

MEDIJSKA PISMENOST GRAĐANA CRNE GORE SE MOŽE UNAPRIJEDITI, OBRAZOVANJE KLJUČNO

Među građanima Crne Gore (92%) postoji skoro apsolutna saglasnost da je medijska pismenost od velike važnosti. Međutim, 62% ispitanika ocjenjuje medijsku pismenost građana Crne Gore kao lošu, a razumijevanje interneta i društvenih mreža čini se na nedovoljnom nivou. Obrazovanje je široko prepoznato kao ključna mjera za unapređenje medijske pismenosti.

Ovo su neki od ključnih nalaza istraživanja javnog mnjenja „Medijska pismenost u Crnoj Gori“, koje je naručila Misija OEBS-a u Crnoj Gori, a sprovela agencija IPSOS, u okviru zajedničke aktivnosti Ministarstva kulture i medija i Agencije za elektronske medije (AEM). U istraživanju je tokom juna i jula 2023. godine intervjuisano 1.003 građana i građanki starosti između 16 i 75 godina.

Upitani kako bi provjerili tačnost kontradiktorne informacije na internetu, svega 27% ispitanika analiziralo bi karakteristike sajtova na kojima su pronašli informaciju, a 26% bi zatražilo mišljenje stručnjaka iz relevantne oblasti, kaže **Vladimir Raičević** iz IPSOS-a.

„Istraživanje je, takođe, pokazalo da postoji svijest o potrebi za razvojem medijske pismenosti, posebno među starijim i mlađim građanima, od kojih se svaka grupa suočava sa različitim izazovima u procjeni medijskih informacija. Stariji (30 - 75 godina) prepoznaju da su najmlađi u najvećem riziku da prihvate neistinite informacije zbog nedostatka iskustva i nepoznavanja političkog konteksta. S druge strane, mlađi mladi (16 - 25 godina) vide starije osobe (65+) kao ranjivu grupu zbog nedostatka digitalnih vještina, kao i čestog izostanka kritičkog osvrt na vijesti, odnosno većeg povjerenja u medije“, rekao je Raičević.

Televizija ostaje najčešće korišćeni tradicionalni medij i generalno izvor informacija o dešavanjima u zemlji i svijetu – 74% ispitanika tvrdi da se barem nekoliko puta nedjeljno informiše putem televizije, pri čemu 60% njih to čini na dnevnom nivou. Internetske publikacije, kao što su veb-portali sa vijestima, internet izdanja novina, aplikacije medijskih kuća i novinski blogovi, odmah su iza televizije kao drugi najčešći izvor vijesti – 68% ispitanika ih koristi nekoliko puta nedjeljno ili češće, a na sličnom nivou su i društvene mreže. Odgovornost za širenje neprovjerenog sadržaja uglavnom se pripisuje onlajn medijima.

Šefica Misije OEBS-a **Dominique Waag** kazala je da ovo istraživanje predstavlja dobru osnovu za Misiju, Ministarstvo i AEM, kao i zainteresovane aktere poput onih u sektoru obrazovanja. „Ono može pomoći u oblikovanju aktivnosti i inicijativa medijske pismenosti u budućnosti. Istaknuta su dva važna elementa u istraživanju: prvo, ulaganje u medijsku pismenost i obrazovanje u školama, tj. omogućavanje učenicima da shvate kako da dešifruju medijske poruke, ključni je i jedini održivi dugoročni odgovor na izazove digitalnog doba. Drugi element se odnosi na važnost uloge profesionalnih novinara. Mediji mogu biti protivotrov za lažne i obmanjujuće informacije, tako što pružaju građanima provjerene i na činjenicama bazirane informacije, ublažavajući na taj način uticaj govora mržnje i nudeći više stanovišta. Treba pohvaliti rad profesionalnih, etičkih i istraživačkih novinara, koji služe javnom interesu“, kazala je ambasadorica Waag.

Ministarka kulture i medija **Tamara Vujović** kazala je da smo svjedoci da u digitalnoj eri kvantitet informacija i ponuđenog medijskog sadržaja, koji su dostupniji više nego ikad, ne mora nužno da prati i kvalitet. „Naprotiv, nerijetko se susrećemo sa malignim pojavama kao što su dezinformacije, različiti oblici manipulacije i senzacionalizma, lažne vijesti... Samim tim, jasno je koliki značaj ima medijska pismenost u suzbijanju navedenih pojava. Nažalost, i dalje se ne možemo pohvaliti sjajnim rezultatima kada je u pitanju stanje medijske pismenosti u Crnoj Gori. Prema istraživanju NVO 'Institut za otvoreno društvo' iz Sofije, koje je korišćeno za potrebe izrade Medijske strategije 2023-2027, Crna Gora se 2021. godine našla na samom dnu ljestvice kada je u pitanju medijska pismenost. Ministarstvo kulture i medija je preuzelo niz koraka za unapređenje stanja medijske pismenosti među našim građanima“, kazala je ministarka Vujović i podsjetila da je nedavno usvojena prva Medijska strategija sa pratećim Akcionim planom 2023-2024, koja stavlja naglasak na jačanje medijske pismenosti među građanima. „Ministarstvo je odlučno u svom pristupu podršci razvoju medijske pismenosti među građanima. Pitanje medijske pismenosti nije samo izazov za našu Vladu ili institucije. To je izazov za svakog pojedinca u našem društvu. Pozivam sve građane da preuzmu aktivnu ulogu u sticanju medijske pismenosti na način što ćemo se edukovati, istraživati, postavljati pitanja i kritički analizirati informacije koje konzumiramo. Samo tako možemo postati otporni na manipulacije, poluinformacije i dezinformacije“, zaključila je ministarka.

Direktorica Agencije za elektronske medije **Sunčica Bakić** kazala je da je AEM dosta rano u svom radu prepoznala značaj medijske pismenosti za razvoj demokratskog društva. „Podrška Misije OEBS-a u Crnoj Gori rezultirala je značajnim unapređenjem strategije i aktivnosti koje se sprovode. Naša saradnja i aktivnosti su imala za cilj razvoj medijske pismenosti u tri ciljne grupe: medijski profesionalci, roditelji i edukatori, djeca. Pored ove tri ciljne grupe, od ove godine, širim opseg zajedničke saradnje i pokrećemo aktivnosti na unapređenju medijske pismenosti za odrasle“, kazala je Bakić i dodala da naporu na podizanju nivoa medijske pismenosti se ne mogu cijeniti u kratkom roku, već ćemo rezultate vidjeti u budućnosti.

Detaljne nalaze istraživanje možete pogledati na linku:

<https://aemcg.org/wp-content/uploads/2024/03/Istrazivanje-Medijska-pismenost-u-Crnoj-Gori.pdf>