



SAOPŠTENJE ZA MEDIJE

AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE I UNICEF POČELI KAMPANJU MEDIJSKE PISMENOSTI POD NAZIVOM “BIRAJMO ŠTA GLEDAMO”

PODGORICA, 19. FEBRUAR 2018. – Direktor Agencije za elektronske medije Crne Gore g. **Abaz Beli Džafić** i šef predstavništva UNICEF-a u Crnoj Gori **Osama Kogali** najavili su danas početak kampanje medijske pismenosti “Birajmo šta gledamo”.

Kampanja “Birajmo šta gledamo” utiče na podizanje nivoa svijesti o važnosti medijskog opismenijavanja roditelja, staratelja i djece, i o važnosti odabira medijskih sadržaja za djecu.

Džafić poručuje da „ne smijemo zanemariti činjenicu da mediji u ovom procesu imaju nezamjenjivu ulogu. Oni posjeduju mogućnost da se njihov glas čuje, da otvore debate, ukažu na probleme kako bi doprinijeli istinskom djelovanju od javnog interesa.

Stoga, Unicef i Agencija planiraju da ostvare značajniju saradnju sa medijima i novinarima kako bi iskoristili potencijal medija da podstaknu djecu i roditelje na proaktivan stav prema uređenoj konzumaciji medija, koja će omogućiti djeci da u svom razvoju budu u kontaktu sa sadržajima koji su oslobođeni govora mržnje i predrasuda, a podstiču toleranciju.

Potrudimo se, pokažimo da nam mediji jesu prijatelji, i da djeluju u službi svih nas.“

Brojne studije širom svijeta govore o tome da nasilje u medijima može doprinijeti povećanoj agresivnosti kod djece, kao i da obrazovni sadržaji u medijima mogu pomoći djeci da brže usvoje određena znanja i vještine. Stoga je ključno pažljivo birati medijske sadržaje.

“Istraživanja širom svijeta pokazuju da djecu treba usmjeravati još od njihovog prvog susreta s medijima. To je, najprije, zadatak roditelja. Iz tog razloga, danas, započinjemo kampanju medijske pismenosti sa tri TV spota koji se obraćaju roditeljima i čija je ključna poruka - Birajmo šta gledamo” istakao je **Kogali**.

Medijska pismenost je sposobnost da se različiti medijski sadržaji koriste, analiziraju, kritički procijene i stvaraju. U 21. vijeku, ona je jednako neophodna kao i tradicionalna pismenost pod kojom se podrazumijevaju čitanje i pisanje.

Iz tog razloga, cilj kampanje “Birajmo šta gledamo” je promocija medijske pismenosti među roditeljima i djecom, kao i unapređenje kvaliteta izvještavanja medija o pitanjima koja se tiču prava djeteta.

“Birajmo šta gledamo, analizirajmo i kritički razmišljajmo o svim medijskim sadržajima i radimo to zajedno sa našom djecom od ranog djetinjstva“, poručio je **Kogali**.

U okviru ove kampanje, sprovedeće se istraživanje o tome kako djeca i roditelji koriste medije, kako i sa kime razgovaraju o medijskim sadržajima i kako tumače i koriste informacije iz medija. Takođe, kroz kampanju će se pojačati saradnja između djece i medija kako bi medijski izvještaji o djetinjstvu češće citirali mišljenja mladih i na kvalitetniji način obrađivali pitanja koja ih se tiču.

TV spotove kampanje možete preuzeti na linku:

https://mega.nz/#!541yWYgD!rKFTYN5hIOQAarXGbOpb_PFvdhvwgNoN1eUD4PuhLmo

TV spotove kampanje možete pogledati na linku:

https://www.youtube.com/watch?v=gL4_Nkqsods

Video sa govovima direktora Agencije za elektronske medije Crne Gore g. **Abaza Belog Džafića** i šefa predstavništva UNICEF-a u Crnoj Gori **Osame Kogalija** možete učitati na linku:

<https://wetransfer.com/downloads/5fc9233cfc5fbef7f9325bc130cbf41820180219122128/f64afec76971ae9f4114c416f08a6dc620180219122128/c73d5f>

Video pokrivalice sa događaja možete preuzeti na linku:

<https://wetransfer.com/downloads/ff6fb28939224c9cde6d4216d5c729f120180219123607/f566438f109d4b47a54e5c603ba551e620180219123607/7d760b>

Kontakti za dalje informacije:

Elvira K. Ceković, rukovodilac službe za odnose sa javnošću i opšte poslove,
067 815 168, elvira.cekovic@aemcg.org

Jelena Perović, koordinatorka komunikacija UNICEF-a Crne Gore,
069 225 315, jperovic@unicef.org