



ODNOS MLADIH PREMA MEDIJIMA

(Istraživanje sa mladim Albancima iz Ulcinja i Tuzi)



Naziv publikacije:

ODNOS MLADIH PREMA MEDIJIMA

(istraživanje sa mladim Albancima iz Ulcinja i Tuzi)



NEW HORIZON
Civil Society Organization

Izdavač:

NVO „Novi Horizont“

ul. Kodre bb, Ulcinj

Tel: +382 68 300 603

E-mail: horizon@t-com.me

www.ngo-horizonti.org

 newhorizonngo

Za izdavača:

Nazif Velić

Radna grupa:

Hazreta Cuca

Arta Muçaj

Sabra Decević

Stručna konsultacija:

Ismet Kallaba

Hakile Resulbegović

Lektura i korektura:

Ranka Milošević

Prelom i dizajn:

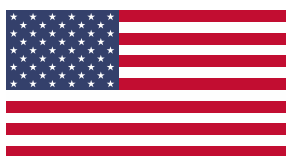
Alma Sulejmanović

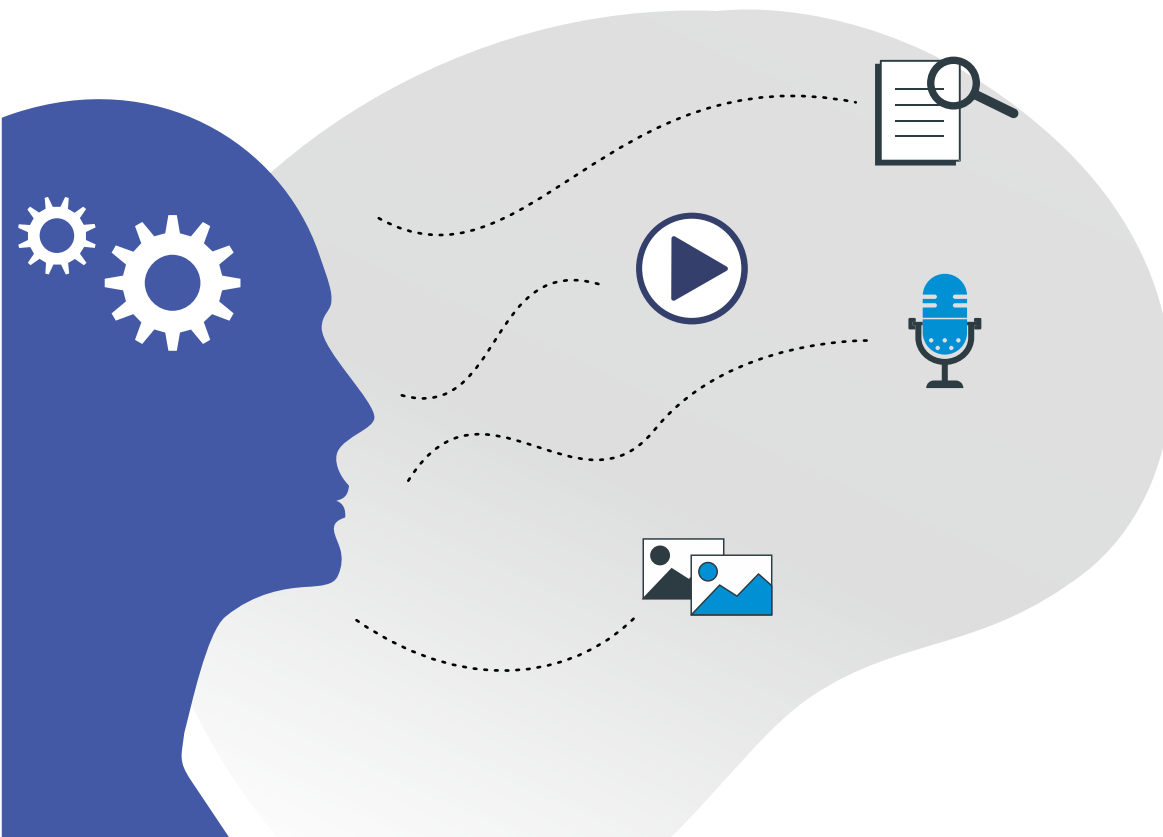
Štampa:

Promotive – Podgorica

Ulcinj, jul 2023.

Ova analiza je dio projekta „Jačanje medijske pismenosti i kritičkog razmišljanja mladih iz manjinskih zajednica“ koji je podržan od strane Američke ambasade u Podgorici u sklopu programa „U.S. Embassy's 2022 Media Professionalization Assistance Program“. Sadržaj ove publikacije je isključiva odgovornost autora i ni na koji način ne održava stavove donatora.





UVOD

Mediji igraju važnu ulogu u životu svakog pojedinca i društva. Oni ne samo da informišu, već imaju cilj da utiču na oblikovanje javnog mišljenja, zabavljaju i sl. Imaju moć da izgrade nove realnosti kroz svoj način prikazivanja događaja i različitih tema, a takođe predstavljaju važan pokazatelj stepena demokratije u jednoj zemlji.

Tehnološki razvoj je takođe uticao na oblast medija. Internet je zauvijek promijenio novinarstvo i medije. Novi mediji i društvene mreže stvaraju novu stvarnost i promijenili su način na koji publika pristupa informacijama. Zbog karakteristika i prednosti koje nude, novi mediji i društvene mreže su preuzele primat u odnosu na klasične (tradicionalne) medije. Mladi, kao generatori promjena najviše koriste nove informacione tehnologije i nove medije. Kao rezultat svega navedenog, promijenio se odnos medija prema publici, odnosno odnos između davaoca i primaoca informacija. Potonji više nije samo pasivan primalac koji čeka šta mu mediji nude, već ima mogućnost komentarisanja i stvaranja informacija. Svako, ko ima pametni telefon posjeduje sopstveni medij.

Danas, živimo u medijskom svijetu gdje komuniciraju slike. Način na koji mi doživljavamo svijet u velikoj mjeri zavisi od načina na koji nam mediji predstavljaju svijet. S obzirom na to da mediji ne odražavaju uvijek istinu, već koriste različite tehnike medijske manipulacije koje je mogu izobličiti, važno je kako koristimo medije i konzumiramo medijske proizvode. Ukratko, od publike se očekuje kritički pristup - da bude sumnjičava i da ne prihvata sve što joj mediji nude. Djeca i mladi su najugroženija grupa u ovom procesu javne komunikacije. Kroz medijsko obrazovanje oni uče da budu svjesni moguće manipulacije i da kritikuju informacije koje im se pružaju, razvijajući sposobnost da procjenjuju izvore informacija i da biraju one koji su pouzdani i važni za njih.

Oснаživanje mladih u medijskom obrazovanju i kritičkom mišljenju pomaže u formiranju obrazovanog i svjesnog naraštaja sposobnog da doprinese digitalnom društvu i da pozitivno utiče na njegov razvoj. Kroz ovo osnaživanje, mladi su u stanju da iskoriste alate i izvore informacija kako bi postigli svoje ciljeve, promijenili stvarnost i doprinijeli stvaranju informisanijeg društva.

Sve to je podstaklo NVO „Novi horizont“ da pokrene realizaciju projekta "Osnaživanje mladih za medijsko obrazovanje i kritičko mišljenje", uz podršku Ambasade Sjedinjenih Američkih Država u Podgorici.

CILJ PROJEKTA:

Projekat je bio usmjeren na angažovanje 30 mladih srednjoškolaca iz Ulcinja i Tuzi u neformalnom obrazovnom programu medijskog obrazovanja. Glavni cilj projekta je osnaživanje mladih u kritičkom čitanju i pisanju, razumijevanju raznolikosti medija, tumačenju slika, kao i razvijanju istraživačkih i medijsko-analičkih vještina. Takođe, mladi su sticali i unaprijeđivali komunikacijske i debatne vještine, prepoznavali dezinformacije i lažne vijesti u medijima i javnoj komunikaciji, te su sprovođenjem informativnih kampanja doprinosili zajednici.

Kroz edukativne sesije sa pedagozima novinarstva i komunikacija, kao i sa profesionalnim novinarima, mladi su upoznati sa osnovnim principima i konceptima novinarstva, kao što su medijska sloboda i nezavisnost, cenzura, medijska deontologija, medijska etika, funkcije i vrste medija, osnovni žanrovi novinarstva, opasnosti od dezinformacija i lažnih vijesti, te izazovi suočavanja sa istinom u doba prekomjerne informisanosti.

Projekat je pružio mladima mogućnost da razviju svoje analitičke sposobnosti, kritičko razmišljanje i medijsku pismenost, te da postanu aktivni i informisani građani. Kroz praktične aktivnosti, radionice i diskusije, stvoreno je stimulatívno okruženje koje je podsticalo njihovu kreativnost i angažovanje. Takođe, projekat je promovisao važnost medijskog obrazovanja kao sredstva za podizanje svijesti o ulozi medija u društvu i razvijanje sposobnosti za tumačenje i kritičko vrednovanje informacija.

Ovaj projekat je pružio mladima značajne alate i vještine potrebne za aktivno učešće u medijskom prostoru, te ih je osnažio da postanu odgovorni potrošači informacija i aktivni učesnici u javnoj debati. S obzirom da informisanje na maternjem jeziku predstavlja jedno od osnovnih prava manjina, pored prava na obrazovanje na maternjem jeziku, očuvanje i razvoj kulture i pravo na zvaničnu upotrebu jezika i pisma, program (projekat) je usmjeren na medije na albanskom jeziku u Crnoj Gori i njihovu ulogu. Kao što je poznato, informisanje na albanskom jeziku u Crnoj Gori se odvija putem nekoliko modela: preko posebnih programa u okviru nacionalne javne službe ili lokalnih javnih službi, dvojezičnih medija (na albanskom i crnogorskom jeziku) i medija koji se posvećuju samo albanskom mišljenju.

Program je takođe obuhvatio i praktične aktivnosti na terenu, gdje su mladi sami sproveli intervjue, javne događaje i slično. Značajan dio ovog projekta je i anketa sprovedena među mladima.

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Kako bismo dobili tačniju sliku o načinu i stepenu korišćenja medija i novih informacionih tehnologija, sprovedeno je istraživanje među mladima albanske nacionalnosti u Ulcinju i Tuzima. Odabran je javnomnjenjski upitnik kao klasičan oblik istraživanja. Upitnik su sproveli sami mladi učesnici obuke, koji su prethodno bili obučeni za proces anketiranja, učeći o metodologijama i instrumentima koji se koriste u istraživanju javnog mnjenja, tehnikama prikupljanja podataka na terenu, tehnikama i fazama intervjuisanja, itd.

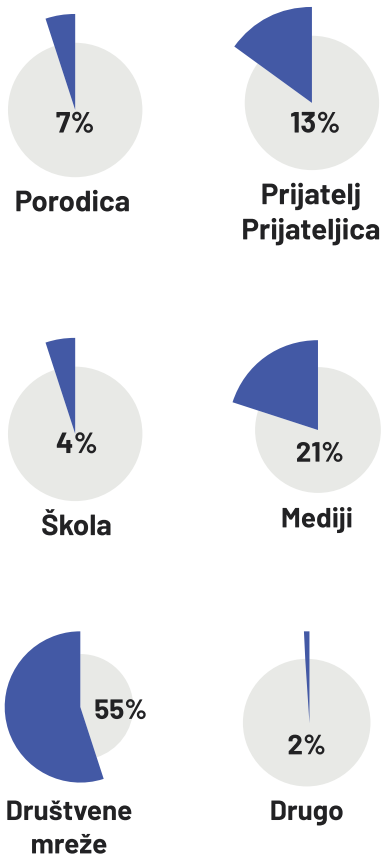
Za potrebe istraživanja o izlaganju medijima i novim informacionim tehnologijama među mladima albanske nacionalnosti u Crnoj Gori, sastavljen je upitnik koji se sastoji od 15 pitanja raspoređenih u nekoliko sekcija. Ova pitanja su pažljivo osmišljena kako bi se saznalo više o izvorima informacija mladih, načinu i obimu njihovog korišćenja medija, kao i njihovoj potrebi za medijskim obrazovanjem. U istraživanju je obuhvaćen uzorak od 200 mladih (iz Ulcinja i Tuzi) u dobi od 15 do 25 godina. Veliki obim uzorka pruža opsežnu bazu podataka za analizu i procjenu trendova kao i percepcije mladih u vezi s medijima i novim informacionim tehnologijama.

Ovo istraživanje je važno zbog nedostatka dovoljno podataka o ovoj specifičnoj grupi stanovništva i njihovom korišćenju medija. Rezultati istraživanja će pružiti jasniju sliku o načinu na koji mladi albanske nacionalnosti u Crnoj Gori koriste medije i nove informacione tehnologije, kao i pomoći u formulisanju budućih strategija za promociju medijskog obrazovanja i zadovoljavanje njihovih specifičnih potreba u ovoj oblasti.

REZULTATI ANKETIRANJA I ANALIZA PODATAKA

1

Informišete se o posljednjim vijestima uglavnom putem:



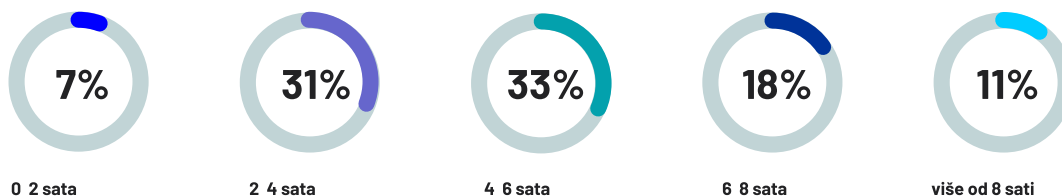
Danas su tehnološke promjene rezultirale porastom izvora javnog informisanja. Mladi, koji su skloni prihvaćanju novina, sve više se okreću novim medijima. Ova tendencija udaljavanja od tradicionalnih medija primjećuje se i među mladima albanske nacionalnosti u Crnoj Gori. Podaci ukazuju da su društvene mreže glavni izvori informacija za mlade, čineći čak 55% ukupnog obima informacija koje primaju. Ovaj faktor naglašava važnost moderne tehnologije i njenog uticaja i način na koji mladi ostaju informisani.

S druge strane, 21% anketiranih mladih informiše se putem tradicionalnih medija. To uključuje medije kao što su televizija, novine i radio. Iako je uticaj tradicionalnih medija manji u odnosu na društvene mreže, još uvijek postoji značajan broj mladih koji se oslanjaju na njih za dobijanje informacija. Takođe, 13% anketiranih mladih izjašnjavaju se da se informišu putem svog društva. To pokazuje da bliske društvene veze imaju važnu ulogu u razmjeni informacija i diskusiji o aktuelnostima. Porodica ima uticaj na informisanje 7% mladih. Članovi porodice pružaju pouzdan izvor informacija i pomažu u formiranju njihovih percepcija o aktuelnostima. Škola takođe ima uticaj u ovom procesu, informišući 4% anketiranih mladih. To uključuje lekcije, diskusije u učionici i informativne izvore koje pruža obrazovna institucija.

Na kraju, vjerske institucije su izvor informacija za 2% mladih. To pokazuje da za neke osobe vjersko uvjerenje igra važnu ulogu u dobijanju aktuelnih informacija. Svi podaci ukazuju da društvene mreže jasno dominiraju kao glavni izvor informacija za mlade, dok tradicionalni mediji, društvo, porodica, škola i vjerske institucije imaju različit uticaj u formiranju njihovih percepcija o aktuelnostima.

2

Koliko vremena dnevno provodite konzumirajući medije/socijalne mreže?



Podaci jasno pokazuju da značajan broj mladih koji su anketirani, tačnije 29% njih, ispoljava izraženu zavisnost od korišćenja medija i društvenih mreža. To uključuje one koji dnevno provode više od 6 sati koristeći ove platforme. Konkretno, 18% mladih provodi između 6 i 8 sati dnevno konzumirajući medije ili aktivno učestvujući na društvenim mrežama, dok 11% njih provodi više od 8 sati dnevno u istim aktivnostima. Nasuprot tome, 33% mladih provodi između 4 i 6 sati dnevno koristeći medije i socijalne mreže, što takođe predstavlja visok procenat vremena koje se troši na ove aktivnosti. Opšte, 38% mladih provodi do 4 sata dnevno angažujući se s medijima i društvenim mrežama. U ovoj grupi, 31% provodi između 2 i 4 sata dnevno, dok 7% provodi od 0 do 2 sata dnevno na ovim platformama. Ovi podaci ukazuju na jasnu tendenciju mladih da provode relativno dug vremenski period konzumirajući medije i uključujući se u društvene mreže.

3

Za šta najčešće koristiš medije?

Tri osnovne funkcije medija su informisanje, obrazovanje i zabava. S obzirom na zahtjeve publike, danas prevladava zabava u medijima. Čak su se razvile konvergentne forme medijskih proizvoda poput *infotainmenta*, gdje se čak i informacije prenose na zabavan način.

Kada posmatramo njihovu dob, primjećuje se da većina ispitanika, tačnije 45,5%, koristi medije u svrhe zabave. Značajan dio, odnosno 43%, koristi medije radi informisanja o aktuelnim pitanjima i svojim interesima. Ohrabrujuće je vidjeti da veliki broj mladih ima svjesnu namjeru da budu informisani i ažurirani. Međutim, zabrinjavajuća je činjenica da samo 11,5% koristi medije u obrazovne svrhe, što ukazuje da je korišćenje medija u tu svrhu i dalje nisko među ovom grupom ispitanika. Ovi podaci mogu podstaknuti razmišljanje o tome kako mladi mogu iskoristiti ove izvore da prošire svoje znanje i vještine na produktivan način.

Zabavljati se



Za obrazovanje (učenje)



Za informisanje



Drugo (napišite za šta)



4

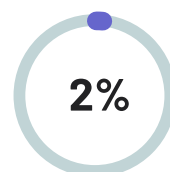
Iz kojeg izvora se najviše informišeš?

Primjetno je udaljavanje mladih od tradicionalnih medija, što se jasno vidi iz odgovora na pitanje "Iz kojeg izvora najviše dobijaš informacije?". Društvene mreže i dalje su glavni izvor informacija za većinu mladih ispitanika. Čak 69% mladih je izjavilo da se oslanja na društvene mreže za dobijanje informacija. To ukazuje na snažan uticaj društvenih mreža, na koji način mladi konzumiraju i dijele informacije.

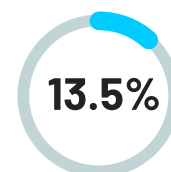
Pored društvenih mreža, određeni procenat, tačnije 15,5%, je spomenuo portale kao preferirani izvor informacija. Ovo ukazuje da su online platforme, bilo da su vijesti ili specijalizovani portali, uspjele značajno uticati na način na koji mladi dolaze do informacija.

S druge strane, mladi su izjavili da sve manje koriste radio i televiziju za informisanje. Samo 13,5% mladih se informiše putem ovih tradicionalnih medija, što ukazuje na smanjen interes za njih.

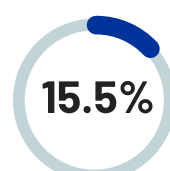
Na kraju, samo 2% mladih je navelo štampane medije kao izvor informacija. Ovo pokazuje da su tradicionalni mediji značajno izgubili konkurenciju u odnosu na nove medije i imaju ograničen uticaj na mlade ljude.



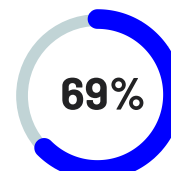
Štampani mediji (novine, časopisi itd.)



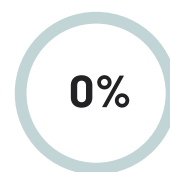
Elektronski mediji (radio, televizija)



Portali



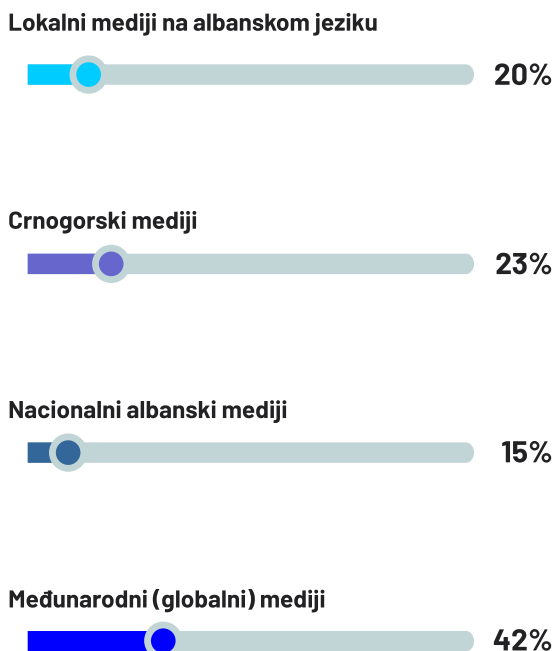
Društvene mreže



Drugo

5

Glavni izvor informacija za tebe je:

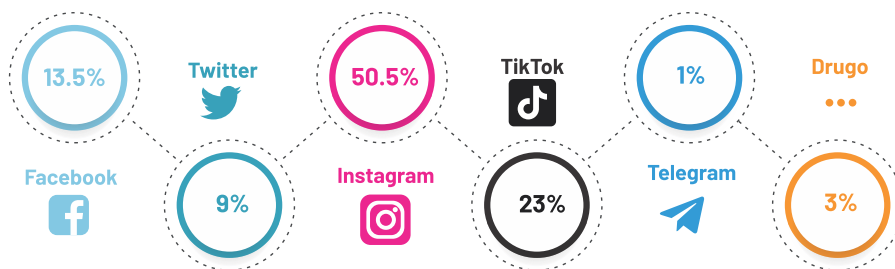


Mediji na albanskom jeziku, uključujući lokalne medije u Crnoj Gori i nacionalne albanske medije, nisu primarni izvor informacija za mlade albanske nacionalnosti u Ulcinju i Tuzima. Samo 20% anketiranih mladih izjavilo je da se informišu uglavnom putem lokalnih medija na albanskom jeziku u Crnoj Gori. Ako tome dodamo i 15% koji su izjavili da se informišu uglavnom putem nacionalnih albanskih medija, dolazimo do zaključka da ukupno 35% anketiranih mladih ima primarni izvor informacija u albanskim medijima.

Prema dobijenim rezultatima, 23% anketiranih mladih izjavilo je da se informišu uglavnom putem crnogorskih medija, u poređenju sa 20% koji dobijaju informacije putem medija na albanskom jeziku u Crnoj Gori. Ovo se može shvatiti kao kriza identiteta (jezičkog i nacionalnog) albanskog stanovništva u Crnoj Gori, a rezultat je nekoliko faktora, među kojima možemo spomenuti nepostojanje snažnih medija na albanskom jeziku u Crnoj Gori, nedostatak privlačnog medijskog sadržaja za mlade na albanskom jeziku itd. Iznenađujući rezultat je da čak 42% anketiranih mladih izjavljuje da se informišu uglavnom putem međunarodnih (globalnih) medija.

6

Koliko vremena dnevno provodite konzumirajući medije/socijalne mreže?



U fokusu preferencija mladih za društvene mreže, među najomiljenijima je Instagram. Više od polovine ili preko 50% ispitanika mlade populacije koristi Instagram za informisanje. To pokazuje da je ova vizuelna platforma veoma popularna i uspjela je da stvori široku bazu korisnika među mladima.

Nakon Instagrama, još jedna društvena mreža koja je brzo stekla popularnost je TikTok. 23% ispitanika mlade populacije koristi TikTok za informisanje. TikTok je platforma koja pruža kratke video klipove i uspjela je da postane veoma omiljena među mladima zbog svoje zabavne i kreativne sadržine.

Međutim, Facebook, nekada najpopularnija društvena mreža, danas je doživjela primjetan pad upotrebe među mladima. Samo 13,5% ispitanika mlade populacije koristi Facebook za informisanje, što je relativno niska cifra u poređenju sa drugim društvenim mrežama. To pokazuje da Facebook više nije "in" među mladima.

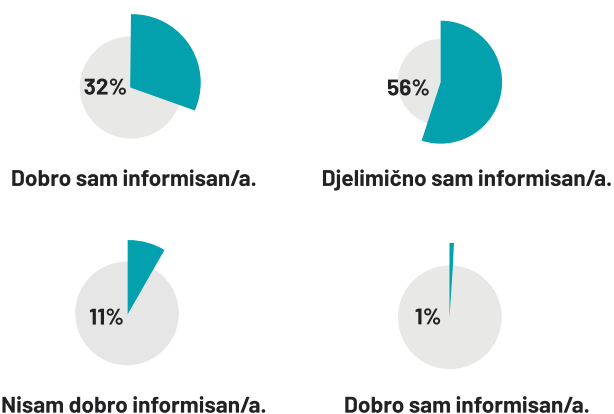
Pored Instagrama, TikToka i Facebooka, mladi koriste i druge društvene platforme za informisanje. Twitter koristi 9% ispitanika mlade populacije, Telegram 1%, dok su neke druge mreže poput Snapchat-a i YouTube-a pomenute od strane 3% ispitanika.

Ova tendencija korišćenja društvenih mreža pokazuje da vizuelne platforme i one koje pružaju kratki i zabavni sadržaj stiču veliku popularnost među mladima.

7

Koliko si informisan o najvažnijim događajima u zemlji i svijetu?

Opšte mladi nisu dovoljno informisani o najvažnijim događajima u zemlji i svijetu. Naravno, to zavisi od njihovih interesa. Kao grupa s različitim interesima, njihovi prioriteti su različiti. Tako, gotovo jedna trećina anketiranih mladih izjavljuje da su dobro informisani, dok 56% njih kaže da su djelomično informisani. To može ukazivati na to da su oni prosječno informisani i da imaju djelomično znanje o najvažnijim događajima u zemlji i svijetu. S druge strane, 11% anketirane mladeži izražava da nisu dobro informisani. Ova grupa može imati nedostatak interesa za aktuelna događanja ili ne pridaje veliku pažnju informacijama. Vrlo mali postotak, 1%, izjavljuje da uopšte nisu informisani. To ukazuje na postojanje grupe koja ne prati vijesti i ne interesuje se za događanja.



8

Koji uticaj imaju mediji i društvene mreže na tvoj život?



*(1= nemaju nikakav uticaj, 5= imaju veliki uticaj).

Mediji, posebno društvene mreže, imaju veliki uticaj na život mladih i sastavni su dio njihove svakodnevnice. To pokazuju i rezultati ove ankete, gdje tri četvrtine ispitanika je izjavilo da mediji i društvene mreže imaju umjeren do vrlo velik uticaj na njihov život. Za 9% ispitanika, mediji i društvene mreže imaju mali uticaj. To može ukazivati na to da rjeđe koriste ove kanale ili imaju rezervisaniji pristup prema njima.

S druge strane, za 15,5% ispitanika mediji i društvene mreže imaju djelimičan uticaj. Iz toga se može zaključiti da imaju umjereniji pristup medijima i društvenim mrežama, te da je njihov uticaj ograničeniji.

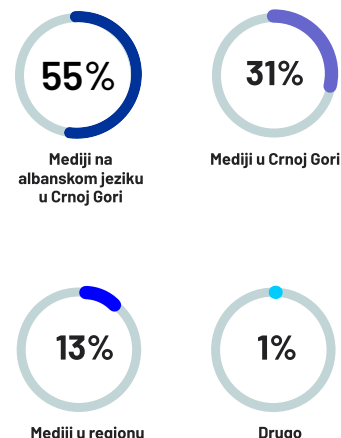
Ovi rezultati ukazuju na to da mediji i društvene mreže imaju veliki uticaj na život mladih i da su neizostavan dio njihove svakodnevnice. Njihov uticaj može oblikovati način razmišljanja, ponašanja i interakcije s drugima. Važno je razumjeti kako ovi kanali utiču na život mladih i promovisati zdravu upotrebu medija i društvenih mreža.

9

Najčešće se informišete o događajima koji se tiču Albanaca u Crnoj Gori putem:

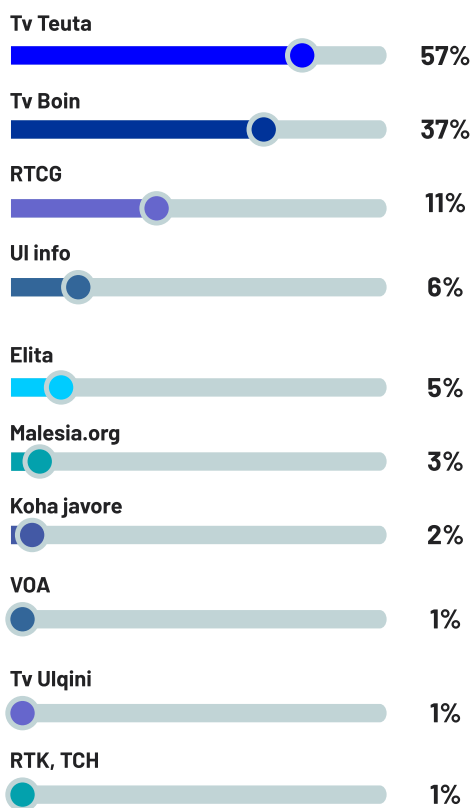
U zemljama koje su multinacionalne i multijezičke kao Crna Gora, mediji na jezicima manjina imaju važnu ulogu u informisanju svojih zajednica. U slučaju Albanaca u Crnoj Gori, mediji na albanskom jeziku imaju poseban značaj. Stoga je razumljivo i prirodno da se za događaje koji se tiču Albanaca u Crnoj Gori, albanska omladina češće informiše (55%) putem medija na albanskom jeziku u zemlji, dok se 31% informiše putem crnogorskih medija. To pokazuje da mediji na albanskom jeziku u Crnoj Gori imaju veliki uticaj na informisanje albanske omladine. S druge strane, 13% anketiranih mladih se informiše putem medija u regionu. To pokazuje određeni interes da budu informisani o događajima i razvoju u našem regionu. Samo 1% anketiranih mladih izjavljuje da se informiše putem globalnih medija. To može biti povezano sa činjenicom da globalni mediji imaju manji uticaj i ograničeni uticaj u lokalnom kontekstu i njihovom posebnom interesu.

Ovi rezultati pokazuju da mediji na albanskom jeziku u Crnoj Gori imaju ključnu ulogu u informisanju albanske omladine. Istovremeno, crnogorski i regionalni mediji takođe utiču na njihovu osviještenost o lokalnim i regionalnim događajima.



10

Nabroj neke od medija na albanskom jeziku u Crnoj Gori od kojih se najčešće informišete.



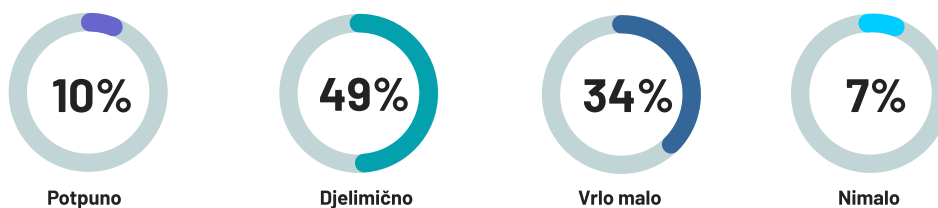
Od medija na albanskom jeziku, mladi se najčešće informišu putem TV Teuta (57%), TV Boin (37%), RTMZ (11%), UI Info (6%), Radio Elita (5%), portal Malësia.org (3%), Koha javore (2%), VOA, RTUL i RTK/Top Channel(1% svaki).

Važno je razjasniti da su mladi imali mogućnost da daju više od jednog odgovora na ovo pitanje. To znači da neki od njih mogu da se informišu putem više od jednog medija na albanskom jeziku.

Takođe je važno istaći da smo tokom rada sa mladima u ovom projektu shvatili da oni uglavnom prate lokalne televizije putem njihovih kanala na društvenim mrežama. To ukazuje na to da društvene mreže imaju važnu ulogu i kada je riječ o konzumiranju televizijskih medija od strane mladih.

11

Da li mediji na albanskom jeziku u Crnoj Gori zadovoljavaju vaše zahtjeve za informacije?



Bazirano na podacima ankete, samo 10% mladih izjavljuje da mediji na albanskom jeziku u Crnoj Gori potpuno zadovoljavaju njihove zahtjeve za dobijanje informacija. Većini njih, mediji na albanskom jeziku djelimično (49%) ili vrlo malo (34%) ispunjavaju njihove zahtjeve, dok 7% izjavljuje da ih uopšte ne ispunjavaju.

Pejzaž medija na albanskom jeziku u Crnoj Gori karakteriše prisustvo malih i nejakih medija. Posebno, u elektronskim medijima dominiraju vijesti prevedene sa crnogorskog jezika i vijesti preuzete od albanskih medija u regionu. Publika nije zadovoljna kvalitetom proizvoda i programa koji se nude u medijima na albanskom jeziku. Ovo može biti jedan od razloga za nezadovoljstvo publike mladih u vezi sa kvalitetom proizvoda i programa koji se nude u medijima na albanskom jeziku i zbog čega oni nisu toliko privlačni za mlade.

Ovaj faktor, zajedno sa nedostatkom snažnih medija na albanskom jeziku u Crnoj Gori, utiče na percepciju mladih i njihovo nezadovoljstvo u vezi sa medijima na albanskom jeziku. Ovi podaci ukazuju na potrebu za poboljšanjem i razvojem medija na albanskom jeziku u zemlji, kako bi bolje zadovoljili potrebe publike, posebno mladih.

12

Za šta najčešće koristite nove tehnologije informacije i komunikacije?

Tehnologije novih informacija i komunikacije su neodvojivi dio života mladih ljudi. Oni su "uronjeni" i "plove" u svojim uređajima - pametnim telefonima, iPadima, laptopovima itd., koje koriste u razne svrhe. Mladi cijene nove tehnologije informacija kao izvanredno sredstvo komunikacije. Oko polovine anketiranih mladih (49%) koristi ove tehnologije uglavnom kako bi bili u kontaktu sa prijateljima i porodicom. Istovremeno, 32% mladih koristi tehnologiju za zabavu, uključujući igre, muziku, filmove i video - zapise. Za 19% njih, tehnologije su veoma korisne za unaprjeđenje obrazovnog procesa putem edukativnih aplikacija, online izvora i slično. S druge strane, samo 1% mladih koristi tehnologiju u svrhu rada, kao što je rad od kuće ili obavljanje svojih zadataka online.

Zabavljati se



Komunicirati



Za potrebe procesa učenja

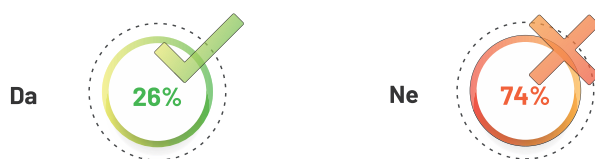


Drugo (navesti)



13

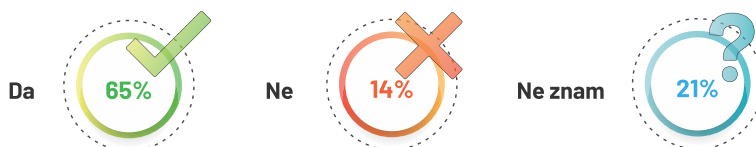
Tokom dosadašnjeg školovanja, da li si pohađao nastavu o medijskom obrazovanju?



Mediji predstavljaju društvenu stvarnost bez koje se život danas ne može zamisliti. Studije o medijima takođe su uspostavljene. Iako mediji imaju veliki uticaj na živote mladih, zabrinjavajuća je činjenica da znanja o medijskom obrazovanju još uvijek nijesu postala redovni dio školskog sistema. U sprovedenoj anketi, samo 26% mladih u Ulcinju i Tuzima je izjavilo da su pohađali posebne časove posvećene medijskom obrazovanju tokom svog dosadašnjeg školovanja. Ovaj broj je veoma nizak, budući da skoro 3/4 mladih tvrdi da nikada nijesu imali časove medijskog obrazovanja u svojim školama. To pokazuje da medijsko obrazovanje nije dovoljno visok prioritet u trenutnom obrazovnom sistemu, a postoji veliki potencijal za unaprijeđenje svijesti mladih o korišćenju medija i razvijanju medijske kritičnosti.

14

Da li smatrate da medijsko obrazovanje treba da bude dio nastavnog programa, imajući u vidu ulogu medija u društvu i brz razvoj informaciono-komunikacionih tehnologija?



Uprkos čestim reformama koje su sprovedene u obrazovnom sistemu u Crnoj Gori, one nijesu dotakle suštinu nastavnog programa. Jedna od najčešćih kritika upućenih obrazovnom sistemu u Crnoj Gori i u regionu jeste da pruža više zastarjelog teorijskog znanja umjesto praktičnih znanja i vještina koje su potrebne u svakodnevnom životu učenika. U tom kontekstu, uzimajući u obzir ulogu medija u društvu i brzi razvoj informaciono-komunikacionih tehnologija, većina anketirane omladine (65%) smatra da medijsko obrazovanje treba da bude dio nastavnog programa, 14% je protiv njegovog uključivanja u nastavni program, dok 21% nema jasan odgovor u vezi sa ovim pitanjem.

Da je medijsko obrazovanje dio školskog programa, šta bi vas najviše zanimalo da naučite?

Edukacija o medijima trebala bi težiti prenošenju osnovnih znanja o kulturi korišćenja medija učenicima. Anketirana omladina je iznijela neke od pitanja koja su im najvažnija i za koja bi bili zainteresovani da nauče ukoliko bi medijska edukacija bila dio školskog programa. Rezultati ankete pokazuju da 39% anketirane omladine izražava želju da uči o opasnostima dezinformacija i lažnih vijesti. Njihova želja može biti opravdana činjenicom da je publika u posljednje vrijeme, posebno tokom pandemije COVID-19, suočena sa eksplozijom lažnih vijesti i dezinformacija o koronavirusu. Ovaj fenomen poznat kao "infodemija" ističe potrebu za kritičkim razmišljanjem o informacijama i učenju o istini u medijskom kontekstu. Ostale teme od interesa za anketiranu omladinu uključuju društvene funkcije medija sa 24% odgovora, kritički pristup informacijama sa 20%, medijsku etiku sa 16%, kao i uticaj medija na psihologiju mladih i pripremu vijesti sa 1%. Ove oblasti interesa mladih pokazuju njihovu svijest o ulozi i uticaju medija u društvu, kao i potrebu da bolje razumiju procese i izazove koji se odnose na informacije i medije u digitalnom dobu.

Društvene funkcije medija



Medijska etika



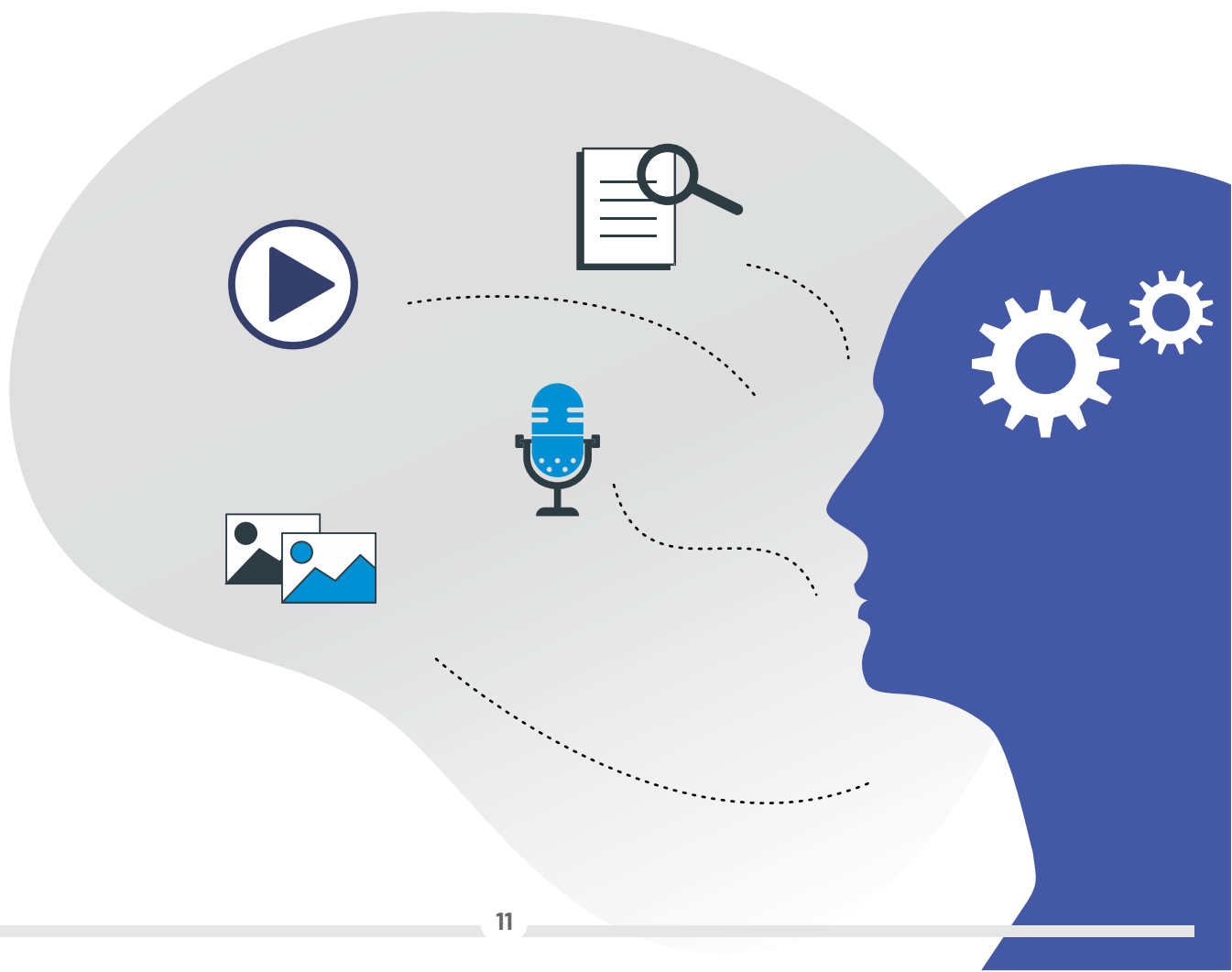
Kritički pristup informacijama



Rizik od dezinformacija / lažnih vijesti



Drugo (navesti)



ZAKLJUČAK I PREPORUKE

Rezultati ankete mogu poslužiti kao osnova za dalja istraživanja o korišćenju medija i novih informaciono-komunikacionih tehnologija u ovom kontekstu. Upporedne analize i dodatna istraživanja mogu pomoći u razumijevanju načina na koje mladi koriste medije i tehnologije u različite svrhe, kao i identifikaciji njihovih potreba za informacijama, zabavom, kritičkim razmišljanjem i medijskim uticajem.

Na osnovu informacija koje su prezentovane u ovom izdanju, mogu se izvući neke preporuke koje se odnose na rad medija na albanskom jeziku u Crnoj Gori i njihovu upotrebu od strane mladih:



Prilagođavanje zahtjevima publike: Mediji na albanskom jeziku trebaju se više orijentisati prema zahtjevima svoje publike, posebno mladih. Važno je pružiti odgovarajući i privlačan sadržaj za ovu grupu uzimajući u obzir njihove interese, potrebe i preferencije.



Izbor platformi i kanala komunikacije: Preporučuje se medijima na albanskom jeziku da koriste sve platforme i kanale komunikacije kako bi dosegli svoju publiku, posebno mlade. Korišćenjem različitih kanala kao što su društveni mediji, veb - stranice i mobilne aplikacije, moguće je stvoriti jaču prisutnost i doći do šire publike.



Jačanje profesionalnih i tehnoloških kapaciteta: Relevantne albanske institucije u Crnoj Gori trebaju podržati medije na albanskom jeziku u profesionalnom i tehnološkom smislu. To može uključivati obuke novinara i osoblje medija kako bi se ispunili profesionalni standardi, kao i obezbjeđivanje neophodnih alata i tehnologija za proizvodnju i prenos informacija.



Medijsko obrazovanje u školama: Medijsko obrazovanje treba biti dio nastavnog programa kao poseban i obavezan predmet. S obzirom, na važnost medija u svakodnevnom životu i razvoju virtualne komunikacije, važno je da mladi imaju dovoljno znanja i vještina da procijene i kritički sagledaju informacije koje dobijaju iz medija.



Neformalno medijsko obrazovanje: Medijsko obrazovanje treba biti važan dio neformalnog obrazovanja. Ova vrsta obrazovanja može pružiti dobru priliku za mlade da nadoknade eventualne praznine koje mogu postojati u redovnom školskom obrazovanju i da razviju neophodne vještine za snalaženje u virtualnom i medijskom svijetu.



Unaprijeđenje programske ponude i prilagođavanje tehnologiji: Rezultati ankete trebaju biti tretirani od strane medija na albanskom jeziku kao pokazatelj njihovog rada i kao zahtjev za unaprijeđenje programske ponude i prilagođavanje tehnološkim inovacijama. Dodatna istraživanja i uporedne analize mogu pomoći u stvaranju potpunije slike i identifikaciji dubljih trendova u korišćenju medija od strane albanske omladine u Crnoj Gori. Odgovarajući na potrebe i preferencije publike, investirajući u profesionalni i tehnološki razvoj, kao i uključivanje medijskog obrazovanja u školske programe, mediji na albanskom jeziku u Crnoj Gori mogu povećati svoju važnost i uticaj u komunikaciji i informisanju mladih.



NEW HORIZON
Civil Society Organization

NVO „Novi Horizont“
ul. Kodre bb, Ulcinj
Tel: +382 68 300 603
E-mail: horizon@t-com.me
www.ngo-horizonti.org
 [newhorizonngo](https://www.facebook.com/newhorizonngo)