek 3,67% njih izjasnilo se da ih svakodnevno prati. Kada je reč o omiljenim medijskim ličnostima, sportisti predstavljaju najveći uzor – 32,5% smatra da su im oni uzori. Književnici predstavljaju uzor malom broju niških maturanata – 5,74%.*

### Koliko redovno pratite rijaliti emisije tipa Farma VB Parovi na TV

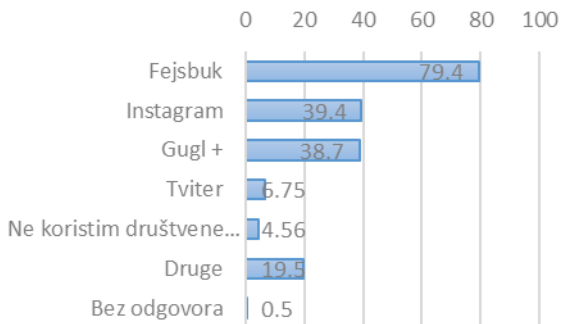


### Vaša omiljena medijska ličnost

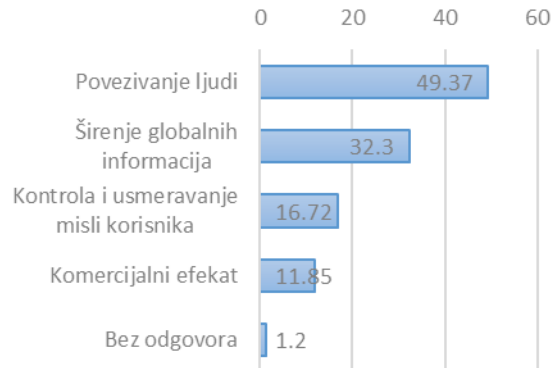


*U eri interneta, Facebook je društvena mreža koja je najzastupljenija među ispitanicima. Generaciji koja završava srednju škola i Instagram je popularna mreža komunikacije. Samo 4,56% njih izjasnilo se da ne koristi društvene mreže. 49,37% ima mišljenje da je povezivanje ljudi osnovna svrha društvenih mreža.*

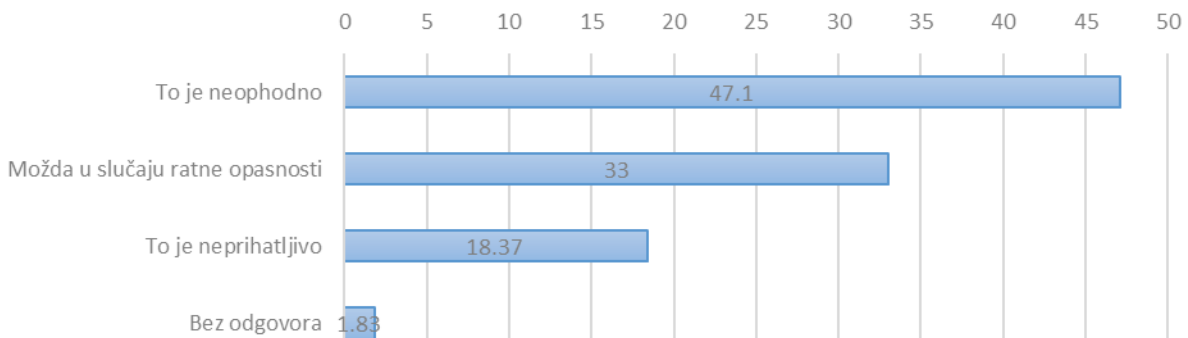
Koje društvene mreže koristite da bi ste se informisali

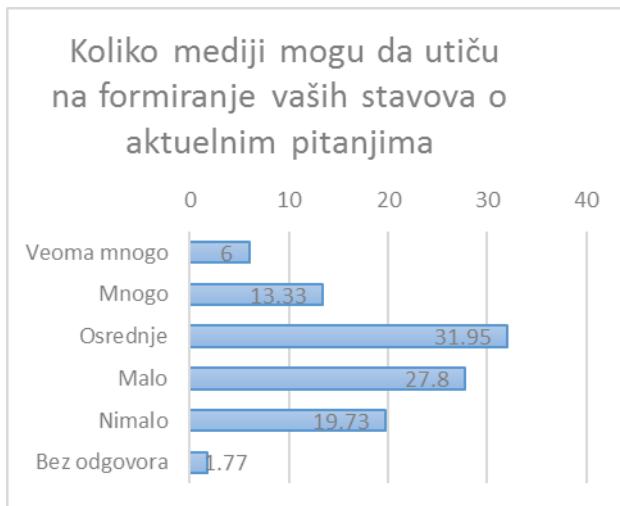


Po vašem mišljenju šta je pravi cilj društvenih mreža

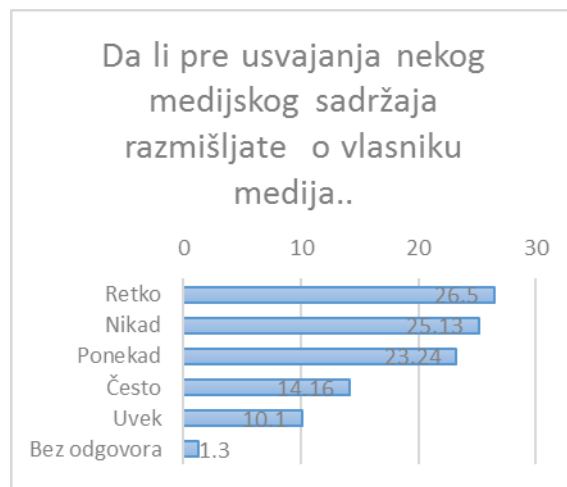
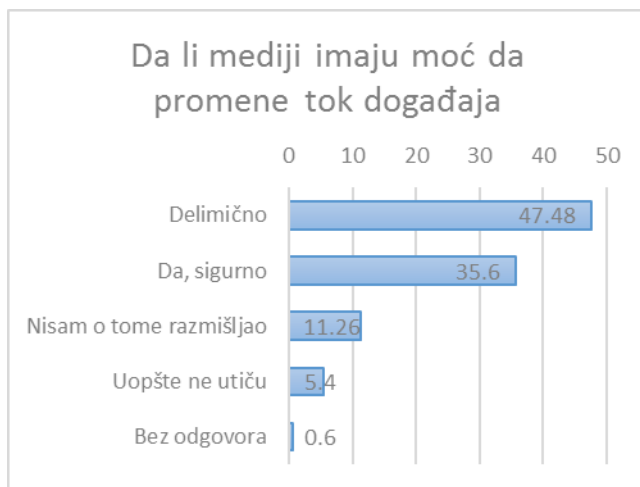


Smatrate li da bi država morala da nadzire i kontroliše medijske sadržaje na internetu kako bi se zaustavio plasman negativnih informacija

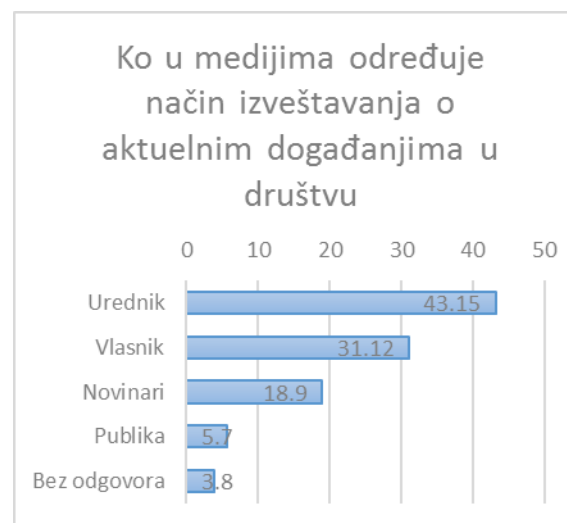


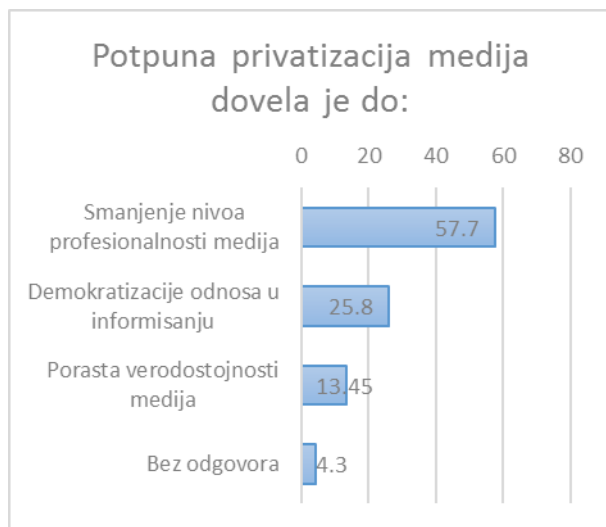


47,1% srednjoškolaca završne godine smatra da bi država morala da nadzire i kontroliše medijske sadržaje na internetu kako bi zaustavila protok negativnih informacija. Ukupno 18,7% smatra da je to apsolutno neprihvatljivo. Gotovo polovina ispitanika smatra da mediji ne utiču na formiranje stavova o aktuelnim pitanjima. Njih 5,4% misli da mediji nemaju moć da promene tok događaja.

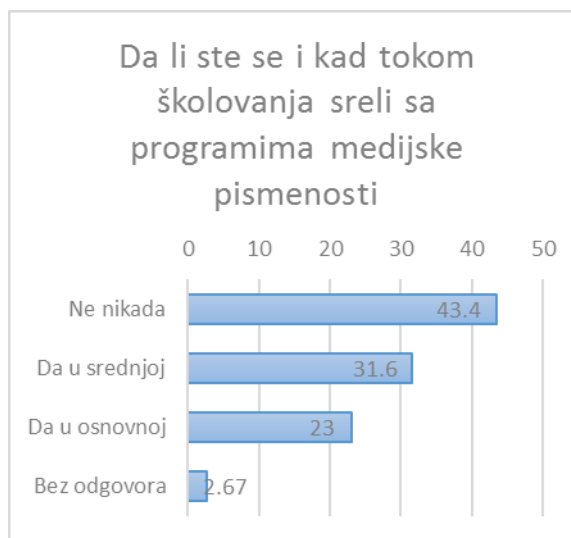
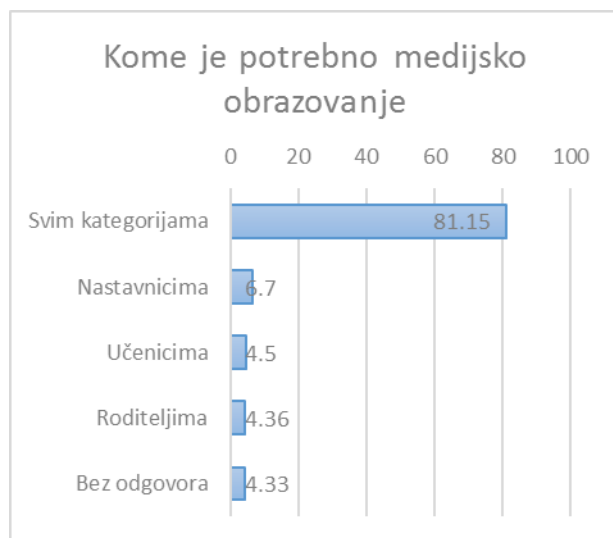


Veliki broj ispitanika smatra da su urednici medija odgovorni za način izveštavanja medija, a da publika u sasvim maloj meri može da utiče na to. Na profesionalnost rada medija znatno je uticala privatizacija medija – 57,7% se odlučilo za ovaj odgovor, dok se 25% ima stav da je privatizacija dovela do demokratizacije medija i porasta verodostojnosti njihovog izveštavanja.

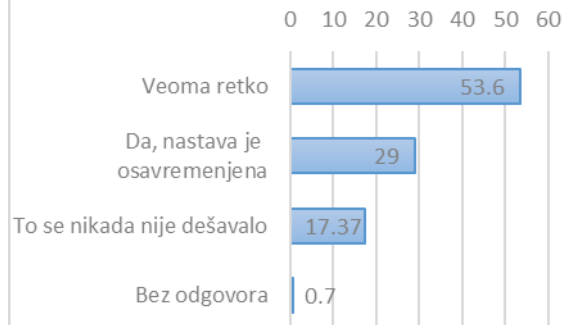




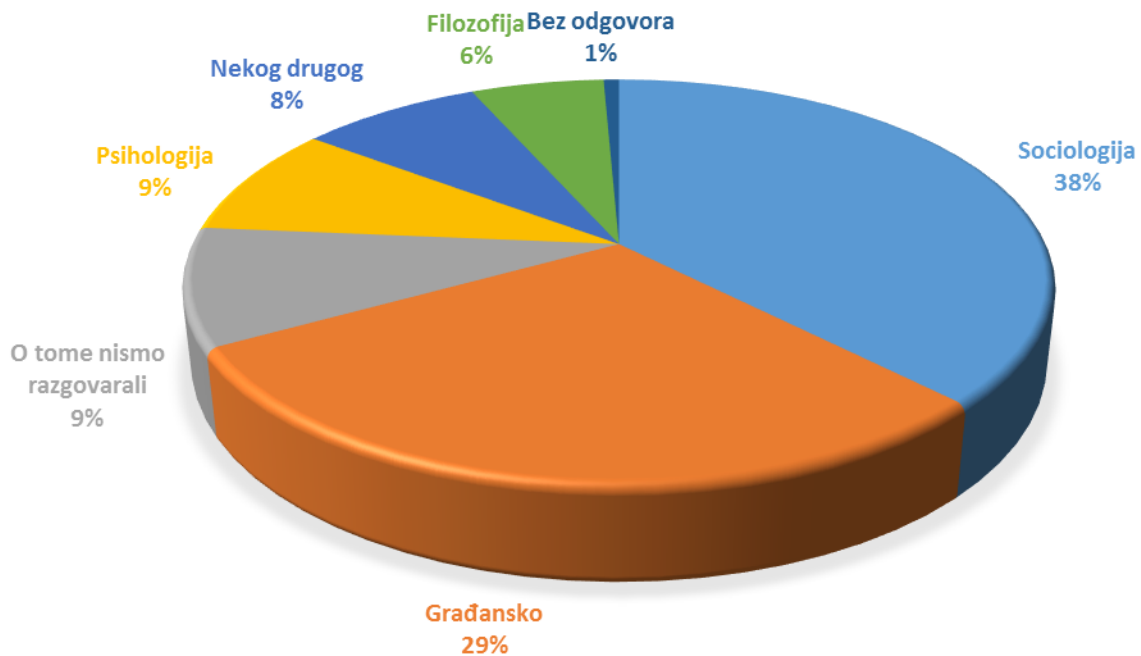
Đaci smatraju da je svim kategorijama društva potrebno medijsko obrazovanje, a značajan je podatak da se čak 43,4% nikad nije srelo sa programima medijske pismenosti. Zabrinjavajuć je podatak da ogromna većina ispitanika u nastavi nikad nije koristila nove medijske tehnologije, niti da ih profesori podstiču da ih koriste. Samo 29% ispitanika smatra da je nastava u školama osavremenjena.



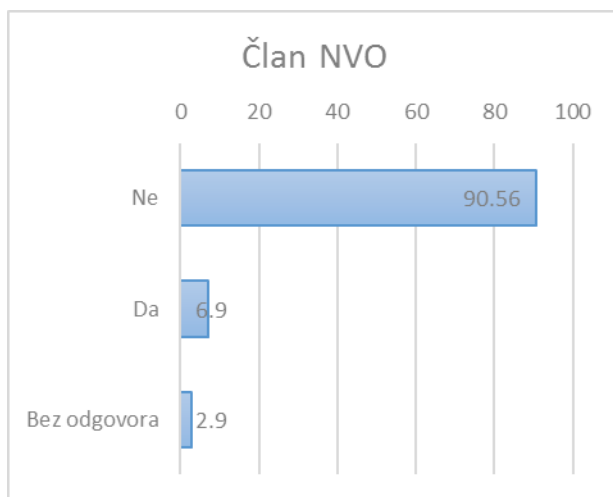
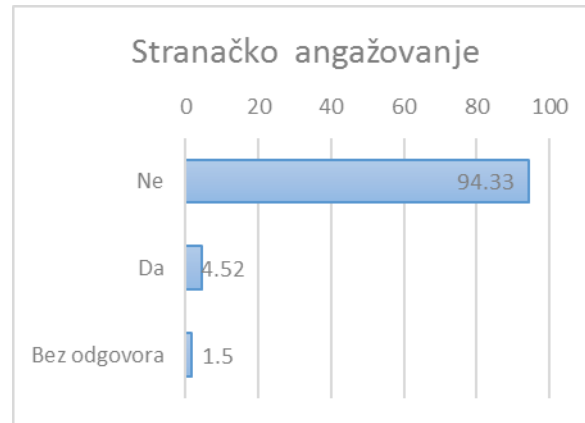
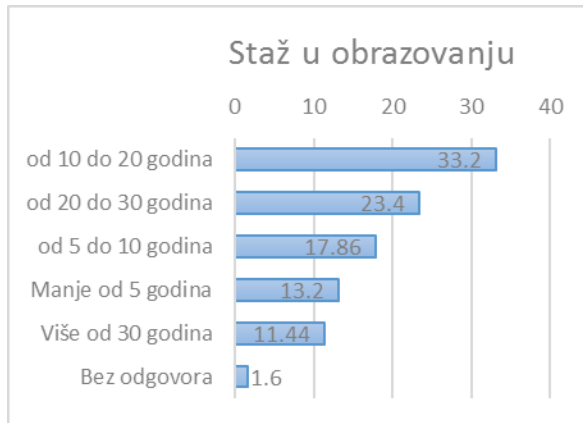
Da li ste u nastavi koristili nove medijske tehnologije i da li su vas profesori podsticali da ih koristite



U ŠKOLI SMO O UTICAJU MEDIJA NA ŽIVOT GRAĐANA RAZGOVARALI U OKVIRU KOG PREDMETA



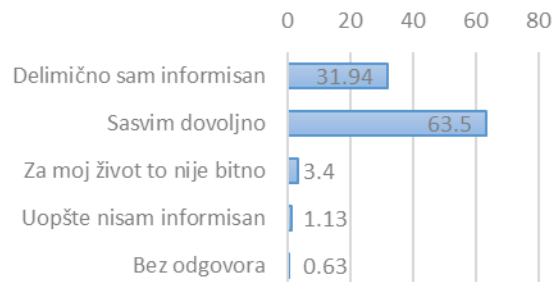
## Istraživanje – profesori



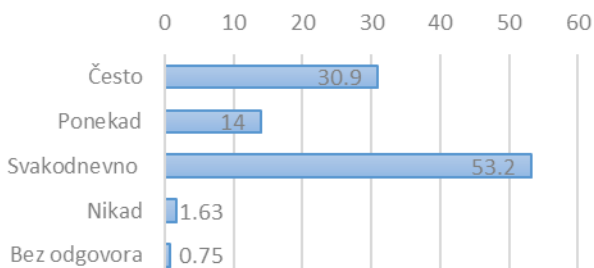
*Najveći broj ispitanih profesora radi u prosveti između 10 i 20 godina. Više od 90% njih niti je član NVO, niti neke od političkih stranaka. Njih 63,5% smatra da su sasvim dovoljno informisani o aktuelnim događanjima, dok 3,4% smatra da to nije bitno.*

*Svakodnevno se informiše o događajima iz zemlje i sveta 53,2%. Oko 67% profesora informiše se putem interneta, najviše njih prati informativni program.*

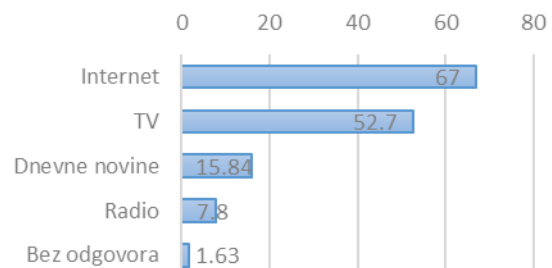
### Smatrate li sebe dovoljno informisanim o aktuelnim događanjima u Srbiji i svetu



### Koliko često se o događajima iz zemlje i sveta informišete iz medija

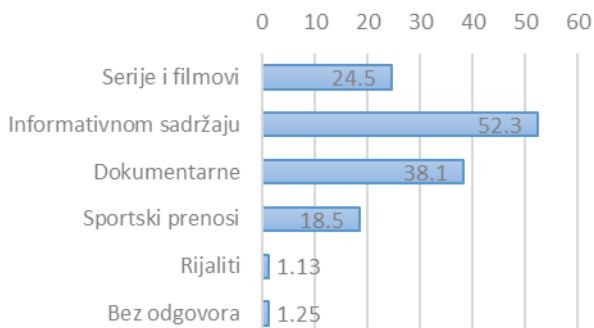


### Koje medije najčešće koristite da bi ste se informisali





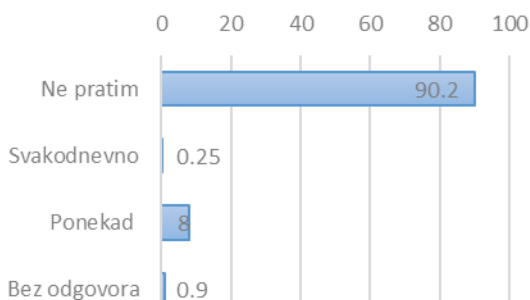
U medijima najveću pažnju posvećujete rubrikama u emisijama



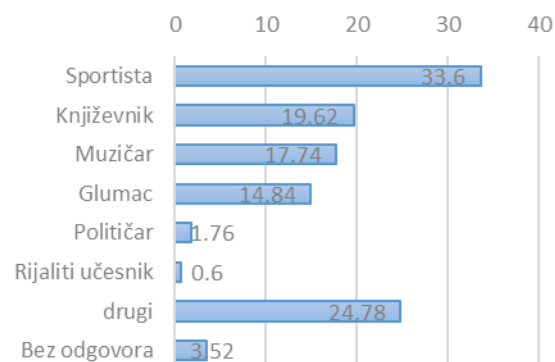
90% ispitanih profesora reklo je da ne prati rijaliti programe. Većina se izjasnila da su im omiljene medijske ličnosti sportisti i književnici. Najposećenija društvena mreža među njima je Facebook sa 48%, dok 21% izjasnilo da ne koristi društvene mreže.

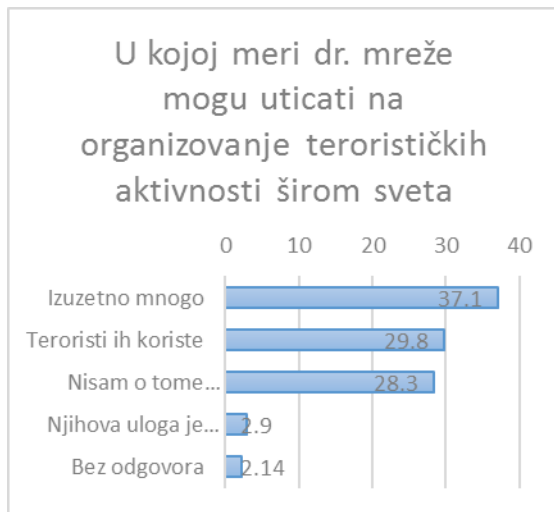
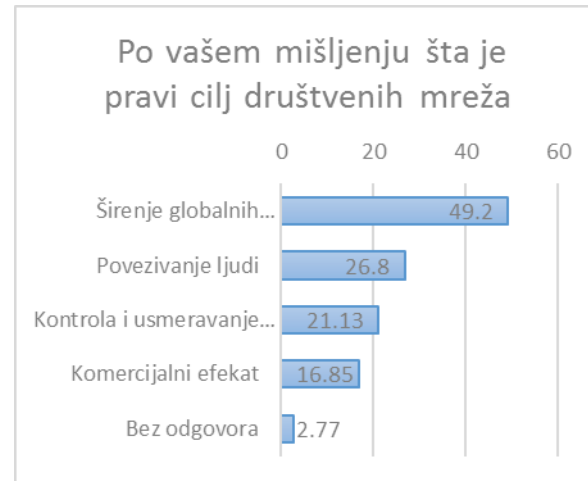
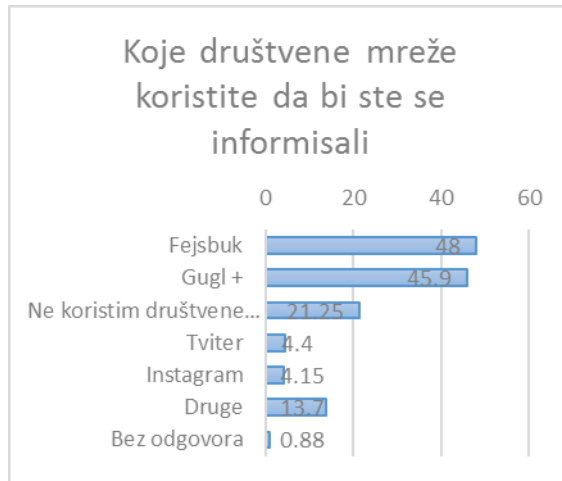
Polovina smatra da je osnovni cilj društvenih mreža širenje globalnih informacija.

Koliko redovno pratite rijaliti emisije tipa Farma VB Parovi na TV



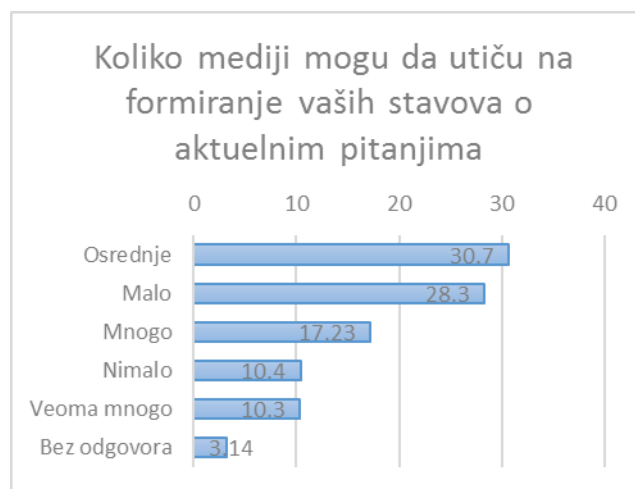
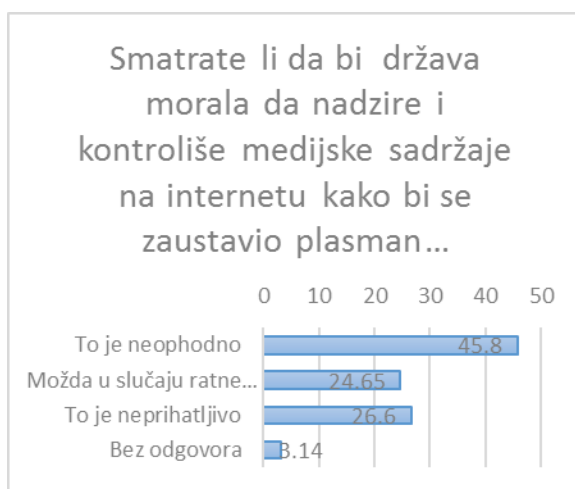
Vaša omiljena medijska ličnost

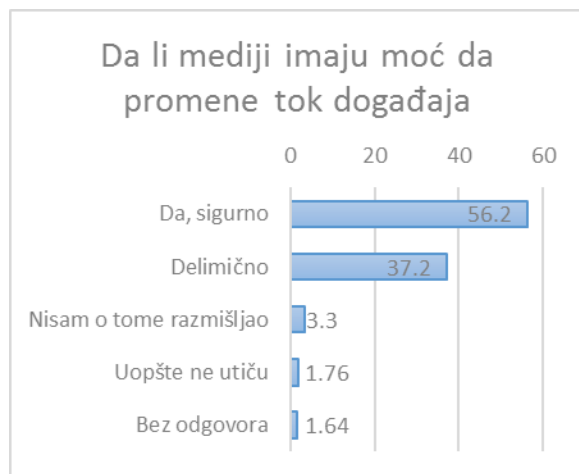




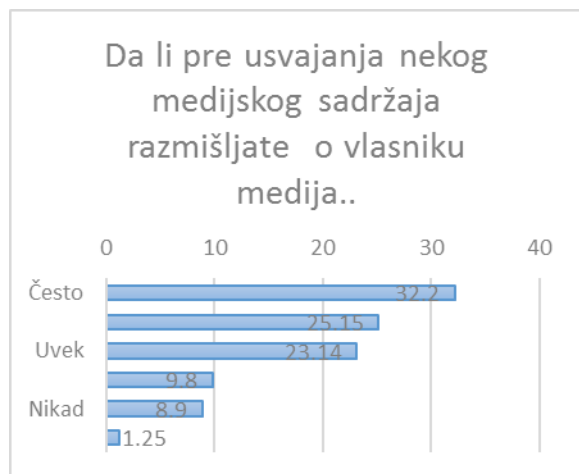
*45% ispitanih profesora veruje da je neophodno da država nadzire i kontroliše medijske sadržaje na internetu kako bi se zaustavio plasman negativnih informacija na internet. Deo profesora smatra da mediji nemaju veliki uticaj na formiranje njihovih stavova o aktuelnim pitanjima. Sa druge strane, preko 50% njih smatra da mediji imaju moć da menjaju tok događaja.*

*Pre usvajanja medijskog sadržaja o vlasniku medija razmišlja 32% ispitanih.*

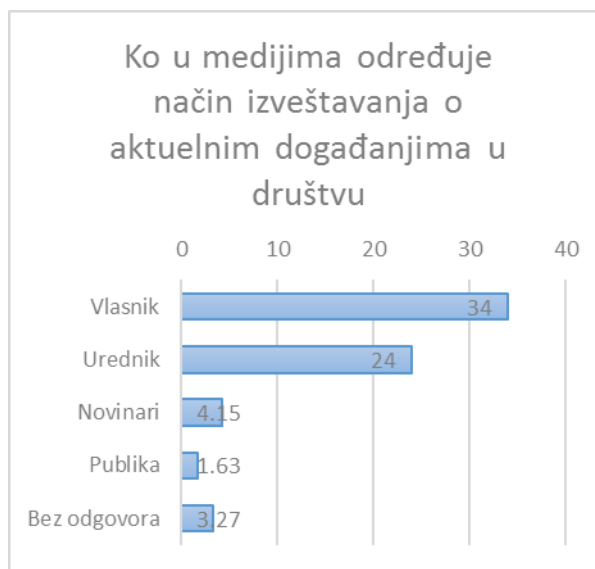


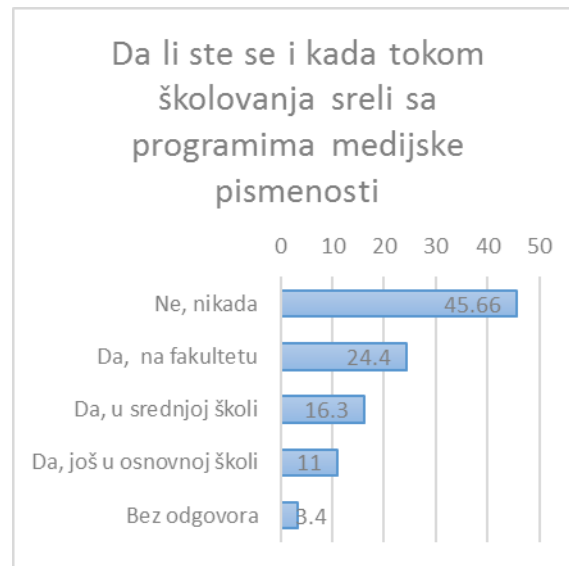
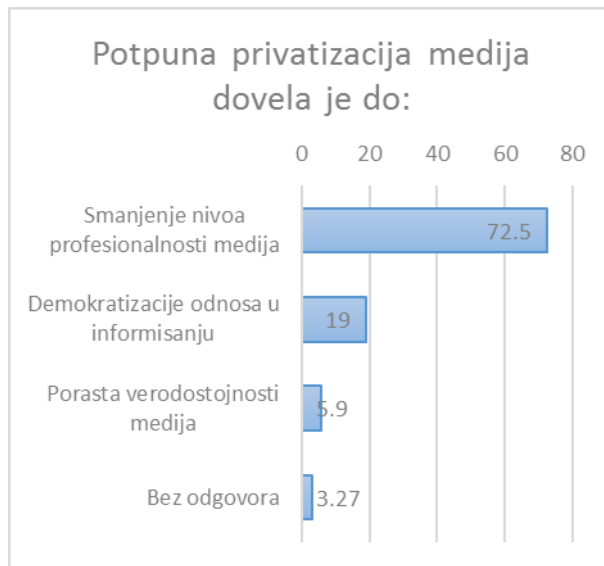


*Profesori veruju da vlasnici medija odlučuju o načinu izveštavanja o aktuelnim događjima u društvu, a da je privatizacija medija dovela do smanjenja nivoa profesionalnosti.*

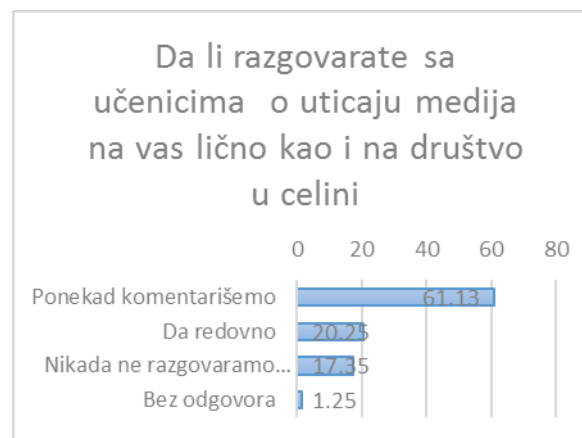
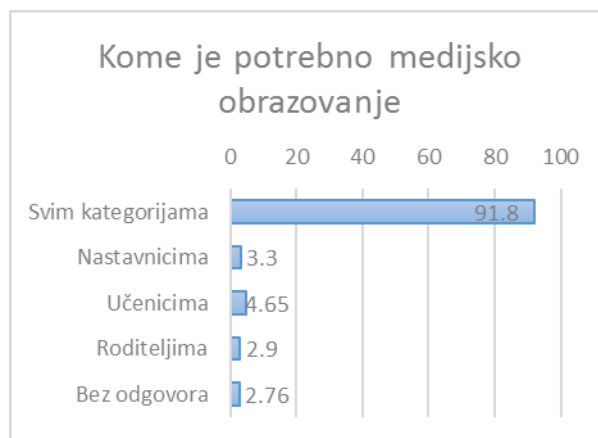


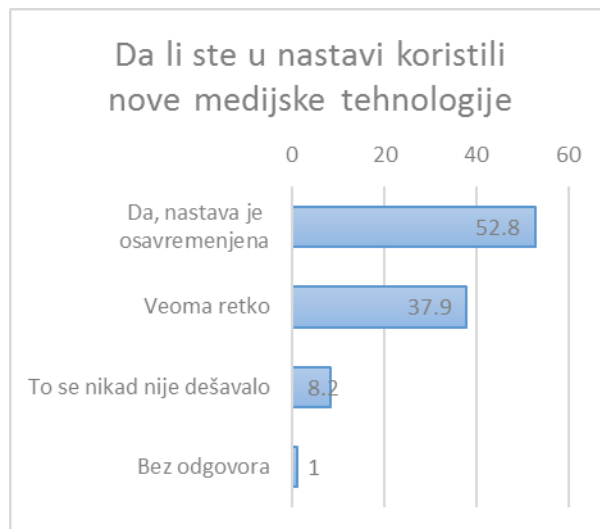
*45% ispitanih profesora se tokom školovanja nikada nije srelo sa programima medijske pismenosti i preko 90% njih smatra da je svim kategorijama stanovništva potrebno medijsko obrazovanje.*



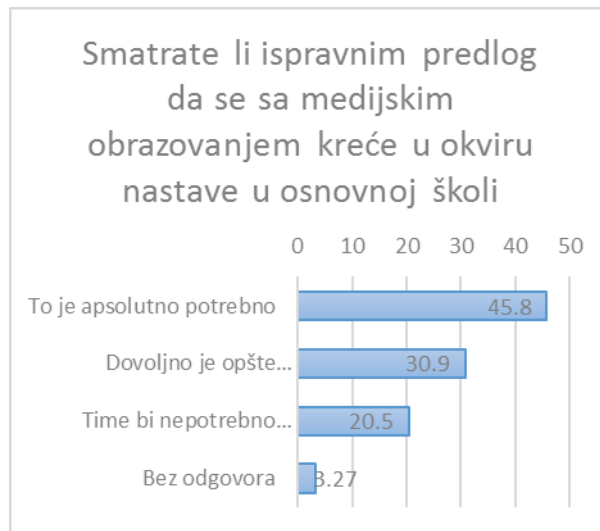


*Profesori sa svojim učenicima ponekad komentarišu uticaj medija na društvo, a misle da bi o toj temi više trebalo govoriti iz građanskog vaspitanja i sociologije. Oko 45% njih kaže da je apsolutno potrebno da se sa medijskim obrazovanjem krene već u osnovnoj školi.*

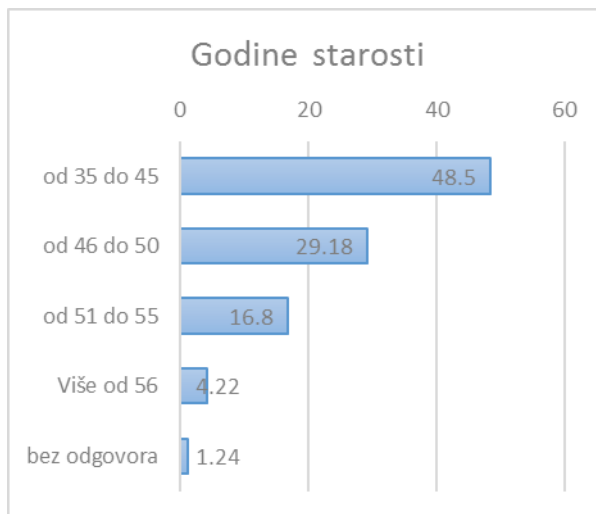




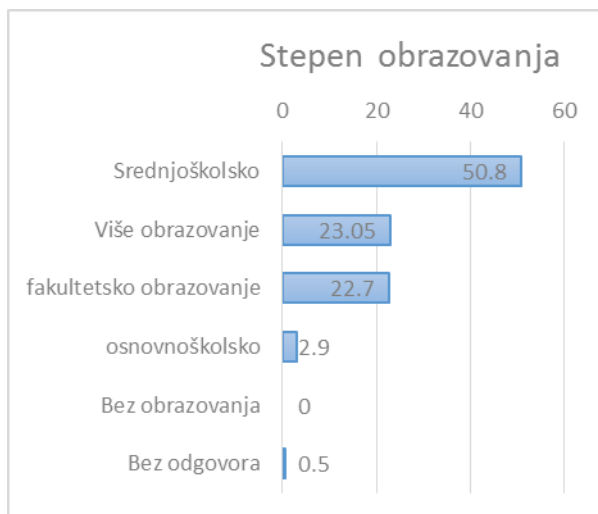
*Većina profesora (52,8%) smatra da je nastava u potpunosti osavremenjena, što znači da su oni tokom svojih časova koristili nove medijske tehnologije, poput interneta, prezentacija, mobilnih telefona i drugih uređaja.*



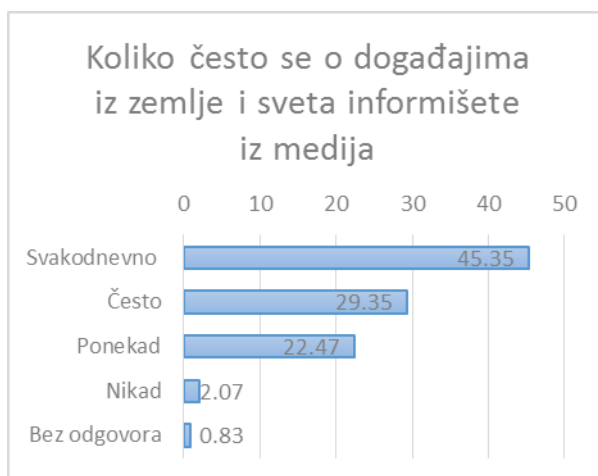
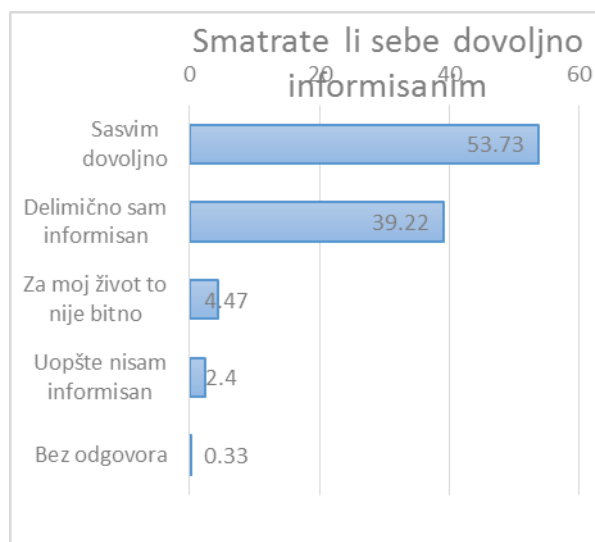
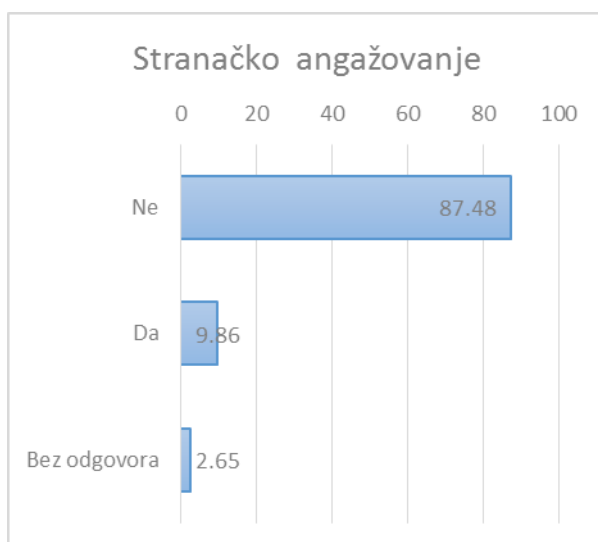
## Istraživanje – roditelji



*Istraživanje je obuhvatilo i 1206 roditelja maturanata. Procentualno, najviše roditelja bilo je starosne dobi između 35 i 45 godina, dok je najmanje bilo roditelja sa više od 56 godina. Što se tiče njihovog obrazovnog profila, možemo zaključiti da je čak 50% srednjoškolski obrazovanih, a da je sa fakultetskom diplomom 22%.*

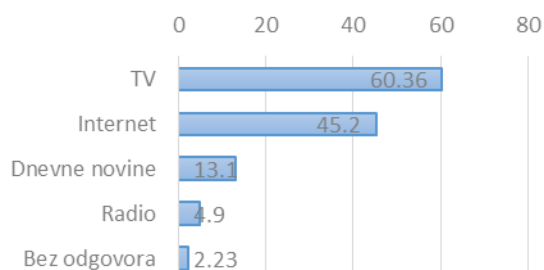


*Velika većina roditelja maturanata nije stranački angažovana – 88,78%, i smatra da su sasvim dovoljno ili delimično informisani u vezi sa dešavanjima u Srbiji i svetu. Njih 2,4% uopšte nisu informisani ili se bar tako izjašnjavaju.*

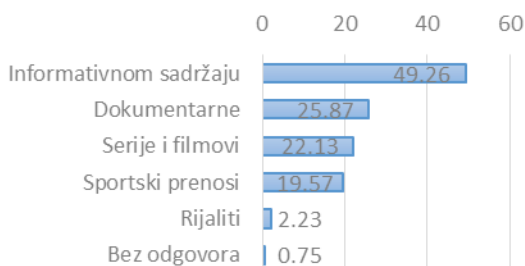


*Kada je reč o medijima iz kojih se informišu, televizija je dominantna. Nešto malo više od 60% se tako izjasnilo. Internet kao savremeni medij zastupljen je sa 45%, dok su dnevne novine sredstvo informisanja za 13,1% roditelja. Informativni program je ono što ih najviše zanima, a rijaliti programi nisu predmet njihove pažnje – 2,23%. Samo 2,65% svakodnevno prati takve vrste emisija.*

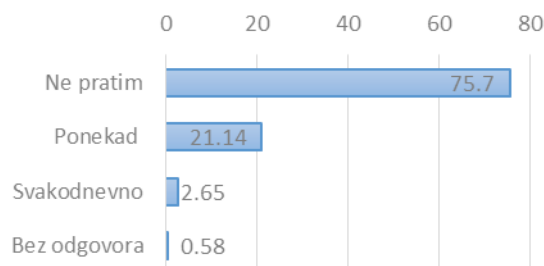
### Koje medije najčešće koristite da bi ste se informisali



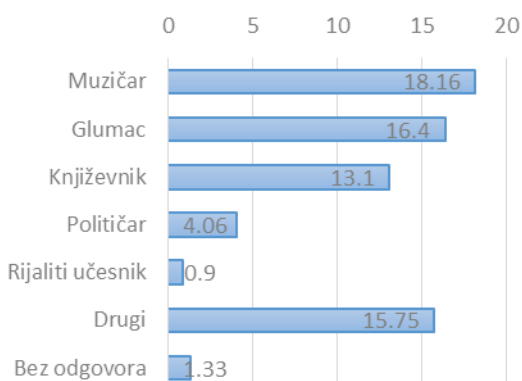
### U medijima najveću pažnju posvećujete rubrikama u emisijama



### Koliko redovno pratite rijaliti emisije tipa Farma VB Parovi na TV



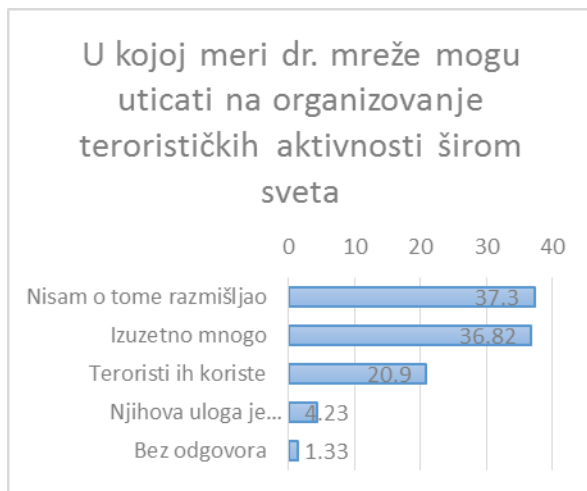
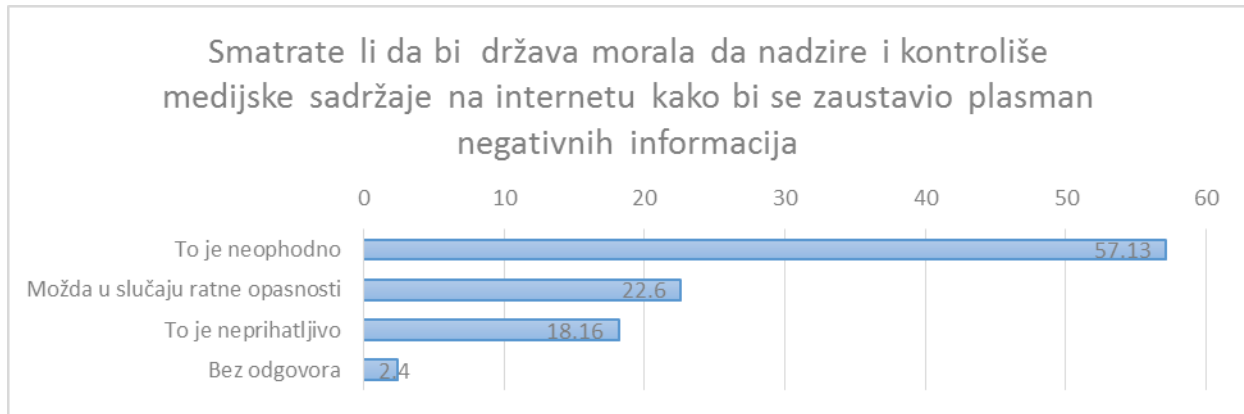
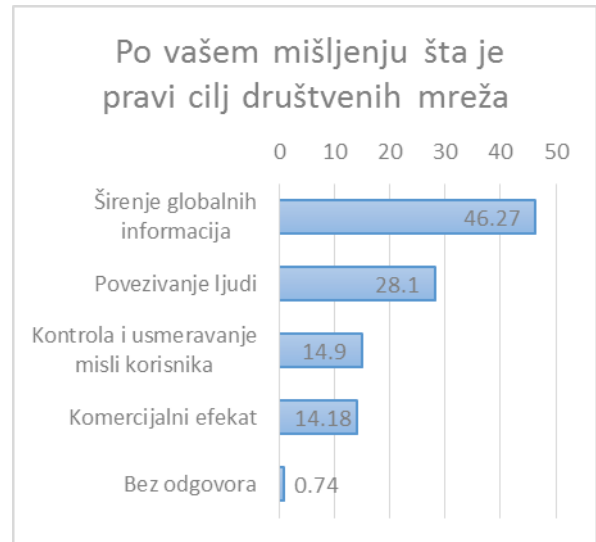
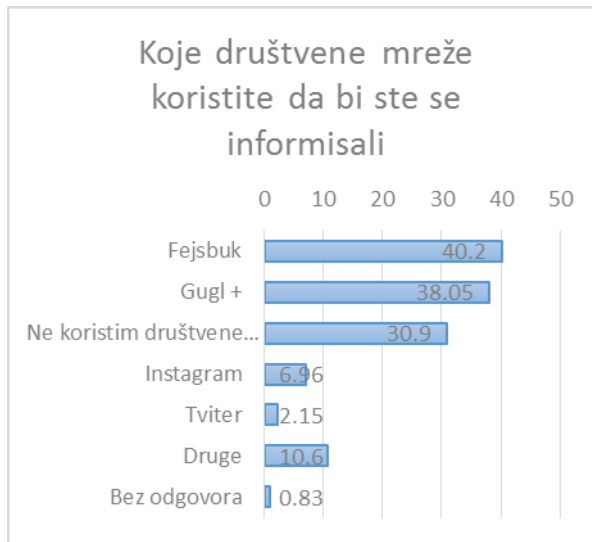
### Vaša omiljena medijska ličnost



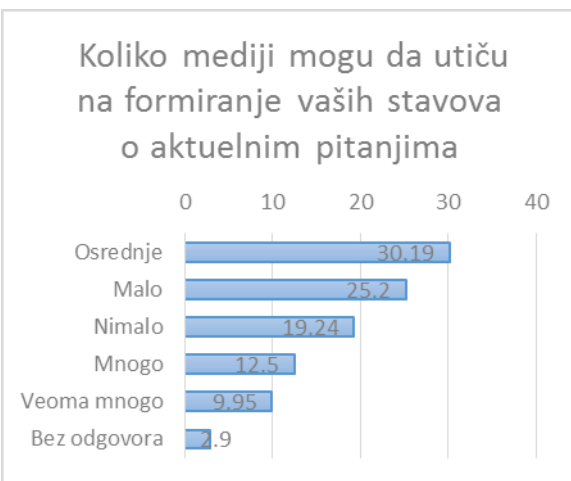
*Za razliku od njihove dece, 13,1% roditelja izjasnilo se da im je omiljeni lik književnik, dok upola manje deca vidi svoje uzore u njima. Muzičari i glumci su im ipak omiljeniji sa 18,16% i 16,4%.*

*I kod roditelja je Facebook najpopularnija mreža. Gotovo polovina ispitanika se tako izjasnila. Oni smatraju da je osnovni cilj društvenih mreža globalno informisanje, za razliku od njihove dece, koja misle da je povezivanje osnovna svrha mreža.*

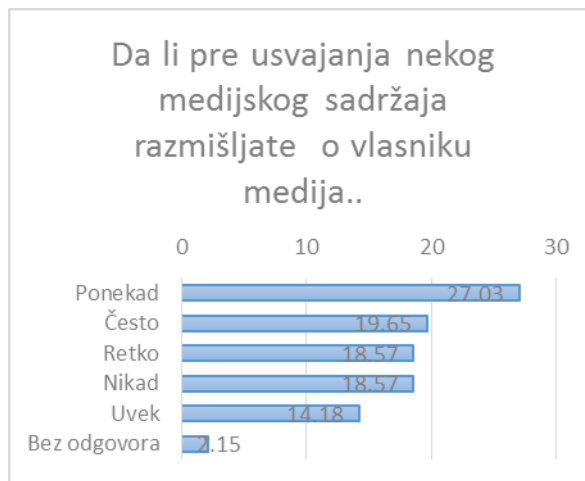
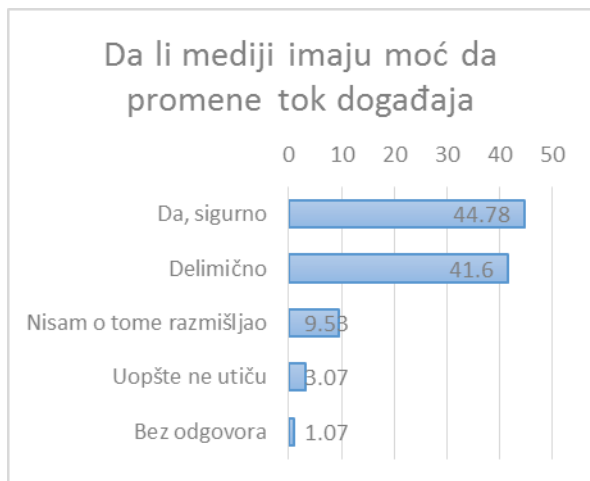




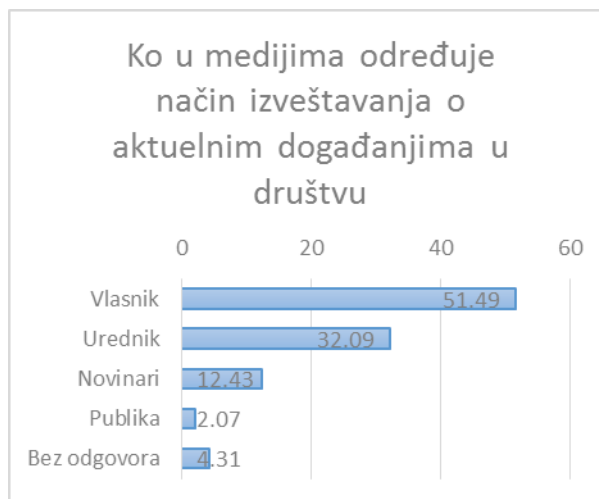
*Kod 36% roditelja prevladava mišljenje da društvene mreže izuzetno mnogo utiču na organizovanje terorističkih aktivnosti širom sveta, a isto toliko ne razmišlja o tome. Više od 50% misli da bi država morala da utiče na kontrolu medijskih sadržaja na internetu kako bi se zaustavio plasman negativnih informacija.*

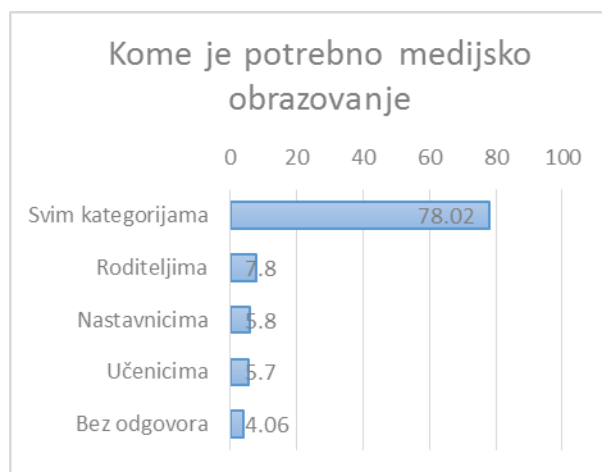
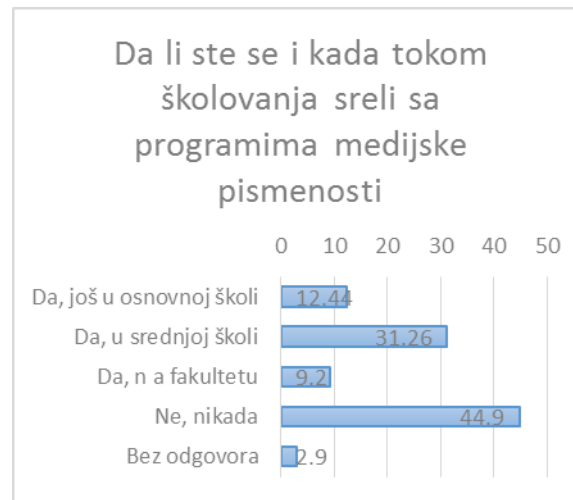
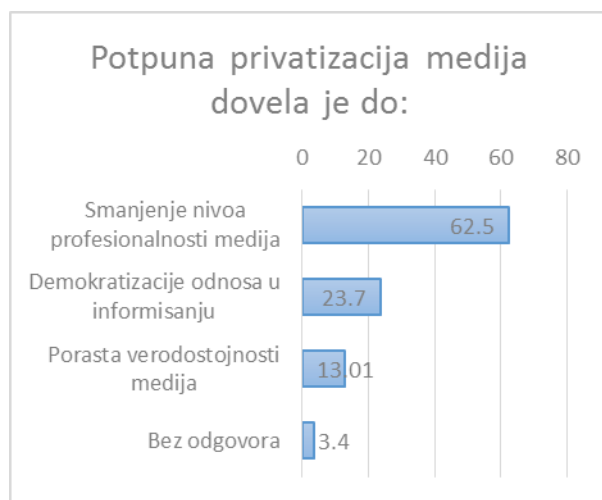


12,5% roditelja maturanata smatra da mediji mnogo utiču na formiranje stavova o aktuelnim pitanjima. Skoro 20% kaže da mediji nemaju tu moć. Iako na njih mediji ne utiču u velikoj meri, oni ipak smatraju da mediji imaju moć da promene tok događaja. Veoma mali procenat smatra da mediji uopšte ne utiču na tokove događaja – oko 3%. Svakom petom roditelju nikad ne padne na pamet da razmisli o vlasniku medija nakon posmatranja nekog sadržaja, dok svi ostali više razmišljaju o njima.

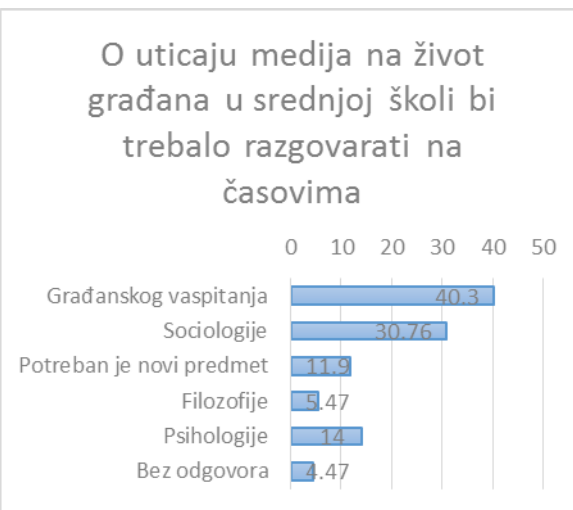
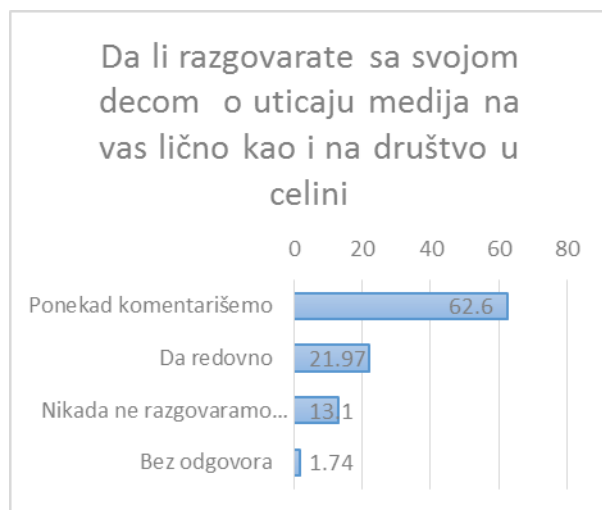


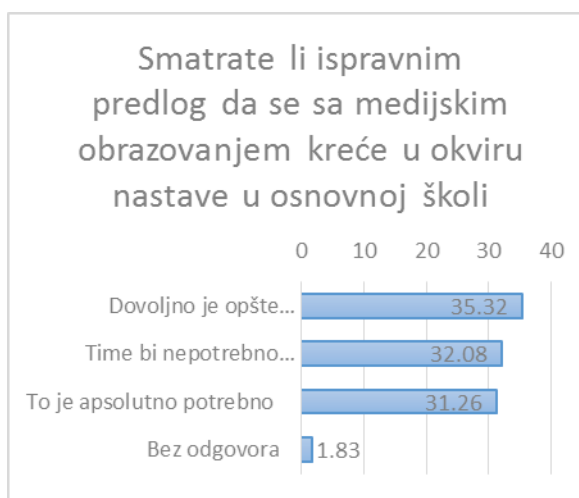
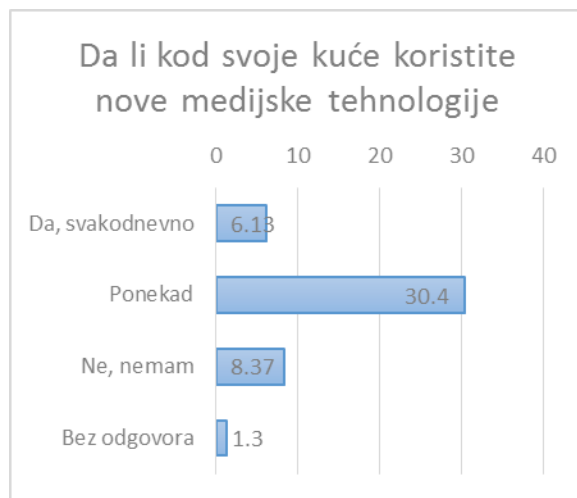
51,49% smatra da vlasnici medija određuju uređivačku politiku medija, dok 32,09% misli da tu ulogu imaju urednici. Privatizacija medija dovela je do smanjenja nivoa profesionalnosti medija po njihovom mišljenju – 62,5%. Samo 13% misli da je došlo do porasta verodostojnosti izveštavanja.





*Kada govorimo o medijskoj pismenosti, 44,9% roditelja maturanata se nikada nije srelo sa programima medijske pismenosti, tako da iz toga proizilazi i njihov stav da je medijsko obrazovanje potrebno svim kategorijama – 78,02%. Oni samo povremeno razgovaraju sa svojom decom o uticaju medija na njih i većina smatra da bi u srednjoj školi o toj temi trebalo razgovarati na časovima građanskog vaspitanja.*





*Samo 6% roditelja svakodnevno kod kuće koristi moderne tehnologije i više od 30% smatra da je sa medijskim obrazovanjem potrebno krenuti još u osnovnoj školi.*

## Zaključci

Rezultati našeg istraživanja više nego jasno govore o potrebi rada na medijskoj pismenosti. Opšti je zaključak da se sve tri ispitane kategorije nikada nisu srele sa programima medijske pismenosti, gde prednjače roditelji učenika i njihovi profesori sa 45,66%, što upućuje na to da oni koji treba da govore deci o medijskoj pismenosti ni sami ne vladaju potrebnim znanjima o tome. Treba istaći da su se srednjoškolci više sretali sa programima medijske pismenosti nego njihovi roditelji i profesori.

Više od 90% ispitanika smatra da je svim kategorijama stanovništva potrebno medijsko obrazovanje, dok određen broj srednjoškolaca smatra da je njihovim nastavnicima potrebnije obrazovanje nego njima samima.

Đaci i njihovi roditelji smatraju da bi se uvođenjem dodatnog predmeta još u osnovnoj školi oni dodatno opteretili, a jedino profesori smatraju da je uvođenje medijskog obrazovanja apsolutno potrebno – 45,8%.

Veoma je upečatljivo to što su na pitanje da li su u nastavi koristili nove medijske tehnologije i da li su ih profesori podsticali na korišćenje čak 70% učenika odgovorilo je da su to činili veoma retko ili gotovo nikada, dok više od polovine anketiranih profesora tvrdi da je nastava osavremenjena.

Većina ispitanika smatra da bi o uticaju medija na život građana trebalo govoriti u okviru građanskog vaspitanja i sociologije, čime se dovodi u pitanje samo razumevanje medijske pismenosti.

Zabrinjavajuće je da skoro 10% đaka smatra da za njihov život uopšte nije bitno da budu informisani, dok profesori i roditelji sebe smatraju sasvim dovoljno informisanim. Maturanti najveću pažnju posvećuju gledanju serija i filmova, a informativni sadržaj prati samo četvrtina maturanata. Sa druge strane, više od polovine roditelja i profesora najveću pažnju u medijima posvećuje informativnom sadržaju.

Oko svih 90% ispitanika reklo je da ne prati najgledanije rijaliti programe na nacionalnim televizijama, čime dolazimo do pitanja ko onda čini milionski auditorijum tih emisija.

Radio i dnevne novine su mediji iz kojih se sve kategorije ispitanika najmanje informišu, a internet je najzastupljeniji. Od ukupnog broja anketiranih profesora, 48% njih koristi fejsbuk. Interesantan je podatak da veliki broj ispitanika navodi Instagram kao društvenu mrežu putem koje se informišu iako je njena namena samo deljenje slika, što opet dovodi u pitanje njihovo shvatanje pojma informisanja.

Osnovni smisao društvenih mreža po mišljenju profesora i roditelja jeste širenje globalnih informacija, dok je maturantima osnovni zadatak povezivanje ljudi. Samo 4,6% srednjoškolaca ne koristi društvene mreže, a gotovo četvrtina roditelja i profesora uopšte ne koristi društvene mreže.

Ako govorimo o ulozi države u kontroli i nadzoru medijskih sadržaja na internetu i zaustavljanju plasmana negativnih informacija, oko 50% svih ispitanika smatra da je neophodno da država kontroliše sadržaje na internetu. Možemo zaključiti da polovina ispitanika smatra opravdanom cenzuru medijskih sadržaja na internetu ili jednostavno ne shvata da je kontrola i nadzor sa strane države upravo cenzura.

Preko 40% ispitanika smatra da mediji imaju mali uticaj na formiranje njihovih stavova o aktuelnim pitanjima iako isti procenat ispitanika smatra da mediji imaju moć da promene tok događaja.

Većina ispitanika smatra da je potpuna privatizacija medija dovela do smanjenja nivoa profesionalnosti medija, gde prednjače mišljenja i stavovi roditelja i profesora sa preko 60%, što možemo povezati sa njihovim stavom da vlasnik medija određuje način izveštavanja o aktuelnim događajima u društvu.

\* \* \*

Na osnovu rezultata do kojih smo došli anketiranjem ispitanika i analizom njihovih odgovora, ocenjujemo da u procesu medijskog opismenjavanja treba da učestvuju svi – đaci, njihovi profesori i roditelji. Naravno, svi u okviru svojih kompetencija, sistemski, organizovano i planirano – država u okviru obrazovnog sistema; nevladine organizacije kroz različite projekte, radionice, tribine; mediji promovisanjem medijske pismenosti; porodica kao glavni i najvažniji filter kada je reč o maloletnicima. To podrazumeva i medijsko obrazovanje odraslih, što znači da treba delovati u više smerova i paralelno kako bi se medijsko obrazovanje celokupnog građanstva podiglo na viši nivo i kako bi se stvorila medijski pismena javnost, sposobna da preuzme ličnu odgovornost i učestvuje u društvenom delovanju. Takođe, neophodno je i medijsko obrazovanje nastavnog kadra, jer nije dovoljno obezbediti kvalitetne kurikulume, ako nastavni kadar koji predaje medijsku pismenost nije profesionalno usavršen.

Rezultati istraživanja predstavljenog u ovom radu pružili su jasnu sliku o nivoima medijske pismenosti đaka, nastavnika i roditelja. Sasvim je izvesno da je medijsko obrazovanje neophodno i da treba delovati u pravcu njegovog promovisanja i uvođenja u obrazovni sistem. Takođe, ovo istraživanje otvorilo je mnoga pitanja i ideje za nova istraživanja, nove pravce u medijskoj pismenosti, dalo smernice za dalja istraživanja i, što je najvažnije, dalo je validan razlog za uvođenje medijskog obrazovanja u škole. Živimo u dobu medija, informacija, neprekidnog toka komuniciranja, izloženi javnosti više nego ikad. Brzina pojave novih aplikacija i kanala za komuniciranje stalno se povećava i jedini način da sve to savladamo i iskoristimo najbolje što možemo jeste da posedujemo medijske veštine, odnosno da smo medijski pismeni. S obzirom na pravce društvenog i medijskog razvoja, medijska pismenost postaće deo obrazovnog sistema, pre ili kasnije, ali, što pre – to bolje.

Krajnji rezultat medijske pismenosti jeste komuniciranje pomoću medija i društveno delovanje, učešće u javnoj sferi. To je krajnji izraz građanske participacije u javnoj sferi koja je bez medija nemoguća. Kao sastavni deo i jedan od uslova demokratskog društva, jednak pristup medijima i medijskim informacijama za sve građane u svetu, krajnji je cilj zagovornika medijske pismenosti. Samo na takav način svi građani moći će jednako da učestvuju u društvenim delatnostima javne sfere.

Svi zagovornici medijske pismenosti slažu se u jednom: važno je početi sa medijskim obrazovanjem, a ono će se vremenom usavršavati i prilagođavati novim uslovima. Takođe, ne treba zanemariti iskustva zemalja koje su već napredovale u tom procesu, jer se od njih mogu preuzeti modeli koji su dali dobre rezultate. Medijska pismenost može se posmatrati na različite načine, ali je cilj medijskog opismenjavanja uvek isti – medijski pismena publika.