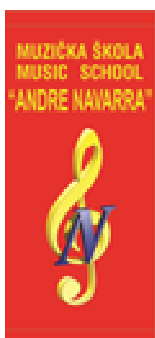




J.U. UMJETNIČKA ŠKOLA ZA MUZIKU I BALET "VASA PAVIĆ"



SAOPŠTENJE ZA MEDIJE

BIRAJMO ŠTA SLUŠAMO, NOVA PORUKA KAMPANJE MEDIJSKE PISMENOSTI

PODGORICA, 8. NOVEMBAR 2018. – Muzička škola „Andre Navarra“ i Umjetnička škola za muziku i balet „Vasa Pavić“ pridružile su se kampanji medijske pismenosti koju je Agencija za elektronske medije, uz podršku UNICEF-a, pokrenula početkom godine.

Tim povodom, učenici Muzičke škole „Andre Navarra“ svirali su na nekoliko lokacija u Podgorici, dok su prolaznici i đaci Umjetničke škole za muziku i balet „Vasa Pavić“ slušali i plesali uz njihovu muziku. Od snimaka tog umjetničkog performansa napravljen je novi spot kampanje medijske pismenosti s porukom „Birajmo šta slušamo“.

„Glavni razlog zbog kojeg smo odlučili da podržimo kampanju o medijskoj pismenosti Agencije za elektronske medije i UNICEF-a jeste što se ona slaže s osnovom i suštinom naše škole. Muzička škola za talente „Andre Navarra“ je kontinuirano, od osnivanja, radila na tome da se djeca obrazuju šta slušaju, na koji način, i naravno, u sklopu svega toga uvijek se izvuku talenti, ali veliki dio toga je muzičko opismenjavanje djece da bi ona postala obrazovani građani jednog civilizovanog društva“, ističe **Bogdan Asanović**, direktor Muzičke škole „Andre Navarra“.

S njime je saglasna direktorica Umjetničke škole za muziku i balet **Zoja Đurović**, koja podsjeća da uticaj muzike na razvoj djece zavisi od izbora muzike koja se djeci pušta.

„Ima nekih kompozicija koje ja ne bih nazvala muzikom, koje nikakvo dobro ne čine djeci, ni u kom pogledu – ni u pogledu ritma, ni u pogledu melodije, a najmanje u pogledu teksta. Postoji muzikoterapija – dokazano je da ima dobar efekat kada se pušta dobra muzika, pogotovo djeci, još dok su u kolijevci. To ne mora biti samo klasična muzika, treba izabrati dobre pjesme, dobre kompozicije, koje će djecu umirivati“, objašnjava direktorica **Đurović**.

Mlada reporterka kampanje medijske pismenosti **Milica Vujošević** pratila je ove umjetničke performanse i u potpunosti podržava inicijativu zato što smatra da je muzika bitna za razvoj i obrazovanje djece i mladih.

„I pored toga što nam mediji nude ogroman sadržaj, moramo da znamo šta trebamo i šta je zdravo za nas da slušamo i na šta da obratimo pažnju“, poručuje **Vujošević**.

Novi spot kampanje biće prosljeđen svim medijima s pozivom da se pridruže kampanji njegovim besplatnim emitovanjem i na taj način doprinesu podizanju svijesti o tome da dobar izbor medijskih sadržaja za djecu može pozitivno uticati na njihov razvoj.

„Apelujem na roditelje, apelujem na vaspitače u vrtićima, ako ne mogu ili nemaju ideju šta da puštaju djeci, neka dođu, vrata Muzičke škole, njene direktorice i svih nas širom su otvorena za sve koji žele bilo šta da pitaju“, poručuje **Đurović**.

Kampanju medijske pismenosti pokrenuli su Agencija za elektronske medije i UNICEF s ciljem podsticanja razvoja medijske pismenosti djece i roditelja, kao i jačanja kapaciteta medija da prave kvalitetne medijske sadržaje s djecom i mladima i da na etički korektan način izvještavaju o svim pitanjima prava djeteta u Crnoj Gori.

###

Novi spot Birajmo šta slušamo možete pogledati na linku

<https://www.youtube.com/watch?v=s7lZPwxrEq8&feature=youtu.be>

Video izjave citirane u saopštenju možete učitati s linka

<https://youtu.be/E7OZ6rkNmaA>

Redosljed video izjava:

1. **Bogdan Asanović**, direktor Muzičke škole „Andre Navarra“
2. **Milica Vujošević**, mlada reporterka kampanje medijske pismenosti
3. **Zoja Đurović**, direktorica Umjetničke škole za muziku i balet „Vasa Pavić“

Za više informacija kontaktirati:

Elviru Ceković, rukovoditeljku službe za odnose s javnošću i opšte poslove Agencije za elektronske medije Crne Gore, 067 815 168, elvira.cekovic@aemcg.org

Jelenu Perović, koordinatorku komunikacija UNICEF-a CG, 069 225 315, jperovic@unicef.org