

# Medijska pismenost – Djeca, roditelji i mediji u Crnoj Gori

Izveštaj

Decembar, 2022. godine



# Sadržaj

Uvodne napomene	2
Metod	2
Medijski sadržaj	3
Internet	14
Razumijevanje medija	18
Iskustvo i rizici	27
Mjere roditeljske kontrole upotrebe uređaja za pristup medijima uopšte i internet	31
Kulturna dešavanja	37
Ključni nalazi i zaključci	39

## KLAUZULA ODRICANJA ODGOVORNOSTI

Izneseni stavovi u ovoj publikaciji odgovornost su autora i ne predstavljaju nužno stavove OEBS-a, misija ili njenih država učesnica. Ni OEBS, Misije, ni njene države učesnice ne preuzimaju nikakvu odgovornost za posljedice koje mogu proizaći iz upotrebe ove publikacije. Ova publikacija se ne bavi pitanjima pravne ili druge odgovornosti za radnje ili propuste bilo koje osobe.

## Osnovne informacije

Naziv: DeFacto Consultancy

Adresa: 8. Marta 55, 81000 Podgorica, Crna Gora

Telefonski broj: +382 67 226 392

E-mail: [office@defacto.me](mailto:office@defacto.me)

Web stranica: [www.defacto.me](http://www.defacto.me); [msslabs.defacto.me](http://msslabs.defacto.me)

@DeFactoMNE @defactoconsultancy



## Uvodne napomene

Medijska pismenost igra veliku ulogu u ukupnoj sposobnosti današnje omladine i društva uopšte. Ovo istraživanje služi da pruži dublje razumijevanje načina na koje se mediji konzumiraju, koji uređaji su najzastupljeniji, u kojoj mjeri su “lažne vijesti” prepoznate i druge teme vezane za razumijevanje medija. Pored toga, ovo istraživanje uzima u obzir dvije tačke gledišta na temu medijske pismenosti, a to je; pogled roditelja koji imaju djecu od 4 do 17 godina starosti, kao i pogled djece od 9 do 17 godina starosti. U cilju pružanja podrške Agencije za elektronske medije Crne Gore, DeFacto Consultancy sprovedla je kvantitativno istraživanje. Istraživanje ima za cilj ispitivanje medijske pismenosti među roditeljima i djecom u Crnoj Gori, na koji način biraju medijske sadržaje i uopšteno navike koje se odnose na usvajanje informacija dobijenih iz različitih izvora.

Izveštaj je koncipiran u više cjelina koje pokrivaju segmente iz anketnog upitnika. Najprije je predstavljen metod i podaci koji su korišteni. U drugoj cjelini obrađeni su podaci vezani za to koliko roditelji i djeca prate medijski sadržaj, te koje uređaje za to koriste. Treći dio predstavlja analizu podataka vezano za to koliko roditelji i djeca i na koje sve načine koriste internet. U četvrtom dijelu rezultati govore o stavovima i roditelja i djece o tome kako oni vide i razumiju medije, sa posebnim osvrtom na temu lažnih vijesti/fake news. Iskustvo i rizici govore o tome kako prije svega djeca koriste medijske sadržaje i na koji način se mogu zaštititi prilikom konzumiranja različitih medijskih sadržaja. Logičkim slijedom u sljedećem dijelu izvještaja se govori o mjerama roditeljske kontrole upotrebe medija, i stavovima i roditelja i djece vezano za kontrolu. Posljednje poglavlje daje kratak osvrt o tome da li i u kojoj mjeri roditelji i djeca posjećuju kulturna dešavanja u Crnoj Gori. Izveštaj se završava sumiranjem najrelevantnijih i najinteresantnijih podataka.

## Metod

Istraživanje je sprovedeno ispitivanjem mišljenja i stavova 1050 roditelja i 675 djece. Studija je zasnovana na dva upitnika - upitnik za roditelje i upitnik za djecu. Istraživanje je sprovedeno CAPI (Computer Assisted Personal Interviewing) tehnikom i anketiranjem licem u lice, uz upotrebu tablet računara. Podaci su prikupljeni u periodu od 11. avgusta do 07. novembra 2022. godine. Upitnik za djecu se sastajao od 100 pitanja, dok upitnik za roditelje od 116 pitanja.

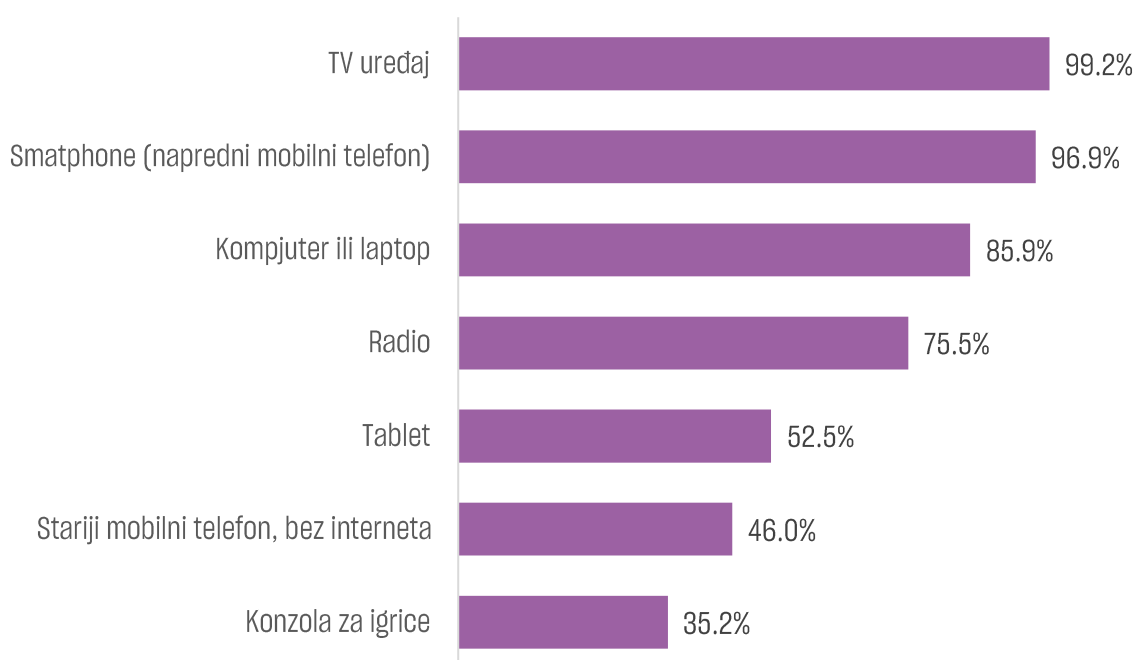
Istraživanje medijske pismenosti roditelja i djece je sprovedeno pomoću dva upitnika - gdje je upitnik roditelja sproveden na uzorku od 1050 punoljetnih ispitanika i ispitanica sa djecom od 4 do 17 godina starosti, a upitnik djece sproveden na uzorku od 675 ispitanika i ispitanica od 9 do 17 godina starosti.

Sama stratifikacija prilikom procesa definisanja uzoraka sprovedena je u dva koraka. U prvom koraku, opšta populacija Crne Gore podijeljena je u tri stratuma koji odgovaraju geo-ekonomskim regijama u Crnoj Gori (sjever, centar i jug). U drugom koraku, uzoračke jedinice u okviru stratuma podijeljene su u tri grupe: velike, srednje i male, pri čemu su se domaćinstva u kojima se istraživanje sprovodilo birala na ovom nivou. Odabir domaćinstva u kojem se, u okviru uzoračke jedinice, sprovodilo istraživanje vršen je *random walk* metodom. Uzorak je reprezentativan za punoljetnu populaciju građana Crne Gore, i obuhvata 17 crnogorskih opština.

## Medijski sadržaj

Medije je danas moguće konzumirati na najrazličitije načine, i na brojnim uređajima. Dodatno, čak i ti uređaji imaju pregršt različitih konfiguracija koje korisnicima daju potpuno drugačija iskustva korišćenja. Tako na primjer, kao što smo zadnjih decenija navikli, nije isto imati „obični“ mobilni telefon starije generacije, ili „pametni“ mobilni telefon koji stalno ima pristup internetu. Slično je i za TV uređaje na primjer, i danas pravimo podjelu između „običnih“ televizora i „pametnih“ televizora.

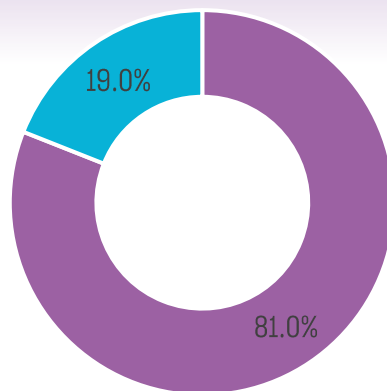
Na početku smo ispitanike pitali koje sve uređaje posjeduju u njihovom domaćinstvu. Najprije analiziramo odgovore roditelja.



*Grafik 1: Da li Vaše domaćinstvo posjeduje sljedeće uređaje? (Roditelji)*

Ispitanici su mogli da izaberu više opcija i da kažu da nijedan, jedan, više ili svaki od navedenih uređaja imaju u domaćinstvu. Gotovo svi ispitanici u domaćinstvu imaju TV uređaj, i napredni mobilni telefon (smartphone). Uz to, gotovo 86% ispitanika kaže da u domaćinstvu imaju kompjuter ili laptop, a 75,5% kaže da imaju radio u domaćinstvu. U najmanjoj mjeri zastupljene su konzole za igrice. Ipak, treba imati na umu da su predmet istraživanja roditelji djece od 4 do 17 godina, i da nesumnjivo u ovoj populaciji ima mnogo više onih koji imaju konzole za igrice zbog djece.

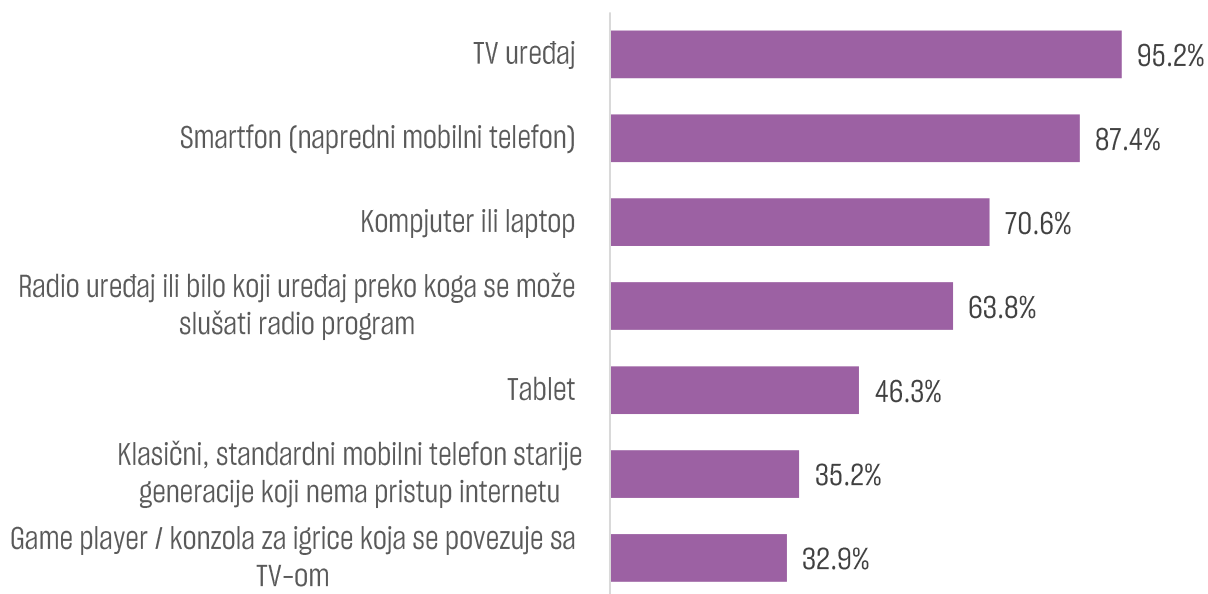
Kada govorimo o TV uređajima, koji su najzastupljeniji uređaj u svakom domaćinstvu dodatno smo pitali ispitanike da li je riječ o pametnom televizoru ili o klasičnom tv uređaju koji nema pristup internetu. Podaci pokazuju da velika većina (81%) danas posjeduje Smart TV.



■ Smart TV    ■ Klasičan TV koji nema pristup internetu

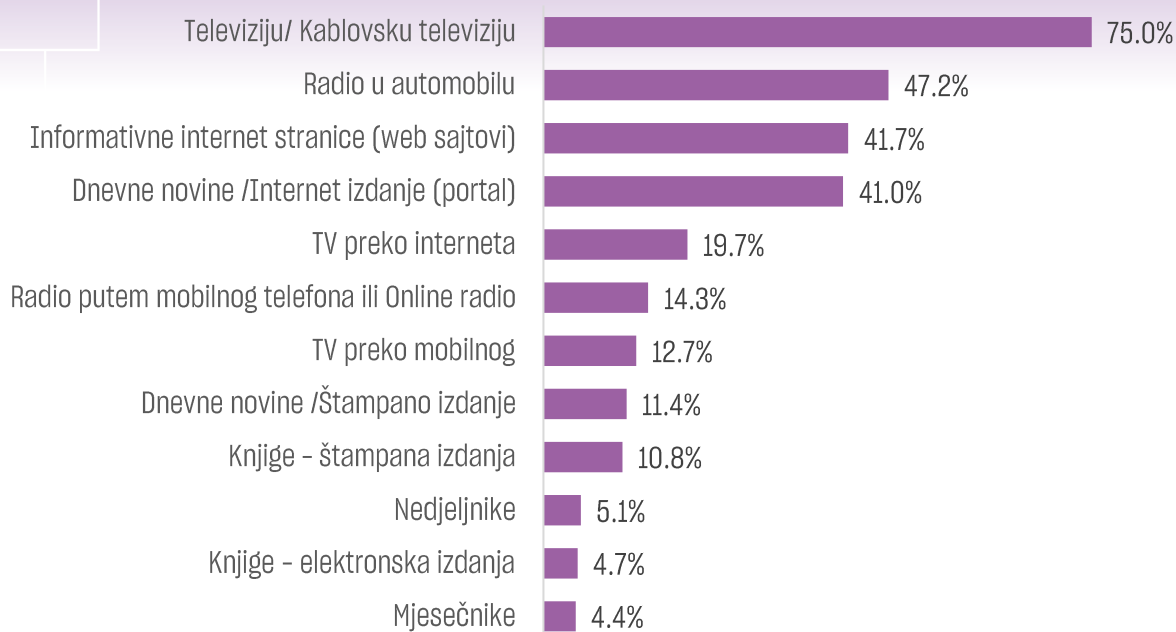
*Grafik 2: Koji tip TV uređaja posjedujete u domaćinstvu? (Roditelji)*

Pored toga, zanimljivo je vidjeti da djeca gotovo u potpunosti imaju pristup svim uređajima u domaćinstvu. Veoma je mali procenat roditelja koji kažu da njihovo dijete nema pristup nekom uređaju.

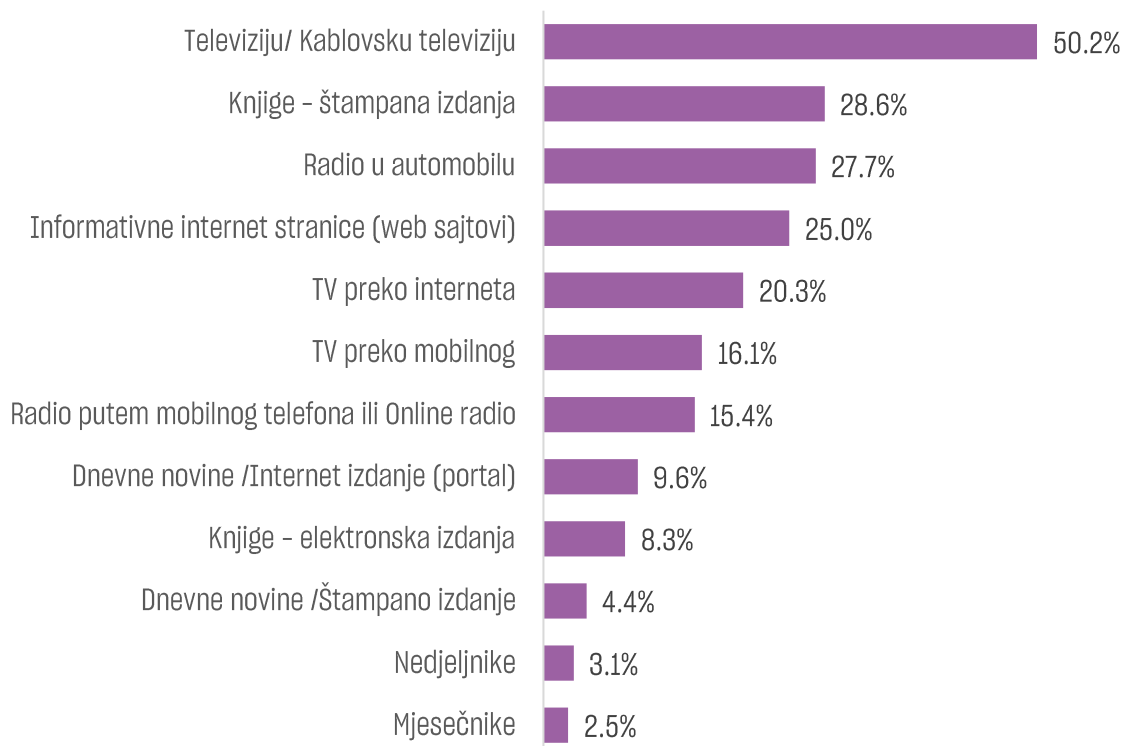


*Grafik 3: Da li Vaše dijete ima pristup tom uređaju u domaćinstvu? (Roditelji)*

Uz to koji uređaj posjeduju, izuzetno je važno za razumijevanje korišćenja medija znati i koje uređaje ili medije često koriste. Za svaki od navedenih u sljedećem grafiku pitali smo koliko često koriste, i roditelje i djecu. Podaci su predstavljeni za one medije koje koriste svakodnevno, i koji kao takvi nesumnjivo imaju najveći uticaj na obje grupe.



*Grafik 4: Procenat onih koji svakodnevno koriste sljedeći uređaj/medij (Roditelji)*

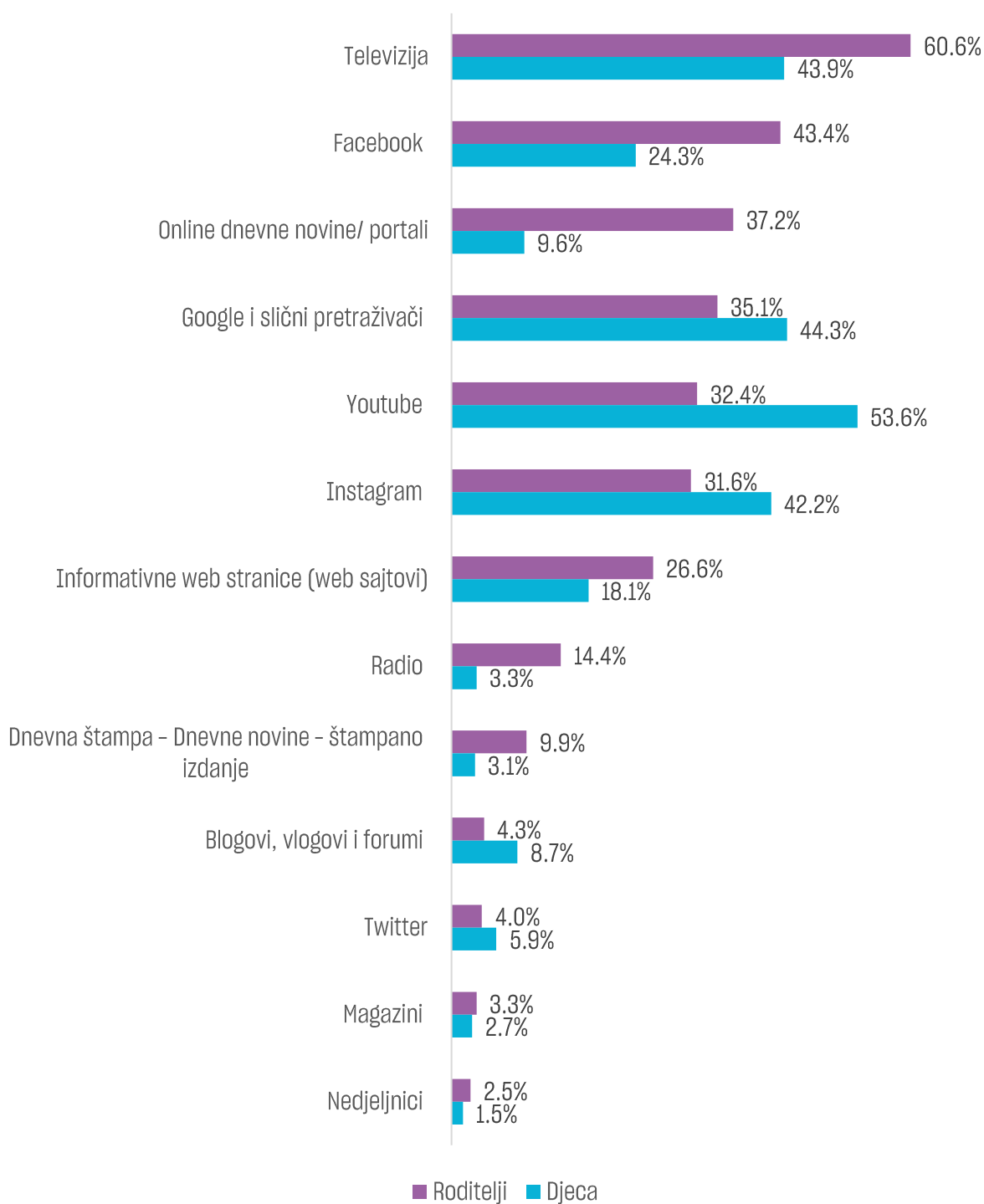


*Grafik 5: Procenat onih koji svakodnevno koriste sljedeći uređaj/medij (Djeca)*

I roditelji i djeca u najvećoj mjeri svakodnevno koriste televiziju/kablovsku televiziju. Ipak, važno je primijetiti veliku razliku među ove dvije grupe, čak 75% roditelja kaže da svakodnevno gledaju televiziju, dok 50.2% djece kaže da svakodnevno gledaju televiziju. Djeca, očito mnogo manje koriste TV uređaj, što je u skladu sa onim

što inače znamo o novim generacijama koje su mnogo manje vezane za TV, a mnogo više vremena provode na mobilnom telefonu. Prikupljeni podaci pokazuju da gotovo svako treće dijete kaže da čita knjige, i to štampana izdanja.

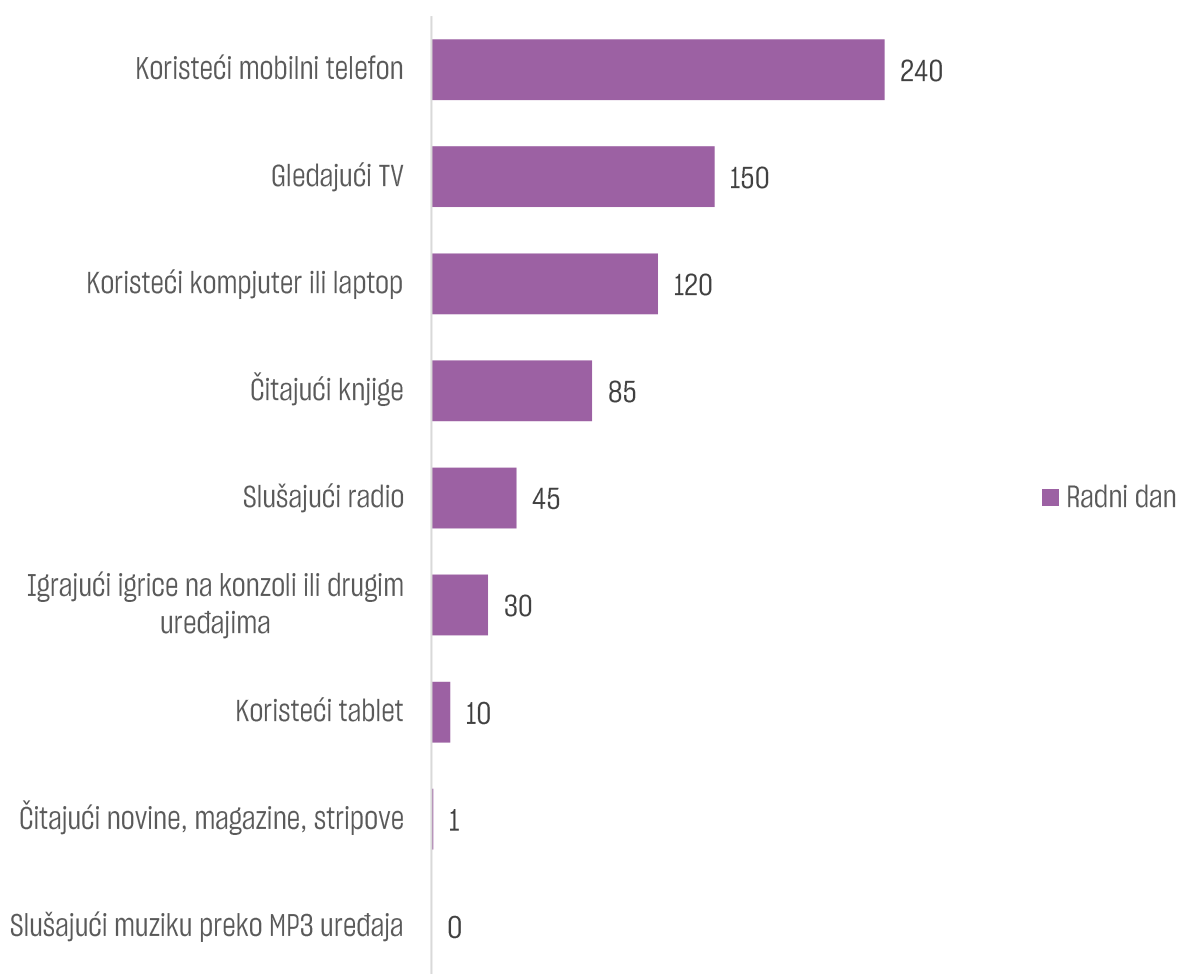
Zanimljivo je primijetiti i izražene razlike između ove dvije grupe u pogledu korišćenja medija kada im je potrebno da pronađu neku informaciju koja ih stvarno interesuje.



Grafik 6: Putem kojih medija ste se informisali u protekloj nedjelji o stvarima koje Vas interesuju? (Roditelji i djeca)

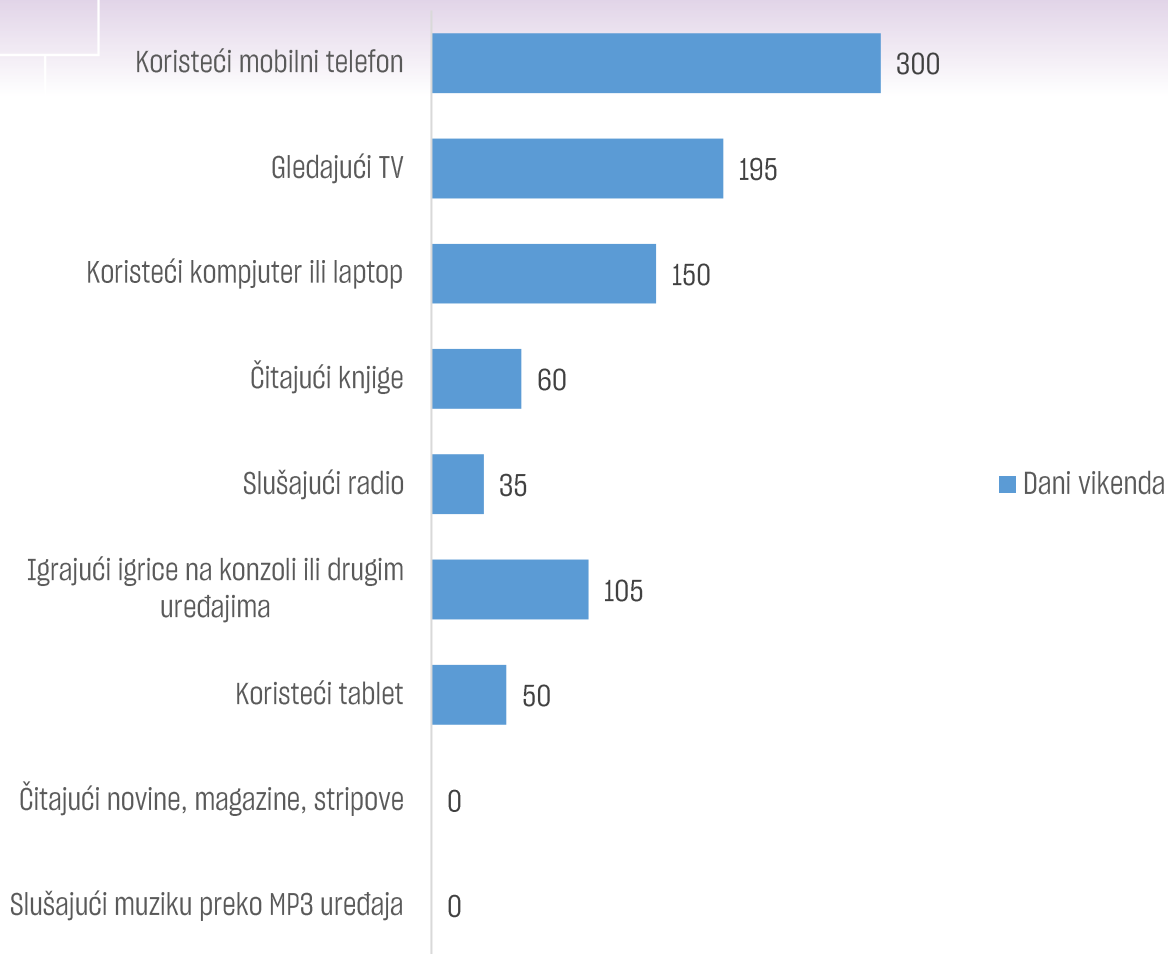
Roditelji se, kada im je potrebno da nađu neku informaciju koja ih interesuje i dalje najviše oslanjaju na televiziju. S druge strane djeca u najvećoj mjeri koriste YouTube. Podaci pokazuju i jasnu razliku u korišćenju društvenih mreža. Neke društvene mreže više koriste djeca, a neke više koriste roditelji. Tako na primjer 43.4% roditelja kaže da informacije nađu na Facebook-u, a samo 24,3% djece kaže da informacije nađu na Facebook-u. S druge strane, 42,2% djece kaže da se oslanjaju na Instagram, za razliku od samo 31,6% roditelja.

Za djecu je posebno relevantno koliko vremena provode uz sljedeće medije ili uređaje. Zbog toga smo svako dijete koje je učestvovalo u istraživanju pitali koliko vremena dnevno provede uz navedene informaciono-komunikacione uređaje i medije. Naravno, s obzirom na bitne razlike u tome koliko djeca imaju slobodnog vremena radnim danima tokom školske godine i vikendom, pitali smo posebno za to koliko vremena provedu radnim danima, a koliko vikendom. Podaci su predstavljeni u sljedeća dva grafika.



*Grafik 7: Koliko vremena djeca provode uz informaciono-komunikacione uređaje i medije RADNIM DANIMA? (Djeca, prosjek za sve ispitanike izražen u minutima)*



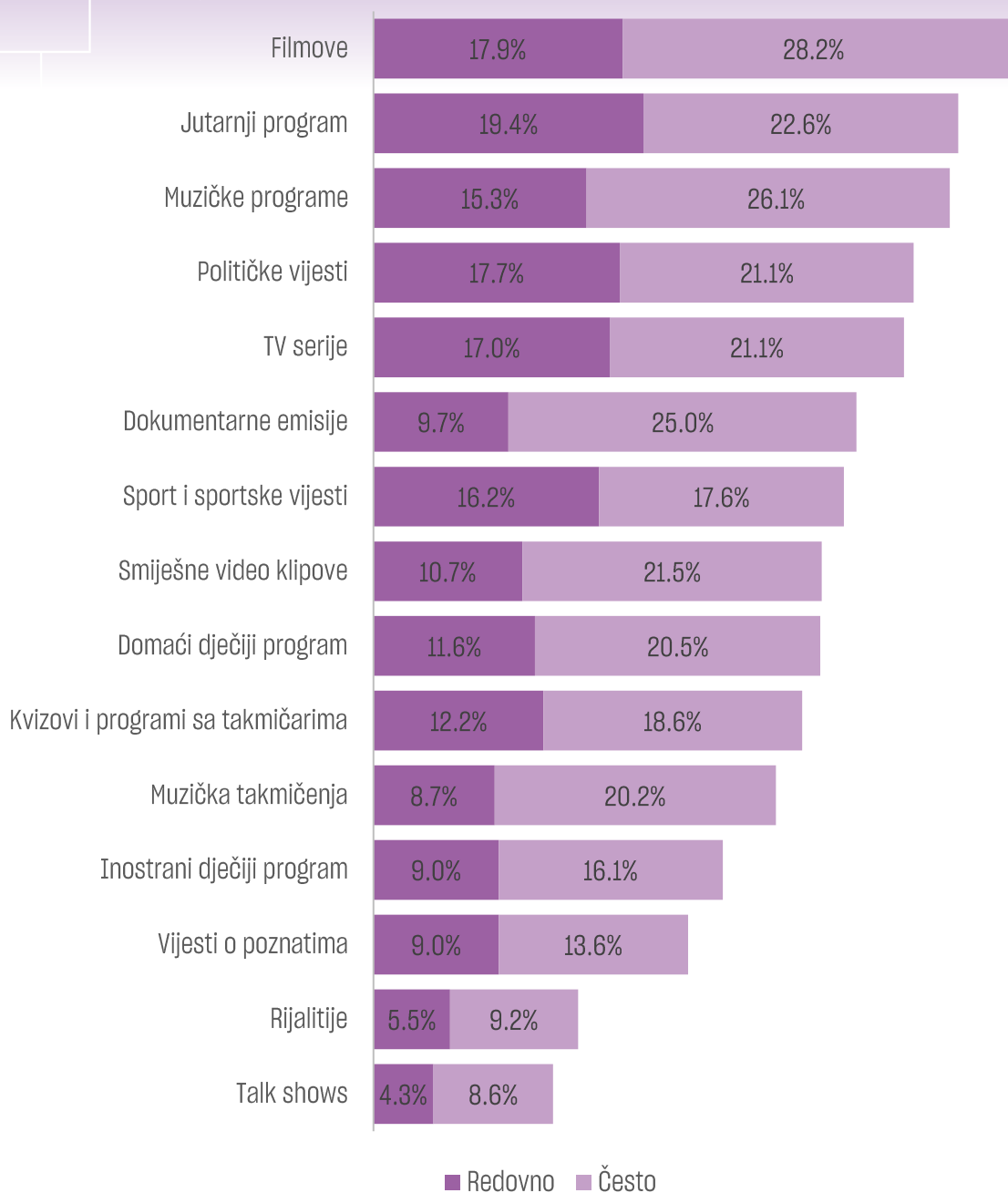


*Grafik 8: Koliko vremena djeca provode uz informaciono-komunikacione uređaje i medije u DANIMA VIKENDA? (Djeca, prosjek za sve ispitanike izražen u minutima)*

Ubjedljivo najviše vremena djeca provedu koristeći mobilni telefon. Radim danima u prosjeku djeca, po sopstvenom priznanju provedu četiri sata koristeći mobilni telefon, a u danima vikenda to bude i do 5 sati u prosjeku. Važno je imati na umu da je riječ o prosjeku, što znači da ima dosta djece koja kažu i da više od ovoga koriste mobilne telefone tokom dana.

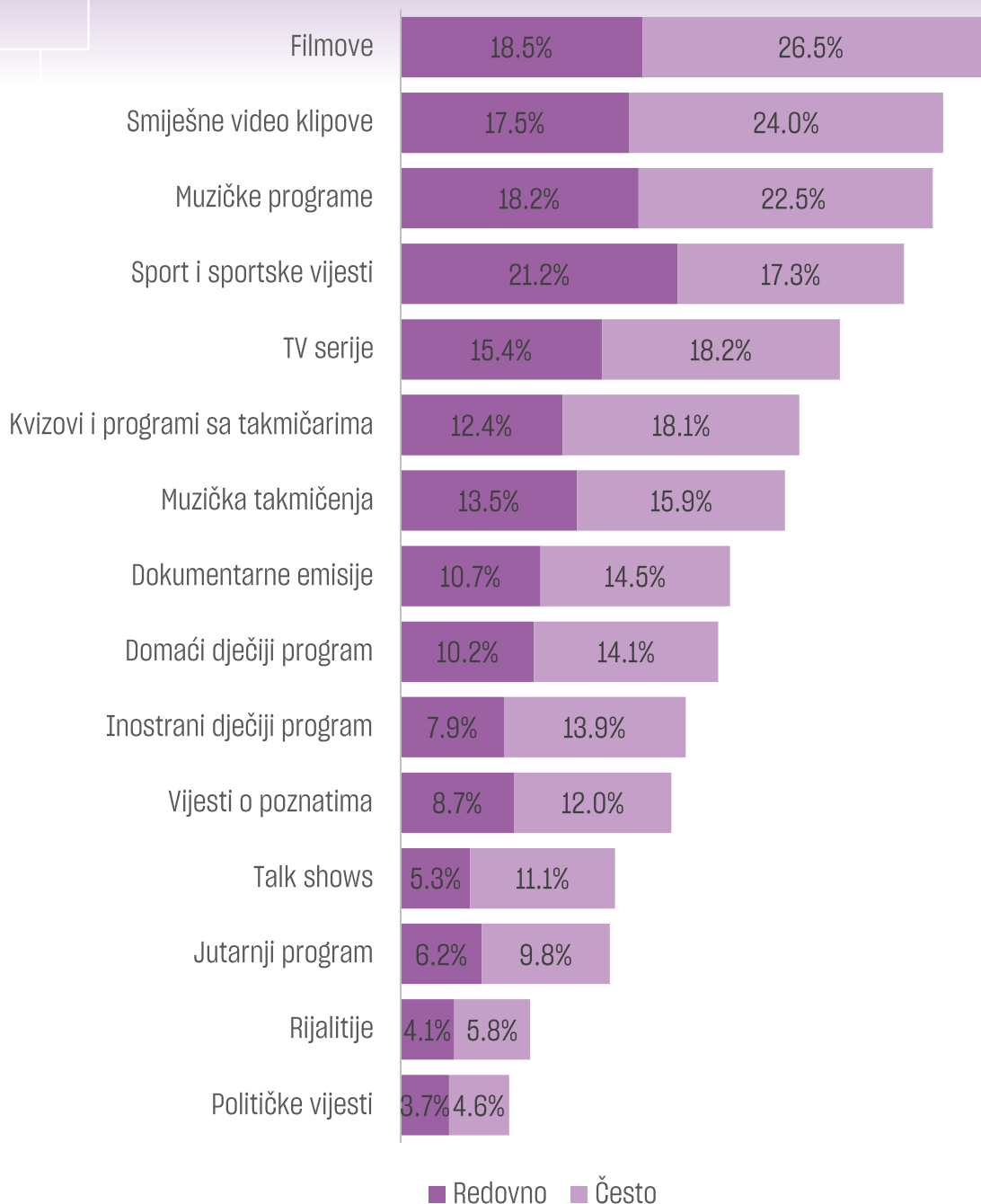
Dodatno, djeca radnim danima provedu dva i po sata gledajući TV, i dva sata u prosjeku ispred kompjutera. Tu je takođe i pola sata igranja igrice. **Ukupno uzevši djeca ispred raznih ekrana provedu i do 9 sati dnevno u prosjeku. Vikendom i više od toga.**

Za bolje razumijevanje tematike medijske pismenosti nužno je prije svega znati koji to medijski sadržaj prate roditelji i djeca, i šta je to što je najpopularnije u obje grupe. Televizija je uvijek bila izvor najrazličitijih programa, a danas je to vjerovatno više nego ikad, imajući na umu da su na stotine programa iz svih krajeva svijeta dostupni svakome, što preko operatera kablovske televizije ili preko interneta. U grafiku koji slijedi, vidimo da roditelji u najvećoj mjeri na televiziji gledaju filmove, jutarnji program i muzičke programe. Grafik predstavlja odgovore za kategorije „redovno“ i „često“, a kategorije su prikazane od one koju roditelji najviše prate do one koju najmanje prate.



*Grafik 9: Koliko često pratite sljedeće TV sadržaje u tipičnoj nedjelji (Roditelji)*

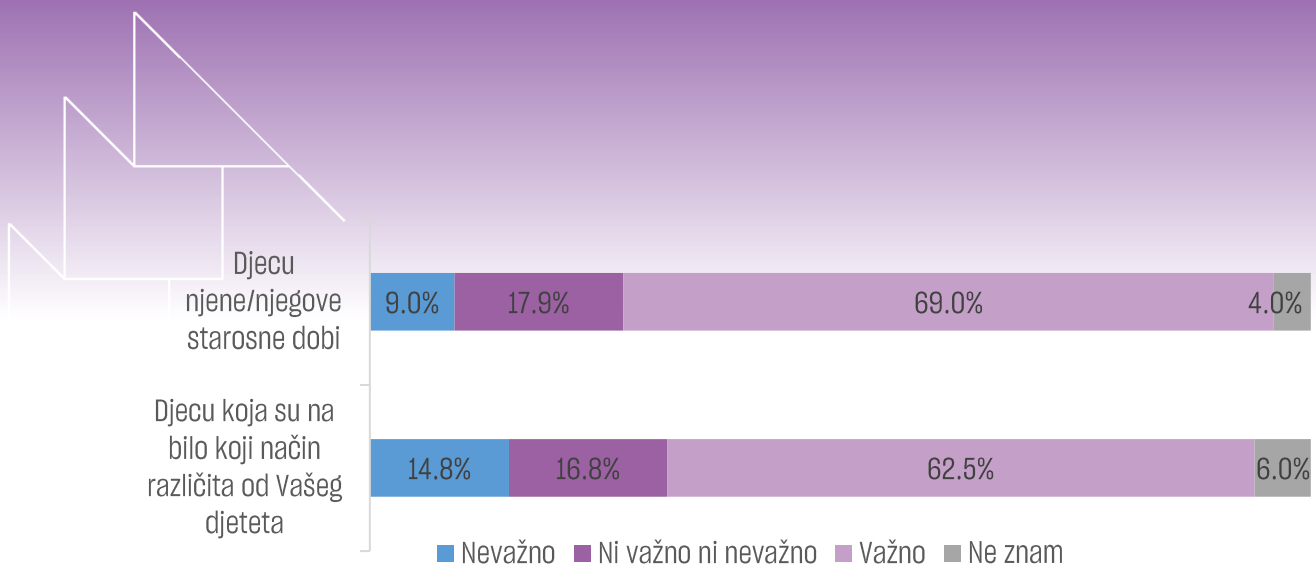
Što se djece tiče, vidimo sličan, ali ne identičan raspored kategorija koje oni najčešće prate tokom jedne tipične nedjelje.



Grafik 10: Koliko često pratite sljedeće TV sadržaje u tipičnoj nedjelji (Djeca)

I djeca, kao i roditelji kažu da gledaju filmove najviše na TV-a, pored toga oni TV koriste često i da gledaju smiješne video klipove, muzičke programe i sportske vijesti. Najmanje gledana kategorija kod djece su političke vijesti. Gotovo svako deseto dijete kaže da redovno ili često prati političke vijesti.

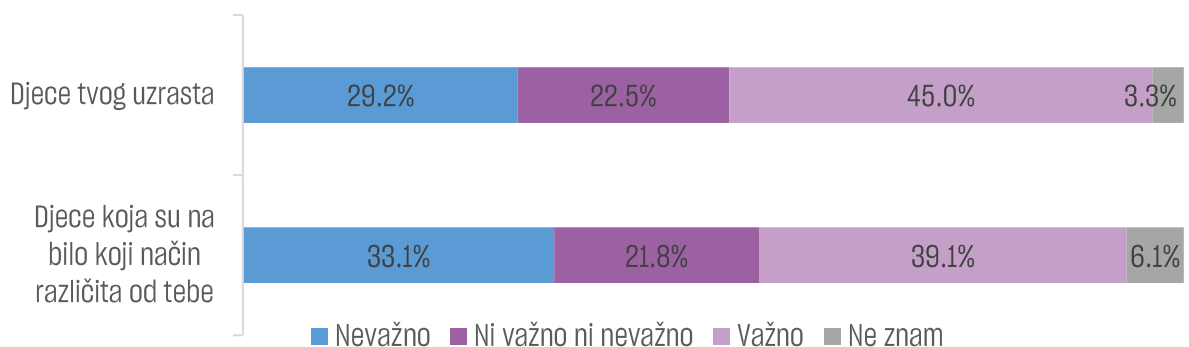
Podaci slikovito prikazuju razlike između toga šta bi roditelji htjeli da djeca prate kao medijski sadržaj, i šta su samoj djeci prioriteti kada biraju sadržaj koji prate.



*Grafik 11: Koliko je po Vašem mišljenju važno da Vaše dijete gleda sadržaje koji uključuju (Roditelji)*

Prvi grafik govori o tome da roditelji dominantno smatraju važnim da njihova djeca gledaju medijske sadržaje koji uključuju djecu slične starosne dobi kao i njihova djeca, i takođe da je važno da gledaju sadržaje koji uključuju djecu koja su na bilo koji način različita od njihove djece, što nesumnjivo doprinosi njihovoj edukaciji i shvatanju različitosti.

Međutim, djeca ne dijele stavove svojih roditelja po ovom pitanju, i u znatno manjoj mjeri smatraju da je važno da prate sadržaje koji uključuju njihove vršnjake, ili njihove vršnjake koji su različiti od njih. Podaci su predstavljeni u grafiku koji slijedi.

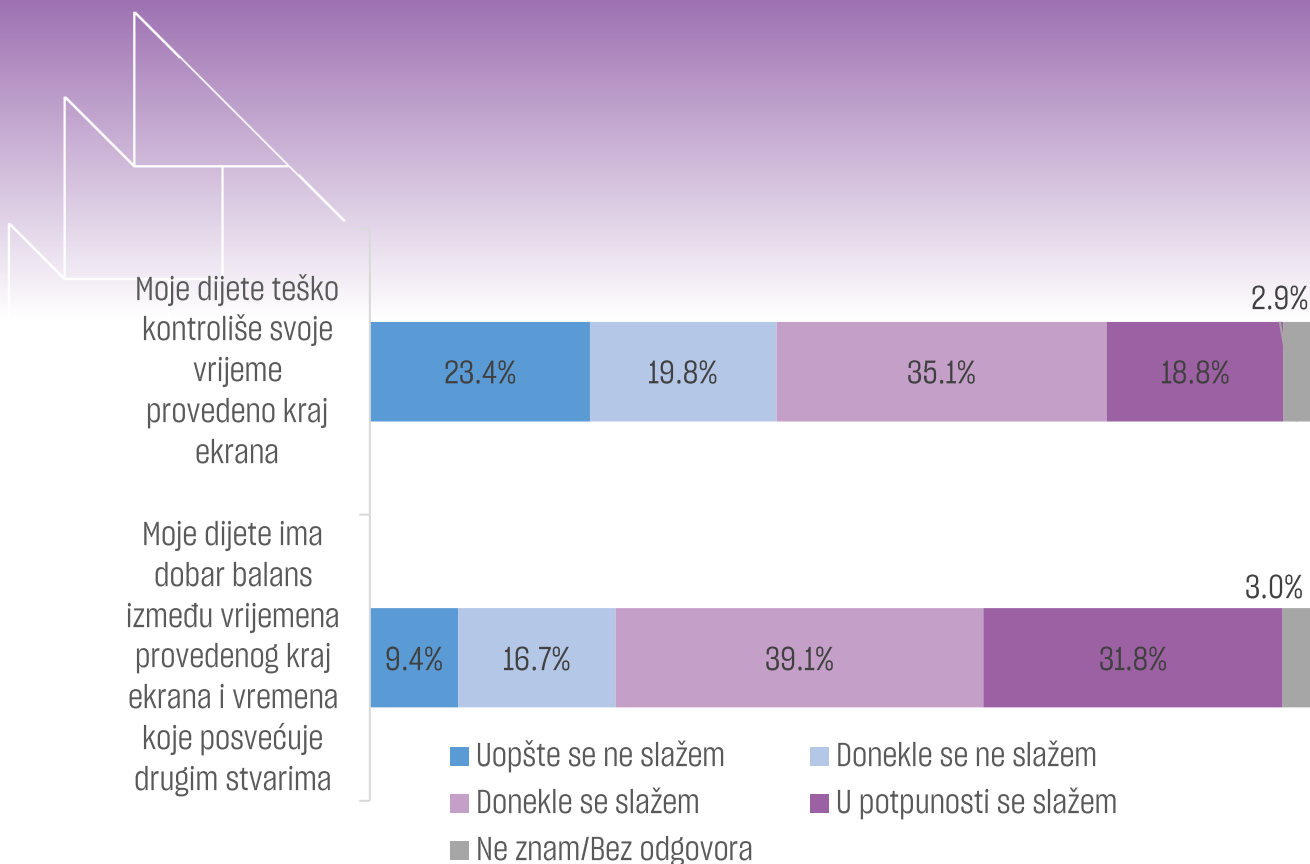


*Grafik 12: Koliko ti je važno da gledaš sadržaje u kojima ima (Djeca)*

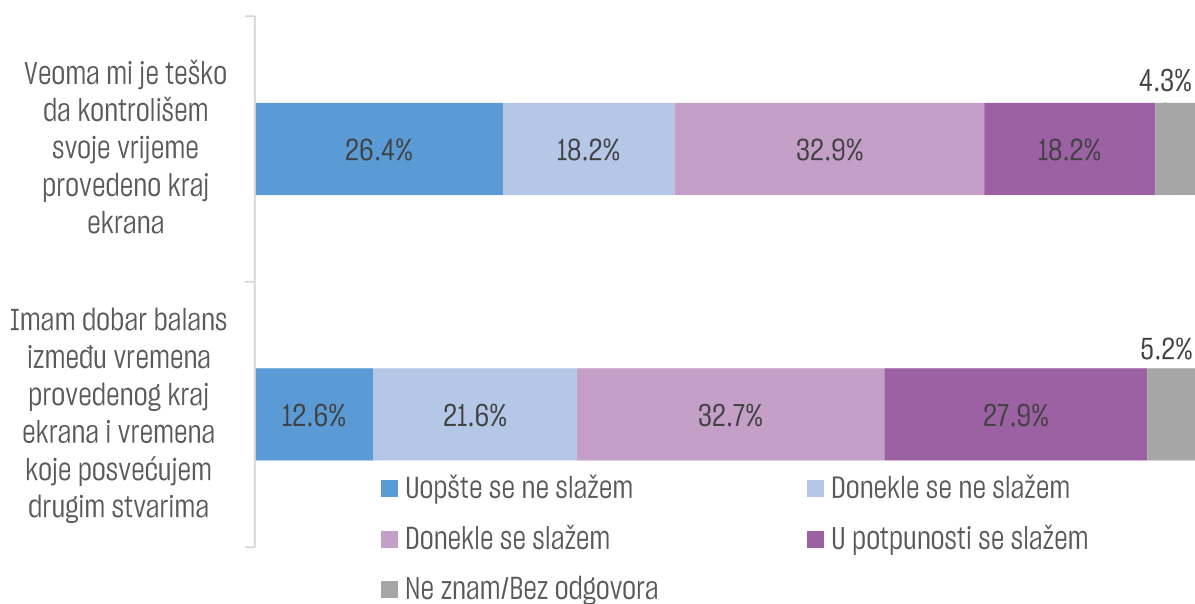
Nešto veći stepen saglasnosti između roditelja i djece u njihovim odgovorima vidimo u slaganju sa sljedećim stavovima:

- Moje dijete teško kontroliše svoje vrijeme provedeno kraj ekrana / Veoma mi je teško da kontrolišem svoje vrijeme provedeno kraj ekrana
- Moje dijete ima dobar balans između vremena provedenog kraj ekrana i vremena koje posvećuje drugim stvarima / Imam dobar balans između vremena provedenog kraj ekrana i vremena koje posvećujem drugim stvarima

Podaci su u graficima koji slijede.



Grafik 13: Da li se slažete da... (Roditelji)



Grafik 14: Da li se slažeš da... (Djeca)

Na kraju ove cjelina važno je primijetiti da roditelji imaju dosta prigovora na sadržaje koji su danas dostupni djeci i koji su dio dječjeg programa u medijima. Pitali smo ih da li se i u kojoj mjeri slažu sa sljedećim tvrdnjama o medijskim sadržajima pravljenim za djecu.



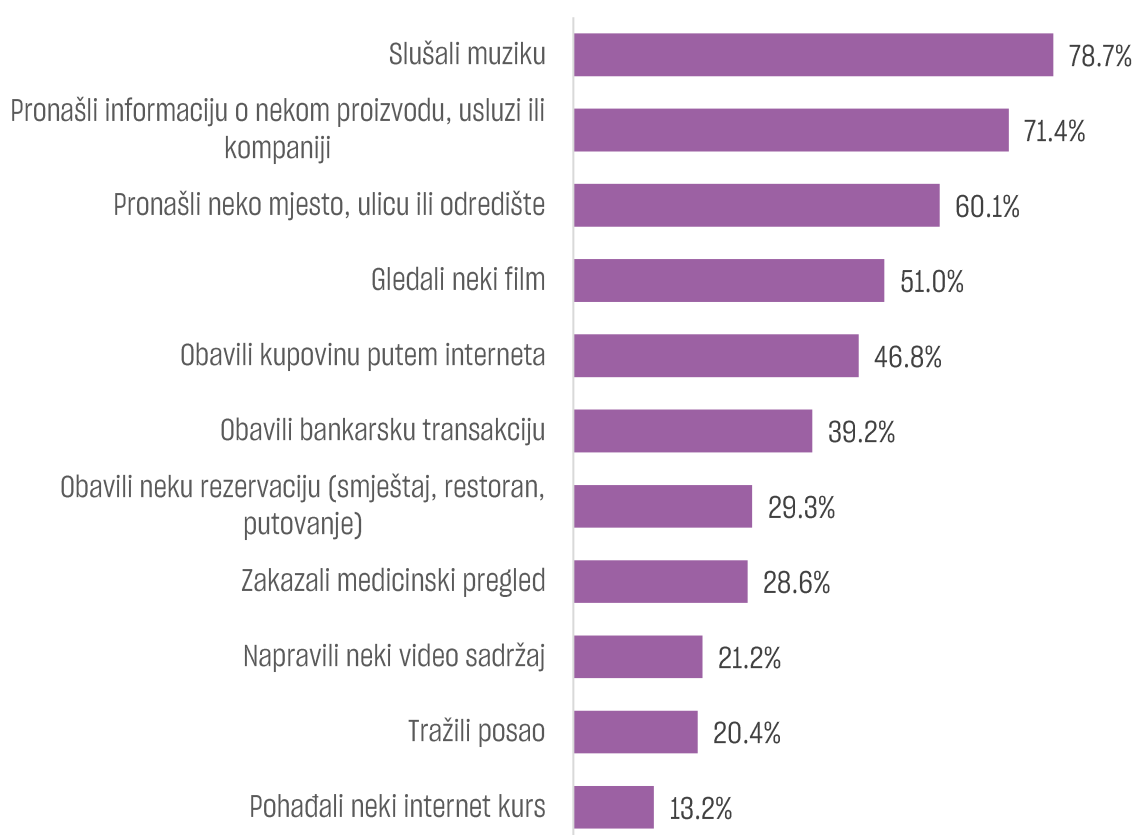
Grafik 15: Da li smatrate da medijski sadržaji pravljeni za djecu (Roditelji)

Velika većina roditelja se slaže sa time da medijski sadržaji pravljeni za djecu imaju brojne nedostatke, od toga da promovišu nasilje, da promovišu stereotipe o ženama i ulozi žene u društvu i porodici, naglašavaju ulogu muškaraca kao super heroja, pa do toga da ovakvi sadržaji zapravo promovišu rodnu neravnopravnost.

## Internet

Internet je već godinama postao gotovo nezamjenjiv dio svačije svakodnevice i teško je zamisliti vrijeme provedeno bez pristupa internetu, prije svega zato što se najveći dio komunikacije među ljudima danas odvija online. Zbog toga je u istraživanju cijeli segment pitanja posvećen samo ovoj temi.

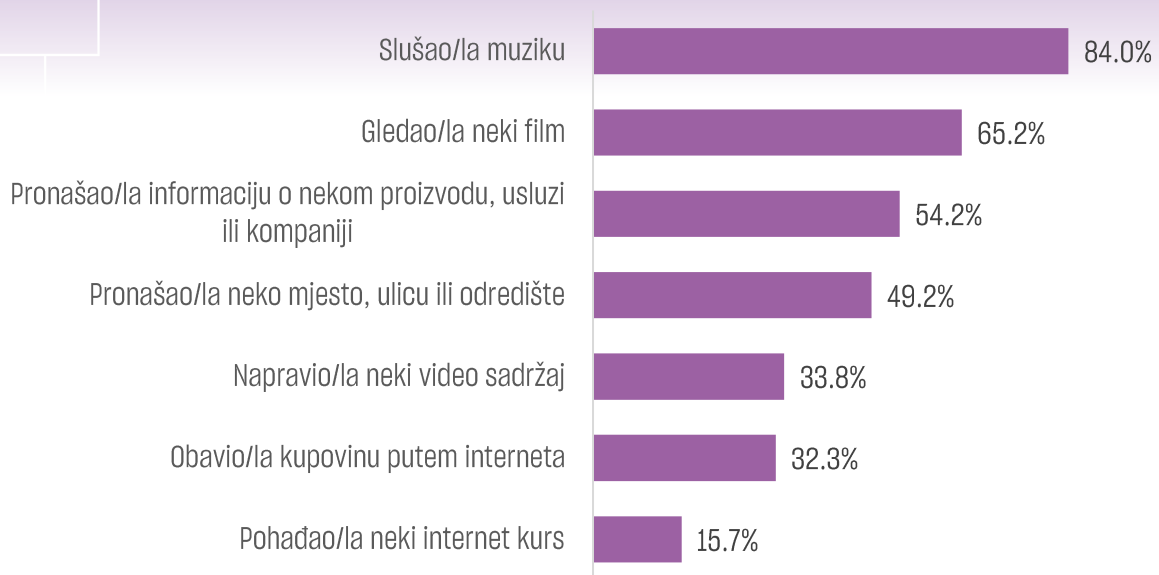
Prije svega, važno je znati kako roditelji, a kako djeca koriste internet danas. Kada je riječ o roditeljima, kao što možemo vidjeti u grafiku koji slijedi, skoro 80% je onih koji internet koriste kako bi slušali muziku, uz 71,4% onih koji kažu da su u prethodnih 30 dana na internetu pronašli informacije o nekom proizvodu, usluzi ili kompaniji. Detaljniji podaci su u grafiku koji slijedi.



*Grafik 16: Da li ste koristili internet u proteklih 30 dana kako biste (Roditelji)*

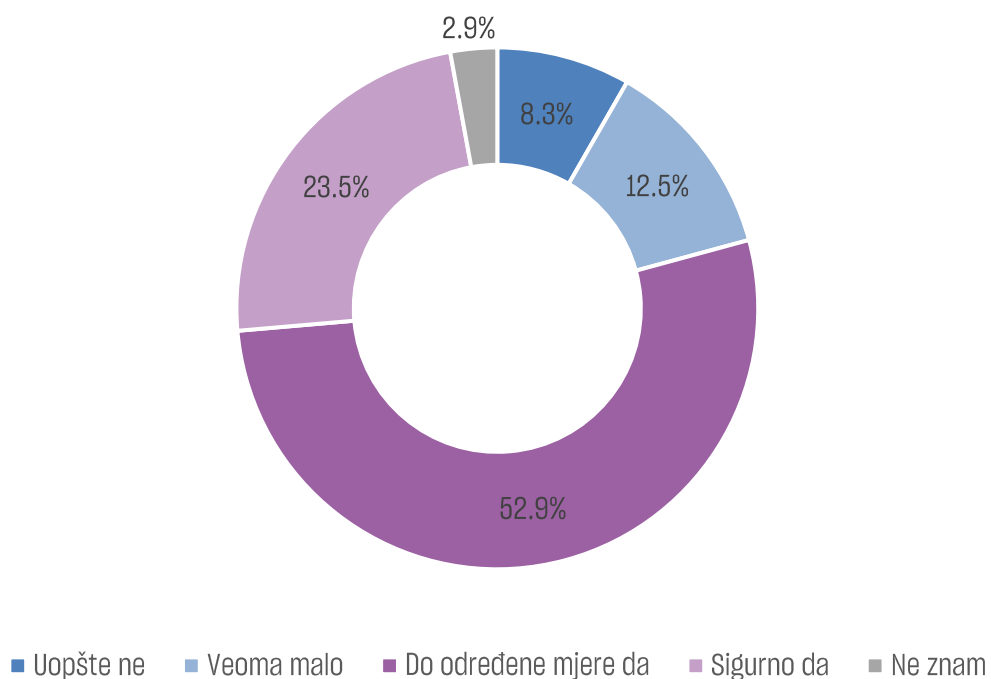
Svaki drugi roditelj je na internetu u prethodnih 30 dana pogledao film, a među ovom grupom veoma je rasporstranjena i internet trgovina, jer gotovo svaki drugi roditelj kaže da je obavio kupovinu preko interneta u prethodnih 30 dana.

Djeca, s druge strane, imaju donekle slične navike. Jednako kao i roditelji i oni u najvećoj mjeri preko interneta slušaju muziku. Čak 84% djece kaže da je slušalo muziku preko interneta u prethodnih 30 dana.



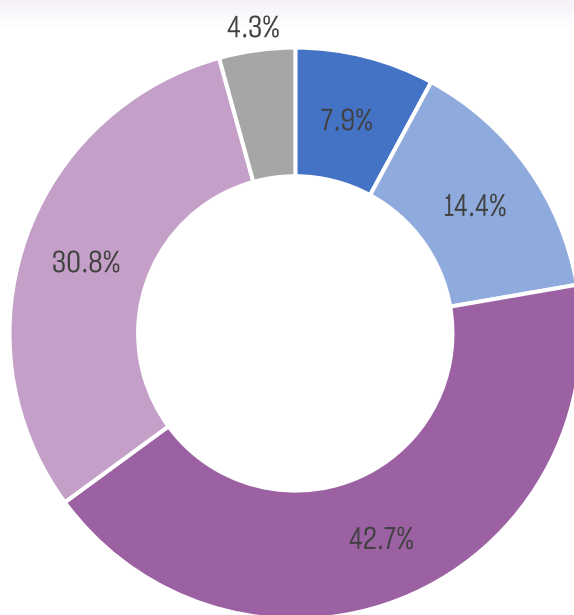
Grafik 17: Da li si koristio/la internet u proteklih 30 dana kako bi (Djeca)

Obje grupe dominantno misle da digitalni uređaji može pozitivno uticati na njihov život, što prikazuju grafici koji slijede.



Grafik 18: Da li mislite da digitalni uređaji mogu pozitivno uticati na Vaš život? (Roditelji)





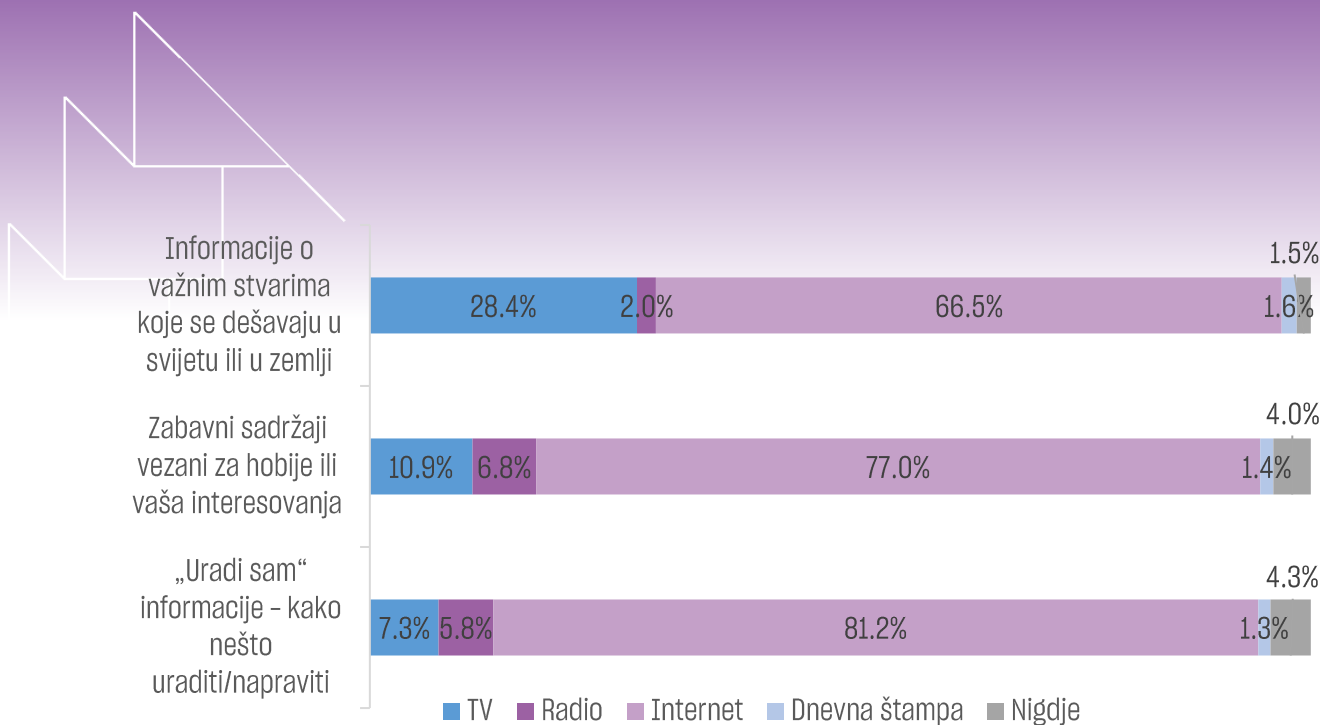
■ Uopšte ne ■ Veoma malo ■ Do određene mjere da ■ Sigurno da ■ Ne znam

*Grafik 19: Da li misliš da digitalni uređaji mogu pozitivno uticati na tvoj život? (Djeca)*

Za obje grupe podaci pokazuju da više od tri četvrtine ispitanika, i roditelja i djece, kaže da internet do određene mjere ili sigurno može pozitivno uticati na njihov život.

Donekle ovi podaci takođe pozivaju i na zabrinutost. Internet je postao toliko uobičajen dio svakodnevice, da djeca nerijetko bez previše obzira koriste internet, i ne razmatrajući da pored nesumnjivo pozitivnih stvari koje pruža, može imati i negativan uticaj na život, pogotovo djeteta. To je nešto na šta bi nesumnjivo i roditelji i djeca trebalo da obrate više pažnje.

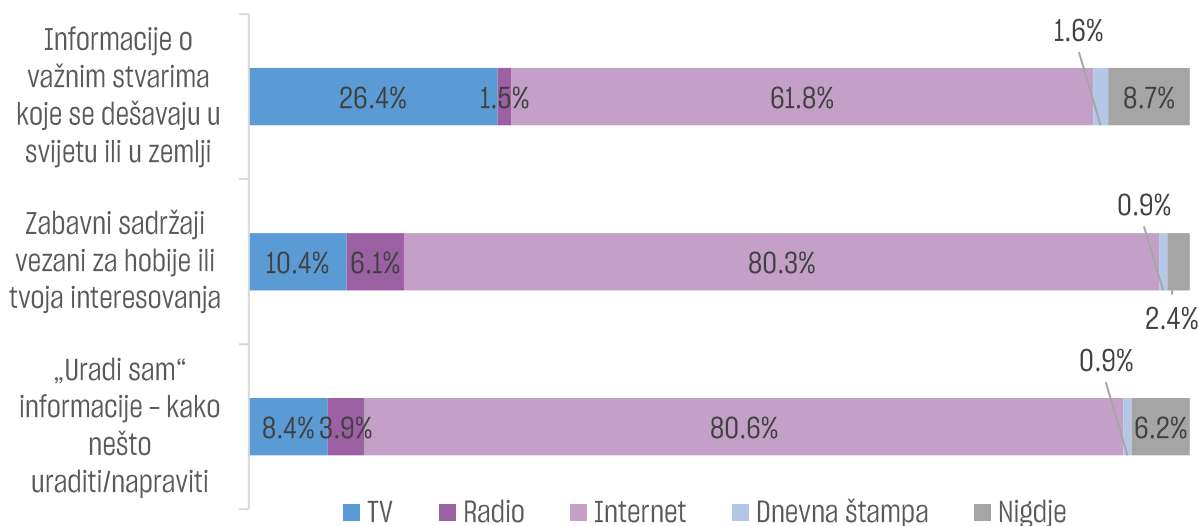
O tome koliko je internet neizostavan dio svačije svakodnevice pokazuju i sljedeći podaci. Pitali smo, i roditelje i djecu, u situacijama kada bi im bili potrebni određeni podaci / određene informacije, gdje bi potražili takve informacije. Velika većina, i roditelja i djece kaže da bi takve informacije tražili upravo na internetu.



*Grafik 20: Gdje biste najprije potražili sljedeće informacije kada bi vam bile neophodne (Roditelji)*

Jedino za informacije o važnim stvarima koje se dešavaju u svijetu ili zemlji, 28,4% roditelja bi potražilo takve informacije na televiziji, uz 66,5% koji i za takve informacije prvo pogledaju na internet. Razlika u korist interneta je još veća za zabavne sadržaja i za „uradi sam“ informacije. Drugi mediji gotovo i da nijesu zastupljeni.

Slične obrasce vidimo i kod djece.

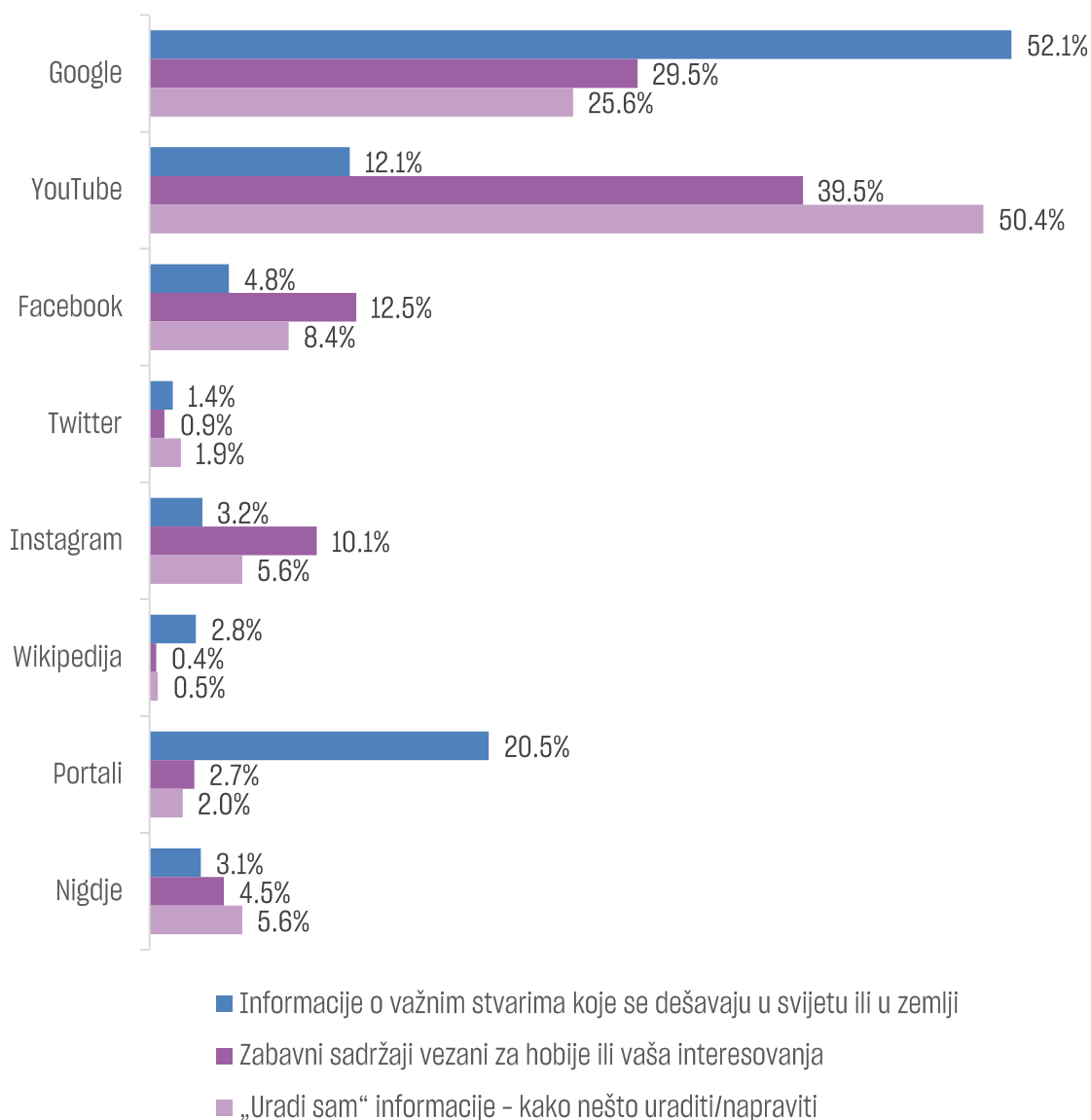


*Grafik 21: Gdje bi najprije potražio/potražila sljedeće informacije kada bi ti bile neophodne (Djeca)*

Nesumnjiva dominacija interneta pokazuje nužnost boljeg razumijevanja korišćenja ovog medija, i od strane roditelja, a posebno od strane djece. S toga će internetu biti posvećena posebna pažnja, pored tako-zvanih tradicionalnih medija, u sljedećem segmentu izvještaja o razumijevanju medija.

## Razumijevanje medija

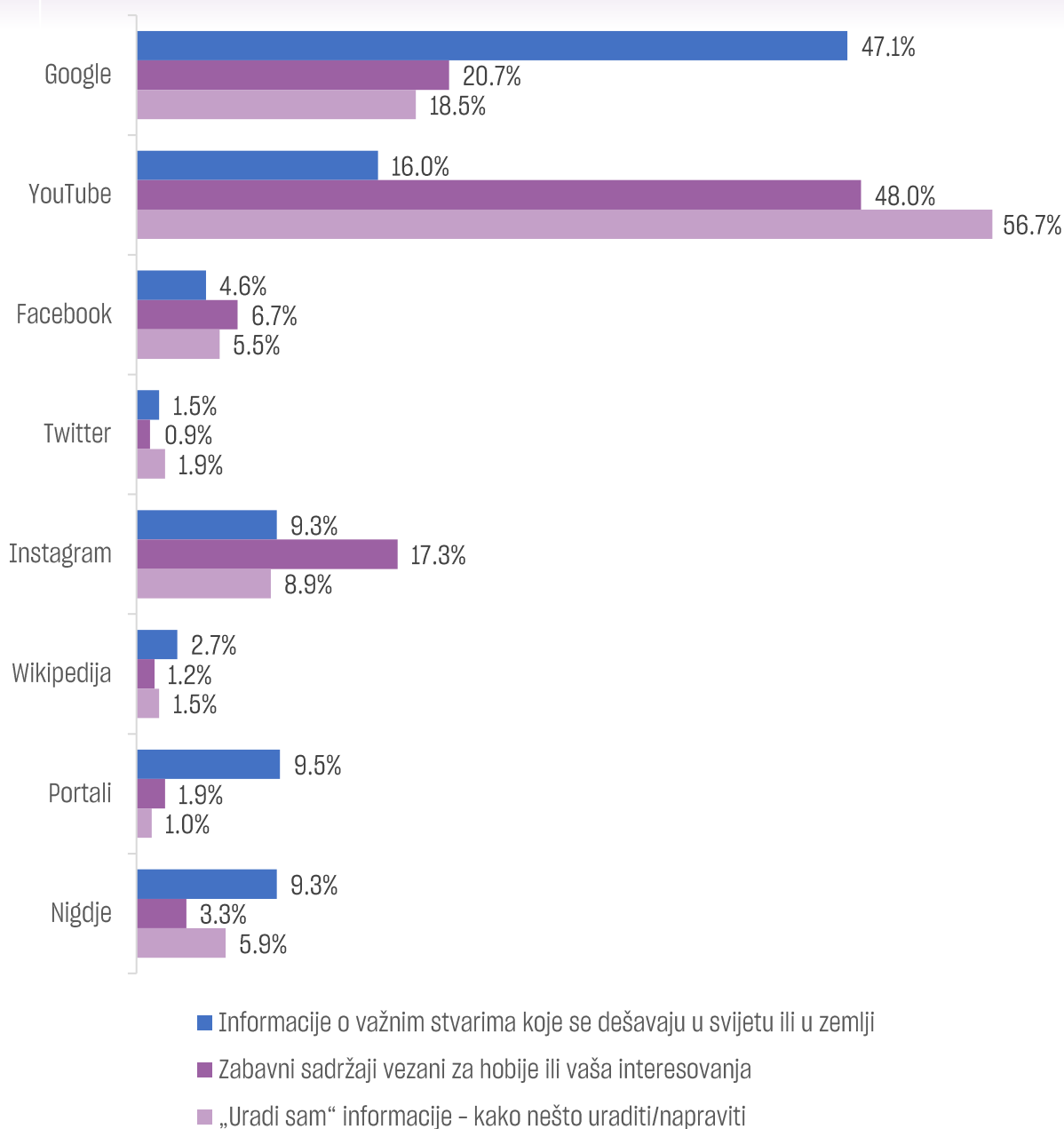
Za bolje razumijevanje usluga dostupnih putem interneta kao jednog od osnovnih izvora informacija u svakodnevnom informisanju, pitali smo ispitanike i gdje konkretno na internetu pronalaze informacije o važnim dešavanjima u zemlji i svijetu, ili zabavne sadržaje ili „uradi sam“ informacije. Pitanje je postavljeno svim ispitanicima, i roditeljima i djeci. Fokus je na stranicama na internetu gdje je moguće naći ove informacije.



*Grafik 22: Kada biste tragali na internetu za tačnim i pouzdanim informacijama iz sljedećih oblasti, gdje biste takve informacije prvo potražili (Roditelji)*

Google je glavni izvor informacija na internetu za sva važna dešavanja koja roditelji žele da saznaju. S druge strane YouTube je dominantan izvor za sve „uradi sam“ informacije, i svaki drugi roditelj se oslanja upravo na YouTube za ovakve informacije. YouTube je takođe najprisutniji u kategoriji zabavnih sadržaja i većina roditelja tamo pronalazi zabavu. Pored toga roditelji često koriste i portale, svaki peti roditelj na portalima pronalazi informacije o važnim stvarima koje se dešavaju u zemlji i svijetu.

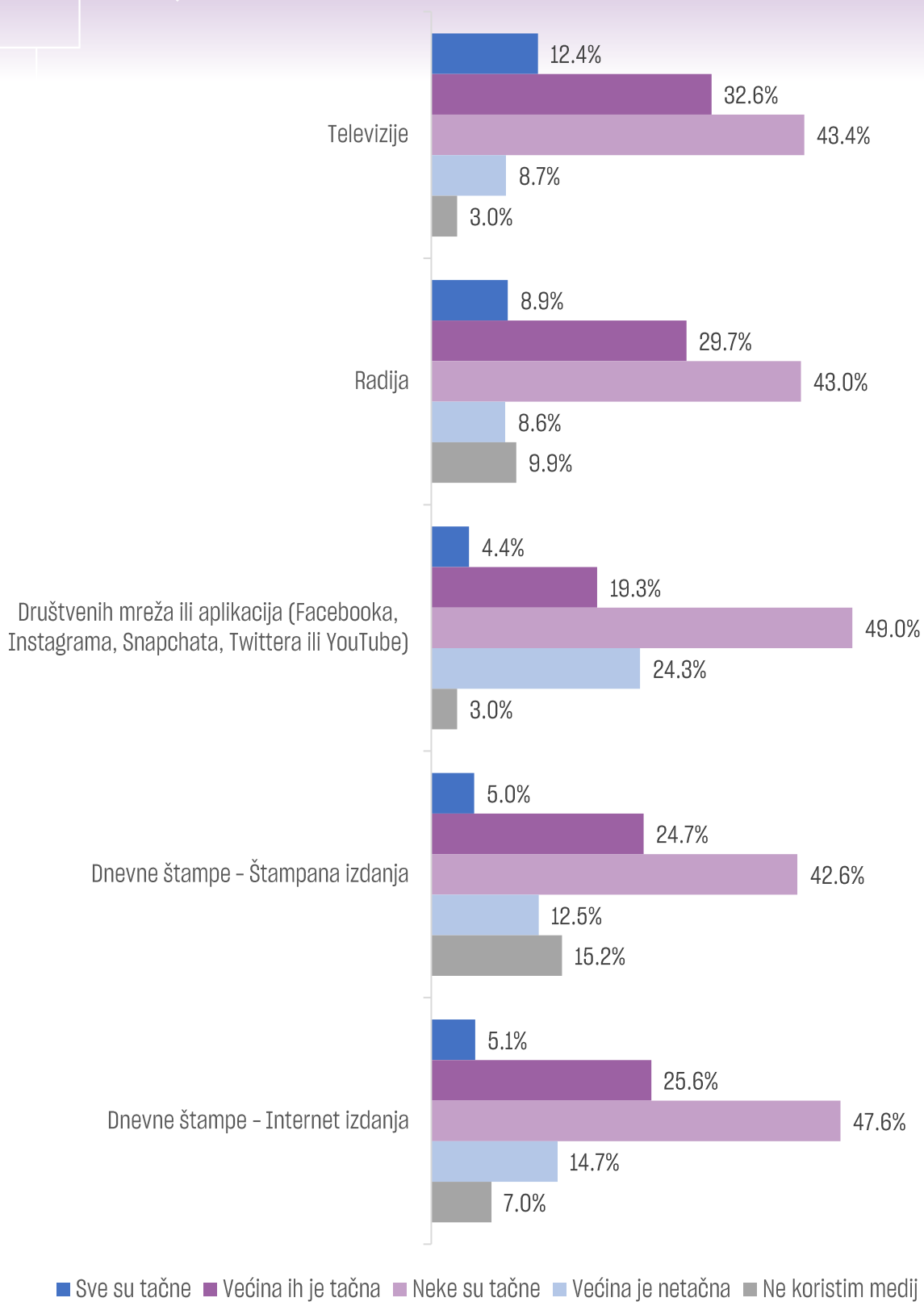
Gotovo identičan obrazac pronalazimo i u podacima za djecu



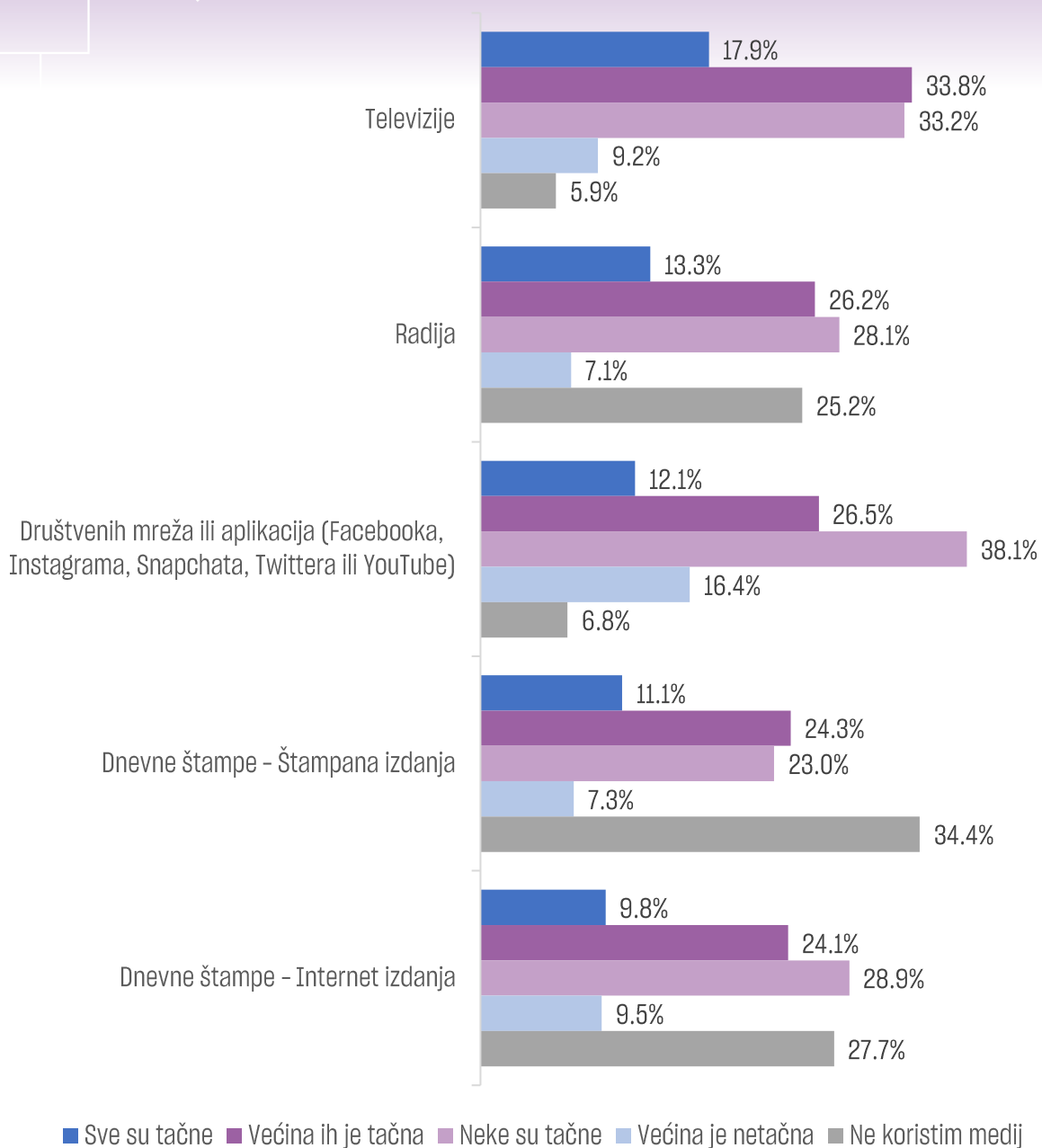
*Grafik 23: Kada biste tragali na internetu za tačnim i pouzdanim informacijama iz sljedećih oblasti, gdje biste takve informacije prvo potražili (Djeca)*

Baš kao i roditelji i djeca najčešće informacije o važnim stvarima koje se dešavaju u zemlji i svijetu pronalaze na Google-u. I za djecu, YouTube je najvažniji izvor kada je riječ o zabavnom sadržaju ili „uradi sam“ informacijama.

Iako ubjedljivo najviše koriste Internet, od svih izvora informisanja, i roditelji i djeca misle da je internet najmanje pouzdan izvor, te da se informacijama sa interneta može vjerovati u najmanjoj mjeri. Grafici koji slijede pokazuju koliko roditelji i djeca vjeruju da su informacije koje saznaju iz sljedećih izvora informisanja istinite.



Grafik 24: Da li vjerujete da su informacije koje saznate putem... (Roditelji)

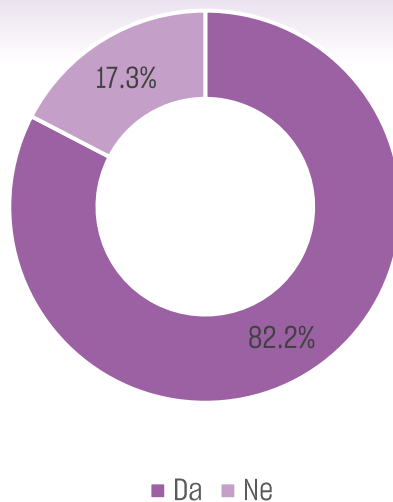


*Grafik 25: Da li vjeruješ informacijama koje saznaš putem (Djeca)*

Djeca značajno više od roditelja misle da su sve informacije koje dobiju putem nekog medija tačne, što je potencijalno veoma problematično. Čak 17,9% djece misli da su sve informacije koje dobiju putem televizije tačne, a čak 12,1% kaže da su sve informacije koje dobiju putem društvenih mreža tačne. S obzirom na to da živimo u dobu nevjerovatne proliferacije lažnih vijesti, ovo potencijalno predstavlja izuzetno veliki problem za cijelo društvo, jer mladi, a posebno djeca su lak plijen kreatora i onih koji šire lažne vijesti.

Upravo je fenomen lažnih vijesti (eng. fake news) sljedeća važna tema istraživanja. Pitanja u vezi sa ovim globalnim fenomenom, koji nije zaobišao ni Crnu Goru, postavljena su i roditeljima i djeci.

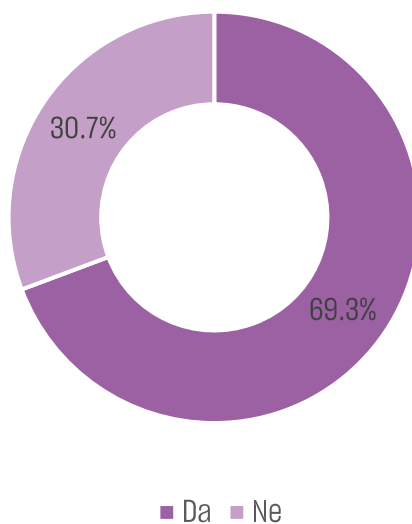
Najprije smo pitali sve ispitanike da li su čuli za lažne vijesti (fake news).



*Grafik 26: Da li ste ikada čuli za pojam "fake news"/ „lažne vijesti“? (Roditelji)*

Velika većina roditelja jeste čula za pojam lažne vijesti, čak 82,2%. Ipak, s obzirom na to koliko je ovaj fenomen prisutan pod tim imenom u medijima, koliko se priča o problemima povezanim sa lažnim vijestima, iznenađujuće je da čak 17,3% ispitanika kaže da nije čulo za lažne vijesti.

Problem je još veći kada isto pitanje postavimo djeci.

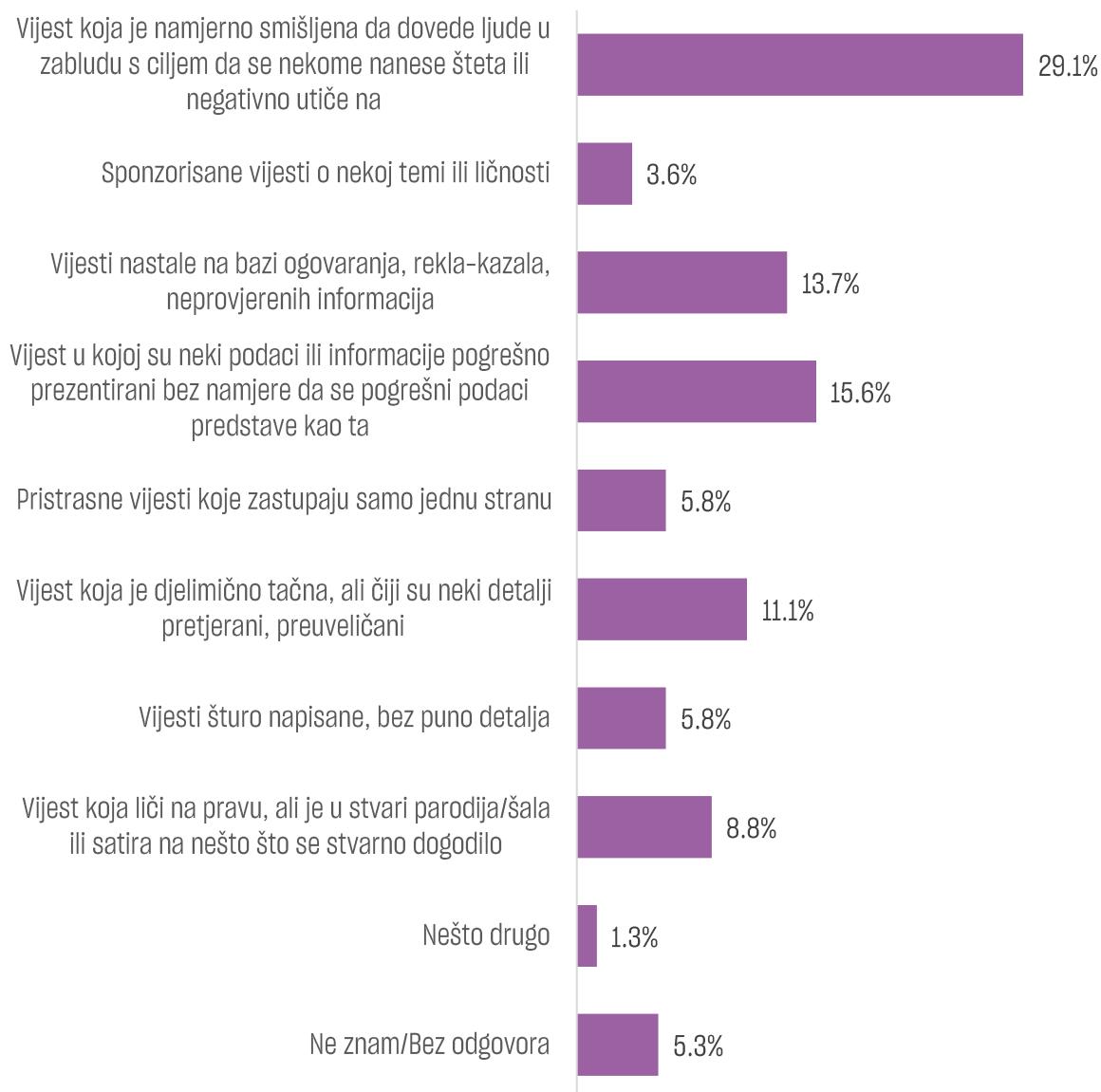


*Grafik 27: Da li ste ikada čuli za pojam "fake news"/ „lažne vijesti“? (Djeca)*

**Gotovo svako treće dijete u našem uzorku kaže da nije čulo za pojam *fake news* - lažne vijesti.** Prije navedeni razlozi pozivaju na visok oprez. Djeca koja nisu ni upoznata sa tim da postoje lažne vijesti mogu biti najlakše mete takvih vijesti, i napora onih koji prave i distribuiraju lažne vijesti. Djeca su u fazi formiranja stavova o društvu, i bilo bi izuzetno opasno da te stavove dominantno formiraju pod uticajem lažnih vijesti,

počotovo ako sami nijesu svjesni da tako nešto postoji, ili nijesu u mogućnosti da razluče šta su lažne vijesti a šta ne.

Upravo da bismo vidjeli da li djeca, iako su čula, znaju zapravo šta su to lažne vijesti, sve one koji kažu da jesu čuli pitali smo znaju li šta su to lažne vijesti. Podaci su u sljedećem grafiku.

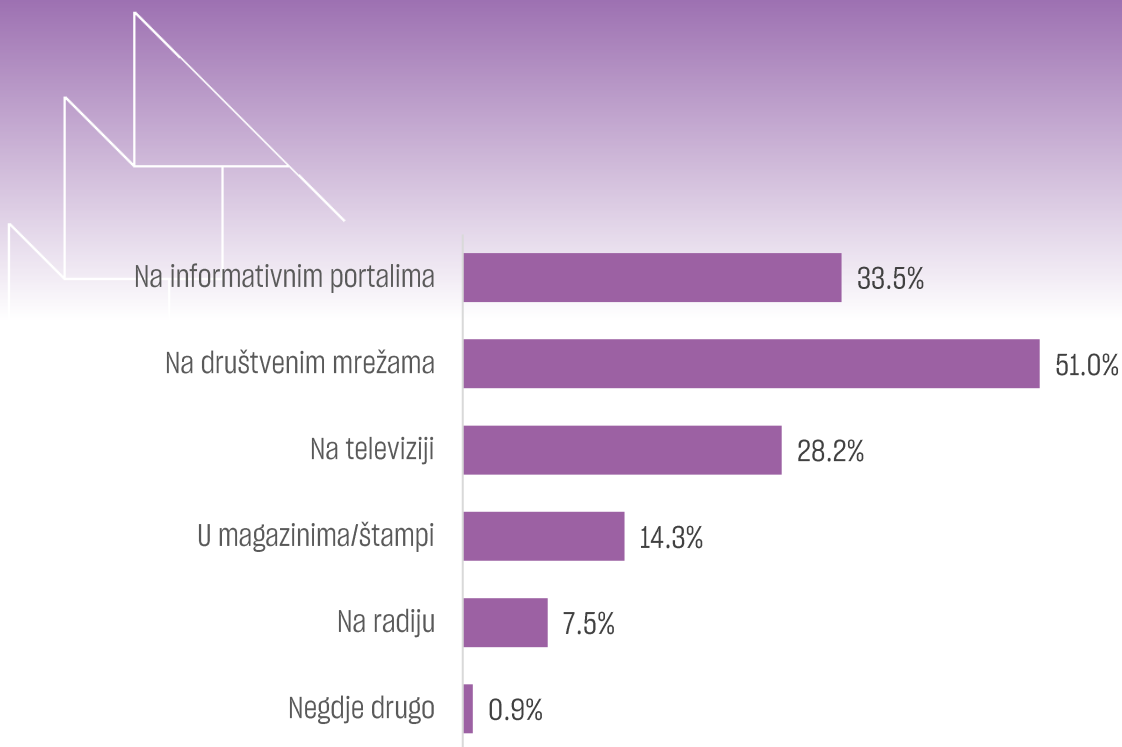


*Grafik 28: Po tvom mišljenju šta su to lažne vijesti? (Djeca)*

I po ovim podacima vidimo veliku potrebu za dodatnom edukacijom po pitanju lažnih vijesti, s obzirom na to da među djecom vlada prilična konfuzija u vezi sa lažnim vijestima, kao što možemo vidjeti iz prethodnog grafika. Dodatno, treba imati na umu da su djeca na ovo pitanje odgovarala sa ponuđenim odgovorima, što je sigurno olakšalo zadatak pred njima.

I roditelji i djeca najviše lažnih vijesti vidjeli su na društvenim mrežama.

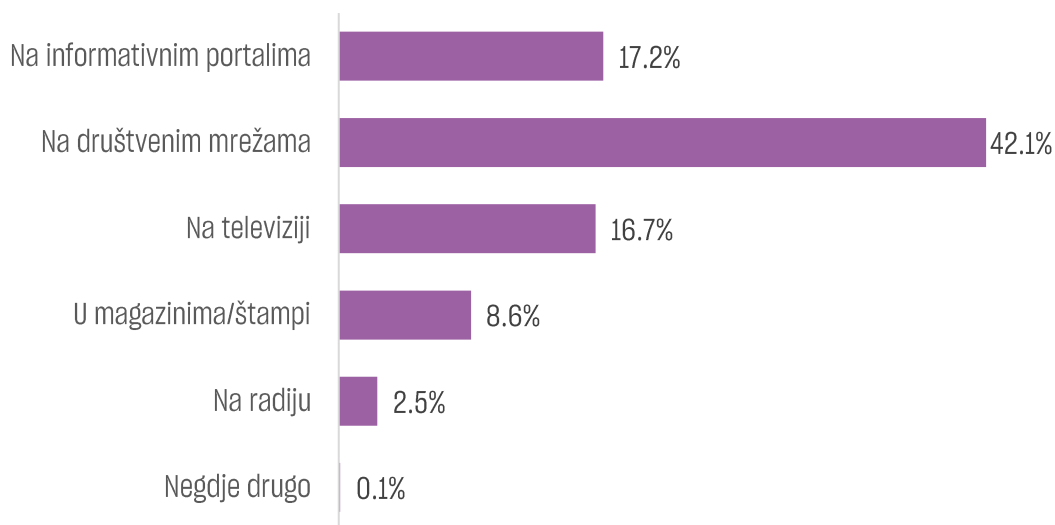




*Grafik 29: Gdje ste primijetili „lažne vijesti“? (Roditelji)*

Svaki drugi roditelj kaže da je lažne vijesti vidio na društvenim mrežama. Dodatno, svaki treći kaže da ih je zapazio na informativnim portalima.

Kod djece su ti procenti nešto niži, ali je poredak identičan.



*Grafik 30: Gdje ste primijetili „lažne vijesti“? (Djeca)*

Pored toga da prepoznaju lažnu vijest, važno je da djeca i pravilno reaguju u tim situacijama. Zato smo ih i pitali šta rade kada vide lažnu vijest.



*Grafik 31: Da si u prilici da primijetiš „lažnu vijest“, što bi od sljedećeg učinio/la? (Djeca)*

Svako treće dijete kaže da bi, ako vide lažnu vijest, to podijelili sa roditeljima ili članovima porodice, i to je najučestaliji vid borbe za djecu, kada je riječ o ovoj problematici. Pored toga vrlo je zabrinjavajuće što gotovo trećina djece kaže da ništa ne bi preduzeli, i da bi samo ignorisali. Uz to treba dodati i 17,3% onih koji ne znaju šta bi uradili u tom slučaju.

Roditelji su gotovo jednoglasni po pitanju toga da u Crnoj Gori treba jačati medijsku pismenost, kako bi djeca bila spremnija da se suoče sa problemima koje uzrokuju lažne vijesti.

Najbolji način borbe protiv lažnih vijesti jačanje medijske pismenosti i sposobnosti kritičkog procjenjivanja svih vijesti

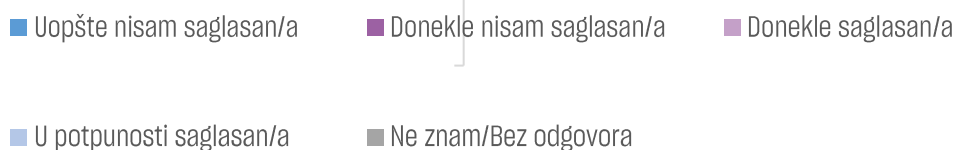
Internet pretraživači i vlasnici društvenih mreža bi morali sistematski da provjeravaju komentare i tvrdnje korisnika

Lažne vijesti su veoma opasne, jer se brzo šire putem interneta i mogu uticati na mišljenje ljudi/javnost

Lažne vijesti su namjerno kreirane kako bi se neko diskreditovao i kako bi se uticalo na javnost zarad ciljeva onoga koji je kreirao lažnu vijest

Neophodna je strožija kontrola upotrebe interneta, kao i strožiji zakoni i kazne za tvorce lažnih vijesti

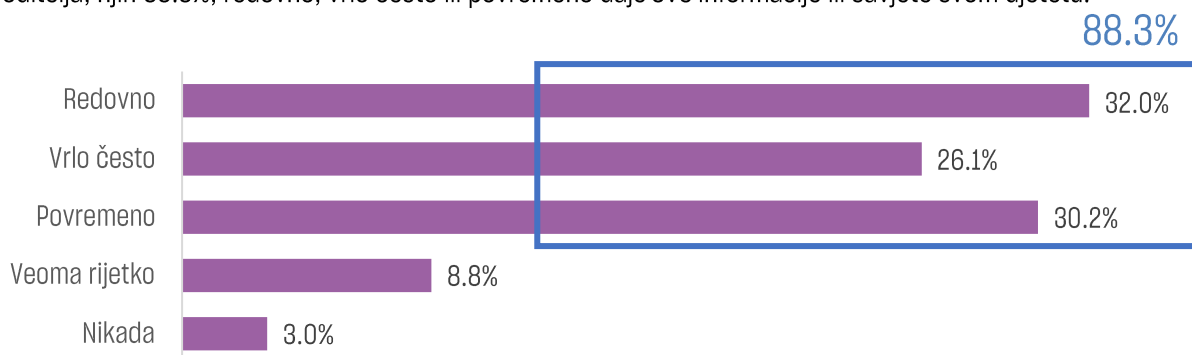
Internet treba ostaviti kao slobodan prostor u kojem svako može izraziti svoje stavove i mišljenja bez ikakve cenzure



Grafik 32: Da li se slažete sa sljedećim tvrdnjama? (Roditelji)

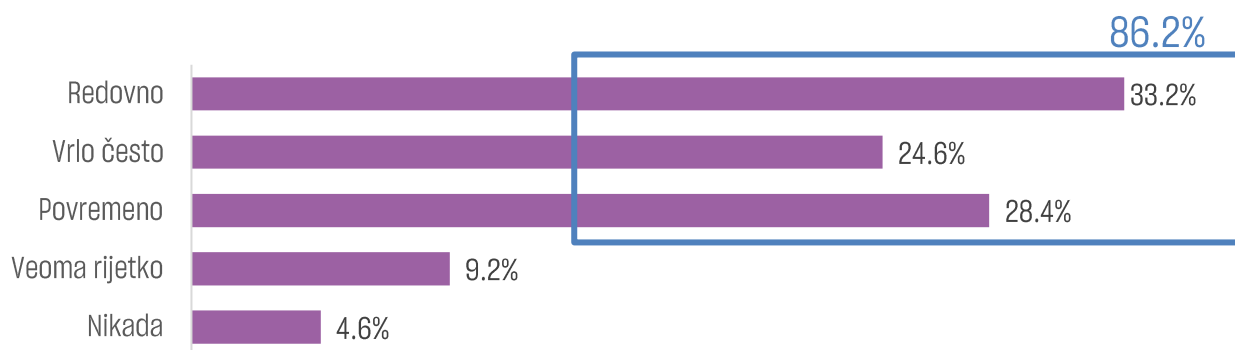
## Iskustvo i rizici

Izlaganje djece medijima donosi sa sobom razna iskustva kao i određenu količinu rizika. Jedan od ključnih tačaka ovog istraživanja jeste i uvid u mišljenje roditelja djece od 4 do 17 godina u pogledu zaštite djece od rizika prilikom korišćenja različitih izvora medijskih sadržaja kao i samo mišljenje djece od 9 do 17 godina starosti. Ovaj dio istraživanja je započet sa pitanjem o tome da li su roditelji ikada dali informacije ili savjete svom djetetu kako se ne bi izlagalo medijskim sadržajima koji nijesu adekvatni za njegov/njen uzrast. Većina roditelja, njih 88.3%, redovno, vrlo često ili povremeno daje ove informacije ili savjete svom djetetu.



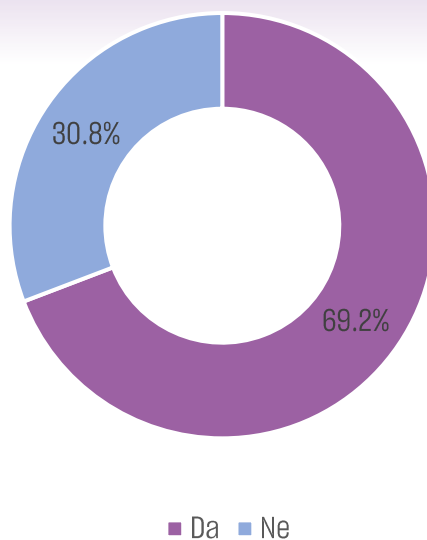
*Grafik 33: Da li ikada dajete informacije ili savjete svom djetetu kako se ne bi izlagalo medijskim sadržajima koji nijesu adekvatni za njegov/njen uzrast? (Roditelji)*

Takođe, interesantno je obratiti pažnju i na odgovore djece kojima je bilo postavljeno isto pitanje gdje 86.2% djece kaže redovno, vrlo često ili povremeno dobija informacije ili savjete od roditelja kako da se zaštite od uticaja medijskih sadržaja koji nijesu adekvatni sa njihov uzrast.



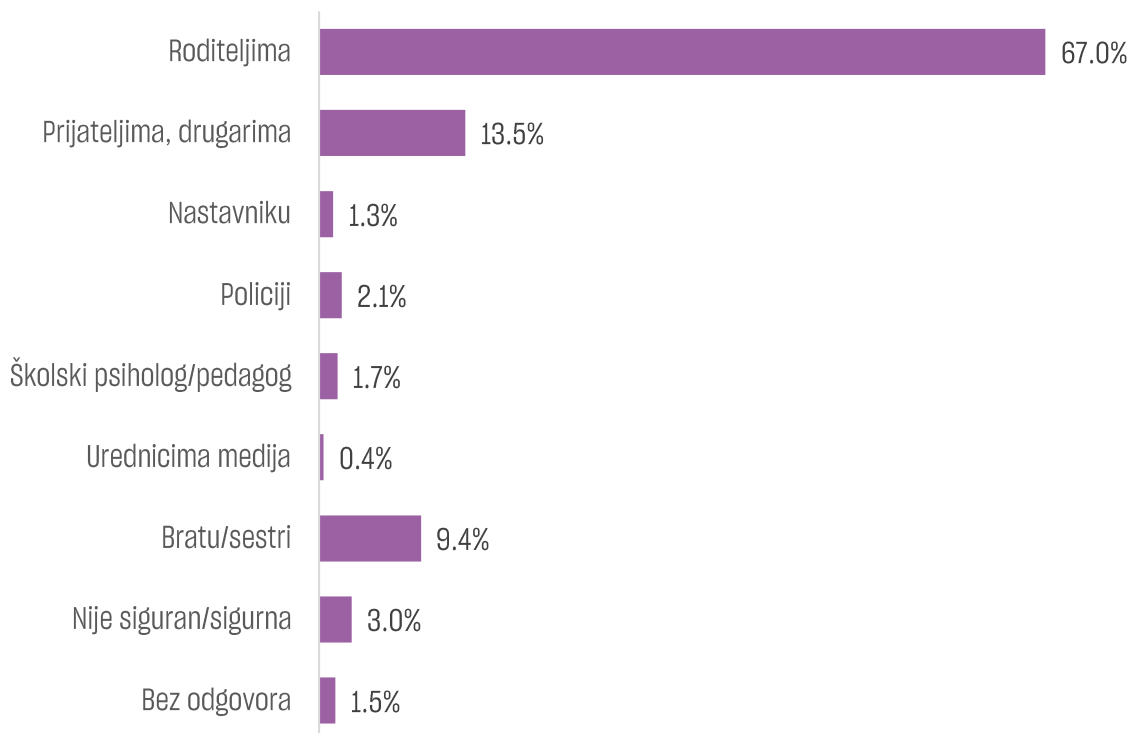
*Grafik 34: Da li su ti roditelji ikada dali informacije ili savjete kako da se zaštićiš od uticaja medijskih sadržaja koji nijesu adekvatni za tvoj uzrast? (Djeca)*

Od posebne važnosti je bilo ispitati da li bi se djeca obratila nekome u slučaju da ugledaju/čuju/saznaju nešto što ih uznemiri, zabrine ili ne sviđi dok prate Televiziju, čitaju magazine, slušaju radio i/ili provode vrijeme na internetu. Skoro jedna trećina ispitanika se ne bi obratilo nikome tim povodom, dok skoro dvije trećine su odgovorile potvrdno.



*Grafik 35: Kada bi na primjer: pratio/pratila TV, čitao/čitala magazine, slušao/slušala radio ili bila/bio na internetu, i ukoliko ugledaš/čuješ/saznaš nešto što te uznemiri, zabrine ili nešto što ti se ne sviđa, da li bi se nekom tim povodom obratio/obratila? (Djeca)*

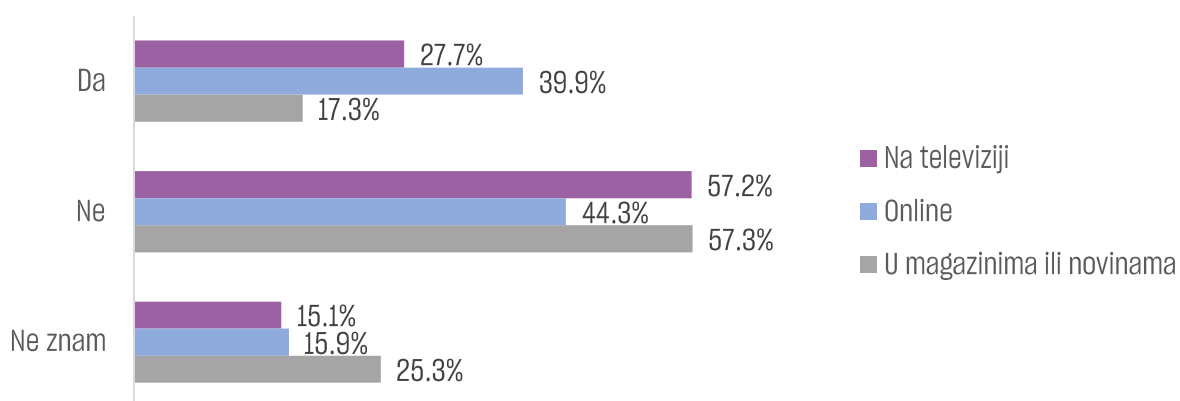
Od 69.2% djece, koji su odgovorili potvrdno da bi se obratili nekome u slučaju da ugledaju/čuju/saznaju nešto što ih uznemiri, zabrine ili ne sviđa dok prate razne medije, dodatno smo pitali kome bi se prvo obratili.



*Grafik 36: Kome bi se prvo obratio/la? N=467 (Djeca)*

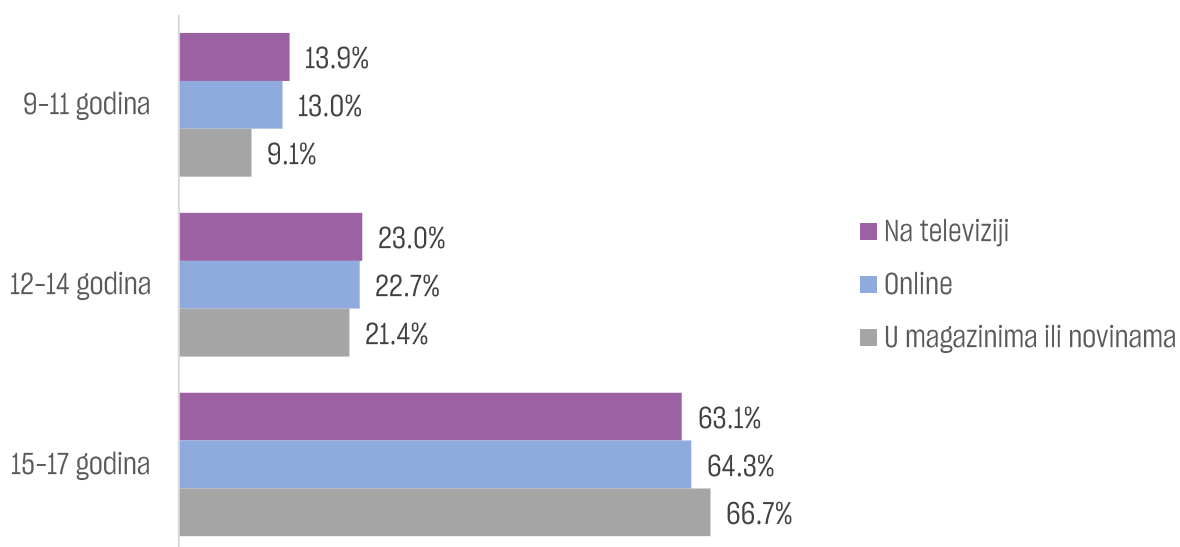
Iz gorenavedenog grafik, primjetno je da se može zaključiti da bi se više od polovine djece se svojim roditeljima obratili za podršku u slučaju da ih nešto uznemiri, zabrine ili ne sviđa dok provode vrijeme uz medije.

U proteklih 12 mjeseca, 39.9% djece je primjetilo neki uznemirujući medijski sadržaj koji nije bio adekvatan za njihov uzrast. Dodatno je važno napomenuti da ovo pitanje predstavlja samoprocjenu djece da raspoznaju šta čini neki medijski sadržaj neprikladnim za njihov uzrast.



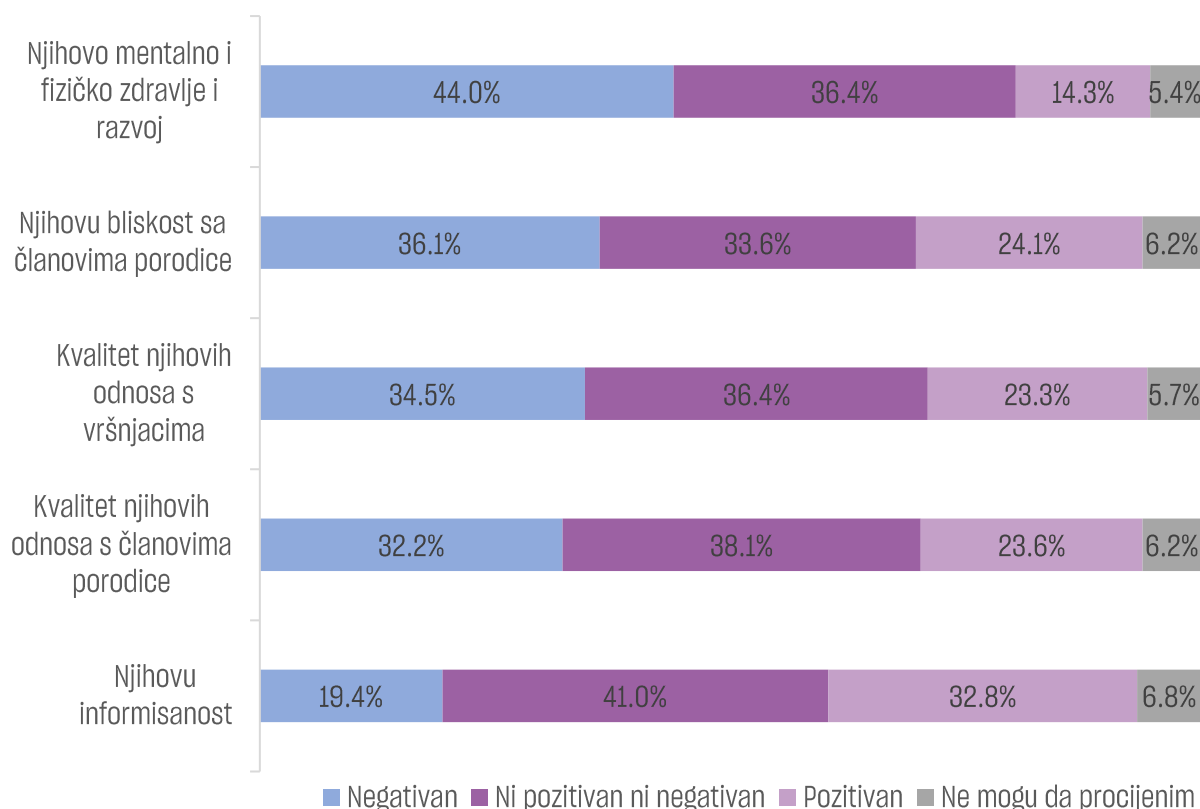
*Grafik 37: Da li si u proteklih 12 mjeseci primijetio/la neki uznemirujući medijski sadržaj koji nije bio adekvatan za tvoj uzrast? (Djeca)*

Dok statistički značajna podjela između muške i ženske djece ne postoji, primijećena je statistički značajna podjela između starosne grupe ispitanika i ispitanica. Djeca od 15-17 godina starosti u većoj mjeri primjećuju neki uznemirujući medijski sadržaj koji nije adekvatan za njihov uzrast. Jedan od mogućih objašnjenje može biti da su starija djeca svjesnija svog okruženja i šta je to što čini neki medijski sadržaj neadekvatnim za njihov uzrast.



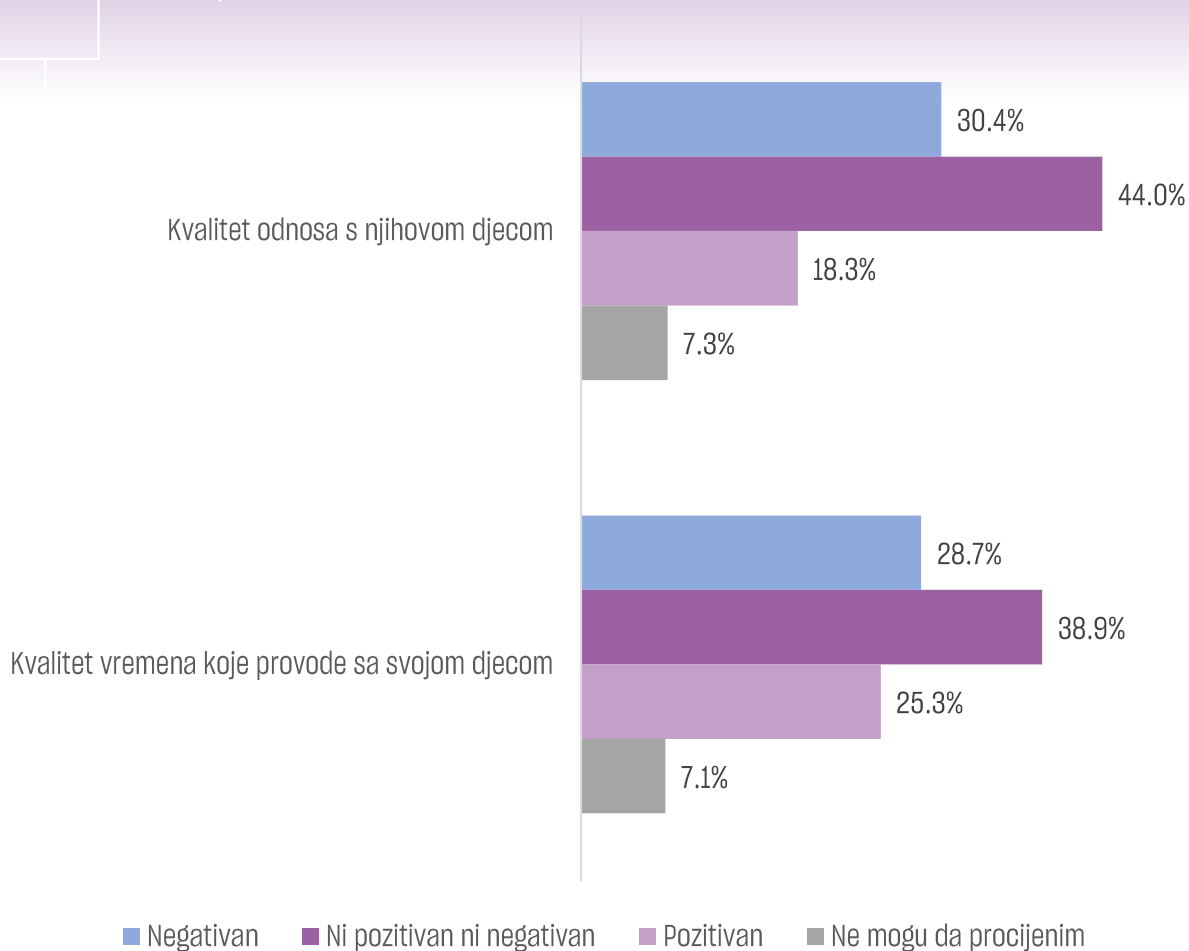
*Grafik 38: Da li si u proteklih 12 mjeseci primijetio/la neki uznemirujući medijski sadržaj koji nije bio adekvatan za tvoj uzrast? Prema starosnoj kategoriji (Djeca)*

Analizirali smo mišljenja roditelja u vezi uticaja vremena koje djeca provode pristupajući dostupnim sadržajima, posebno putem TV i mobilnih uređaja na sljedeće aspekte njihovih života; njihovo mentalno i fizičko zdravlje i razvoj, njihova bliskost sa članovima porodice, kvalitet njihovih odnosa s vršnjacima, kvalitet njihovih odnosa s članovima porodice i njihova informisanost. Roditelji smatraju da je uticaj vremena koje djeca provode pristupajući dostupnim sadržajima putem medija više negativan nego pozitivan. U svim aspektima njihovih života vlada mišljenje da je negativniji uticaj vremena koje djeca provode pristupajući dostupnim sadržajima osim kada je u pitanju uticaj na djetetovu informisanost gdje je mišljenje pozitivnije.



*Grafik 39: Kakav je po Vašem mišljenju uticaj vremena koje djeca provode pristupajući dostupnim sadržajima, posebno putem TV i mobilnih uređaja na: (Roditelji)*

Dodatno smo postavili pitanje roditeljima o uticaju vremena koje oni sami provode pristupajući dostupnim sadržajima, posebno putem TV i mobilnih uređaja na sljedeće aspekte njihovih života; kvalitet odnosa s njihovom djecom i kvalitet vremena koje provode sa svojom djecom. Rezultati pokazuju da roditelji smatraju da je generalno negativniji uticaj vremena koje provode pristupajućim dostupnim sadržajima putem medija.

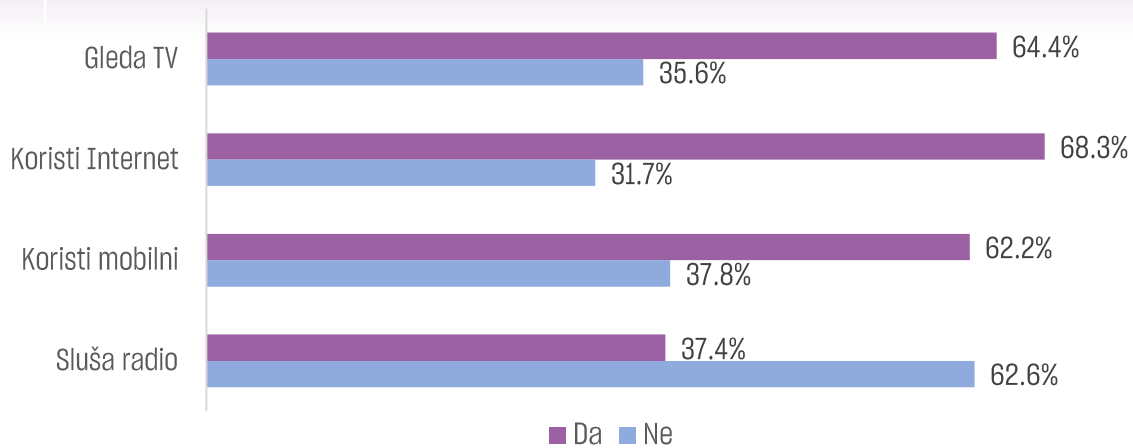


Grafik 40: Kakav je po Vašem mišljenju uticaj vremena koje roditelji provode pristupajući dostupnim sadržajima, posebno putem TV i mobilnih uređaja na: (Roditelji)

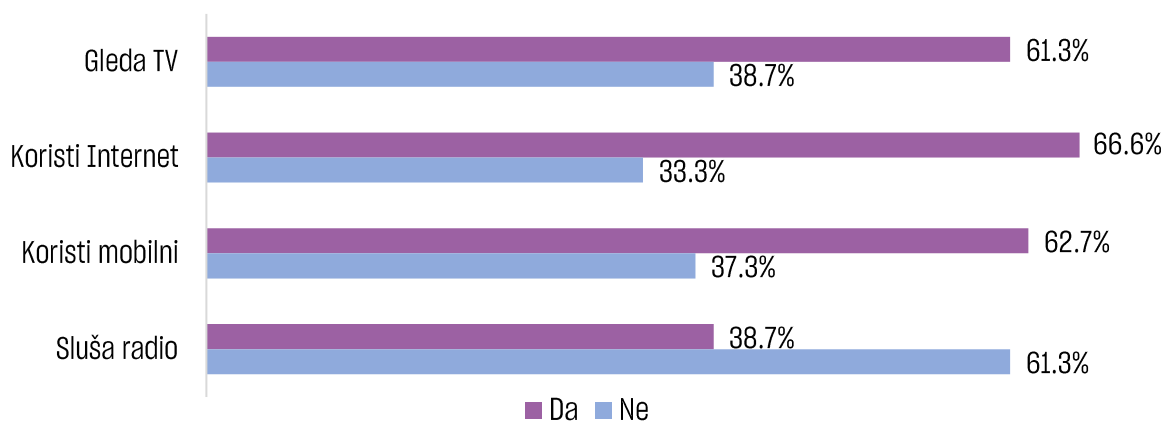
## Mjere roditeljske kontrole upotrebe uređaja za pristup medijima uopšte i internet

Istraživanjem smo obuhvatili i temu roditeljske kontrole upotrebe medija kroz razna pitanja o tome šta roditelji praktikuju kada je u pitanju korišćenje uređaja za pristup medijima uopšte i internet od strane njihove djece. Ispitali smo da li postoje ograničenja u pogledu sadržaja koji dijete može da prati kao i dužinu vremena koje dijete provodi uz određene medije i ograničenja u pogledu dijela dana kada dijete koristi određene medije. Dodatno smo istražili kakve su navike što se tiče razgovora na temu šta dijete prati dok koristi određene medije i da li roditelji borave u blizini gdje dijete konzumira medije i da li provjeravaju šta on/ona prati. Sljedeći grafici prikazuju da skoro dvije trećine roditelja imaju navike da nadgledaju i ograničavaju dijete kada je u pitanju gledanje televizora i korišćenje interneta i mobilnog telefona.

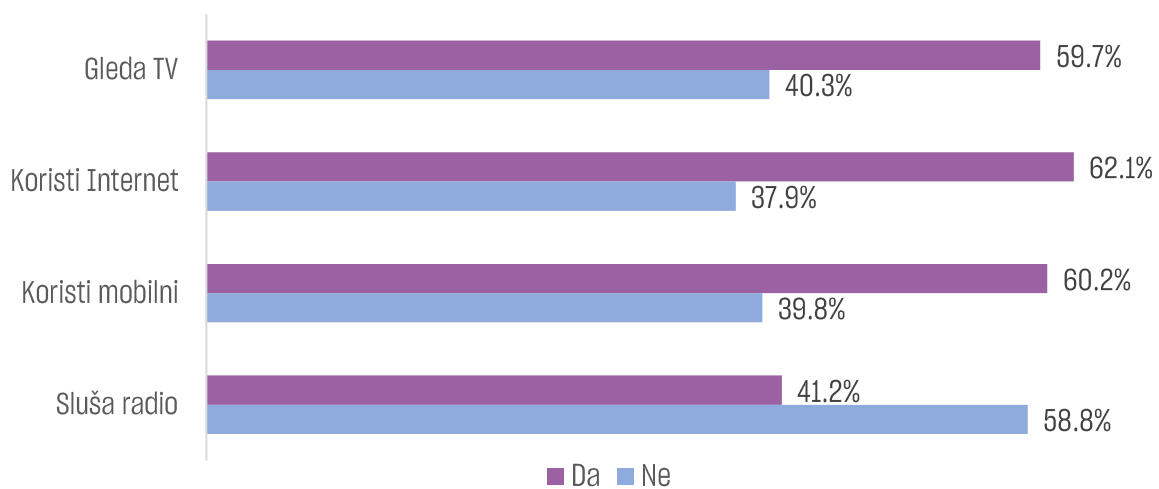




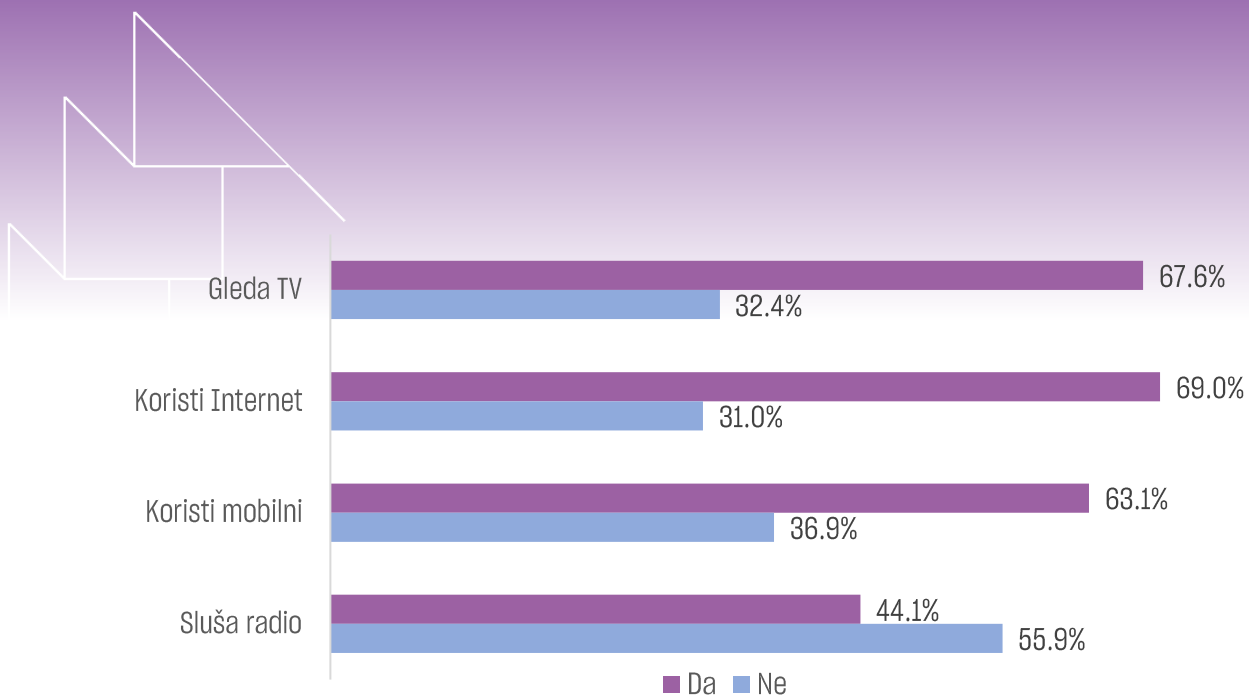
Grafik 41: Ograničenje u pogledu toga koji sadržaj dijete može da prati dok...



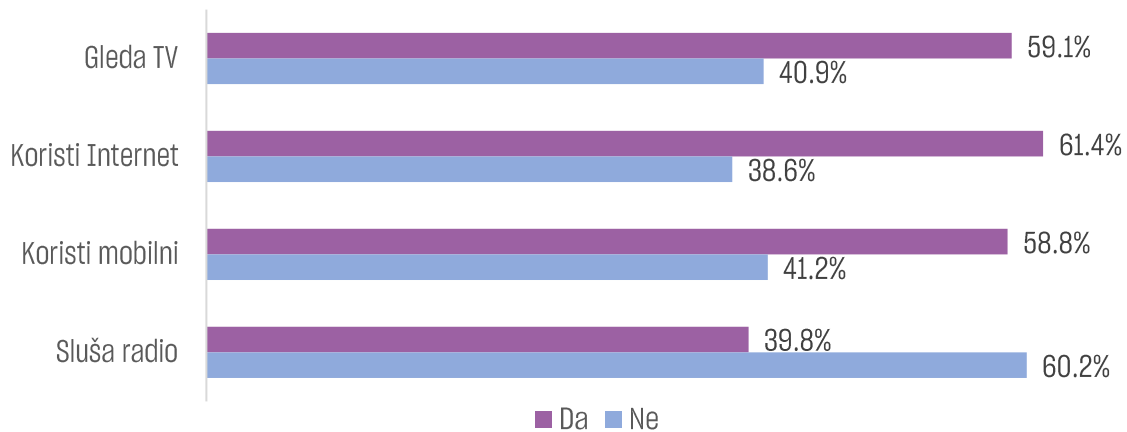
Grafik 42: Ograničenje u pogledu dužine vremena koje dijete provodi tako što...



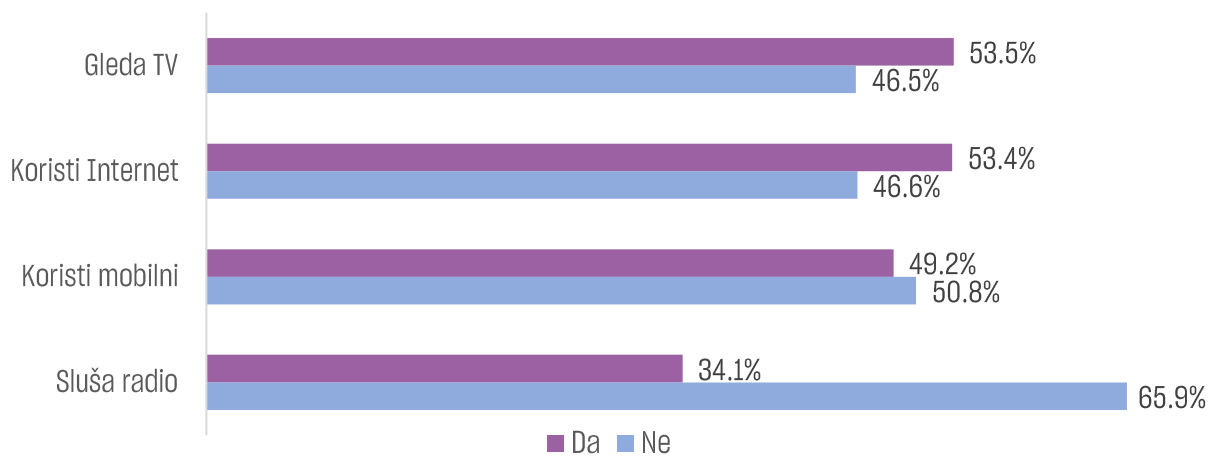
Grafik 43: Ograničenje u pogledu dijela dana kada dijete...



*Grafik 44: Razgovor na temu šta prati dok...*

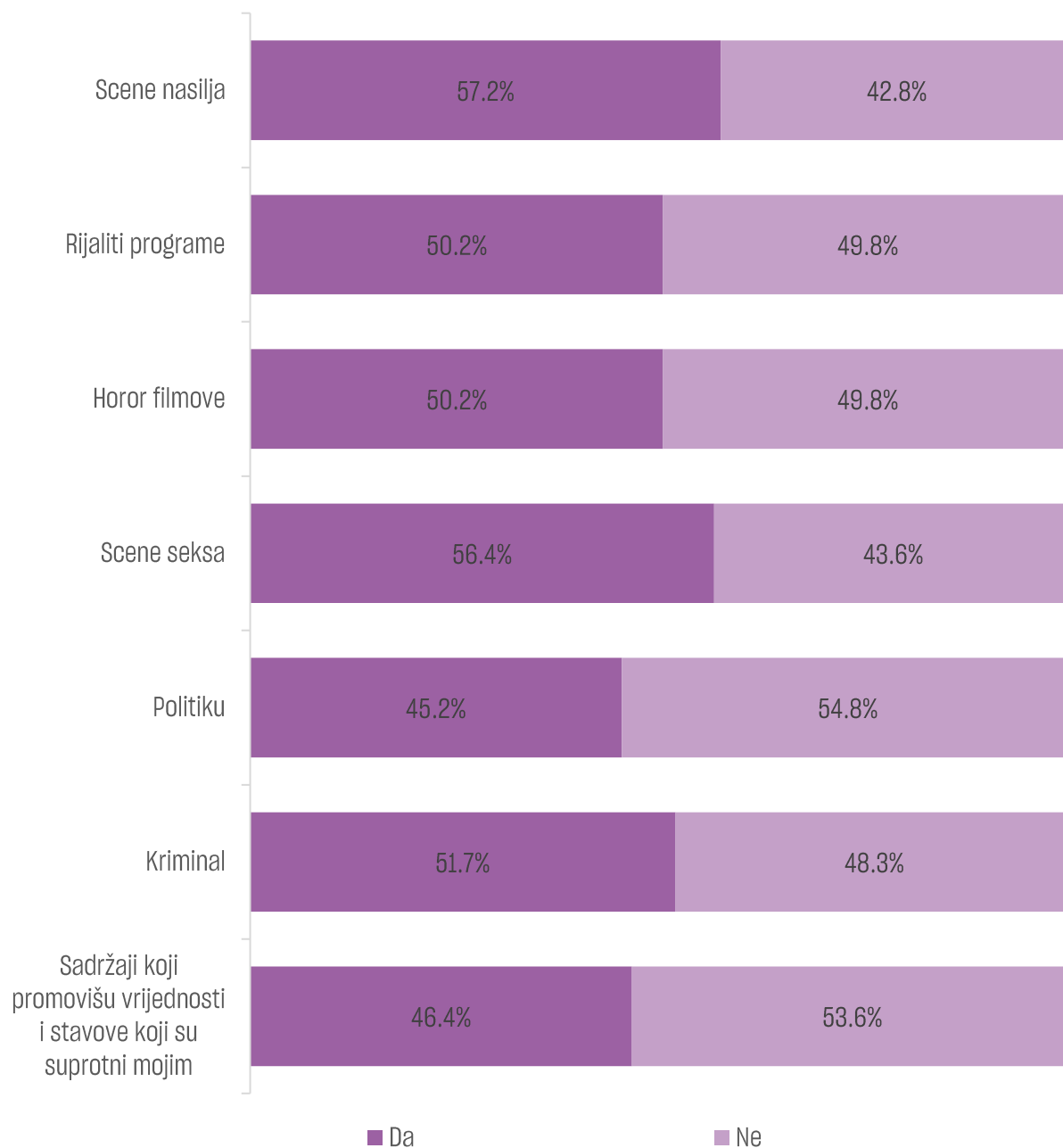


*Grafik 45: Boravak u blizini gdje je dijete i provjeravanje šta on/ona prati dok...*



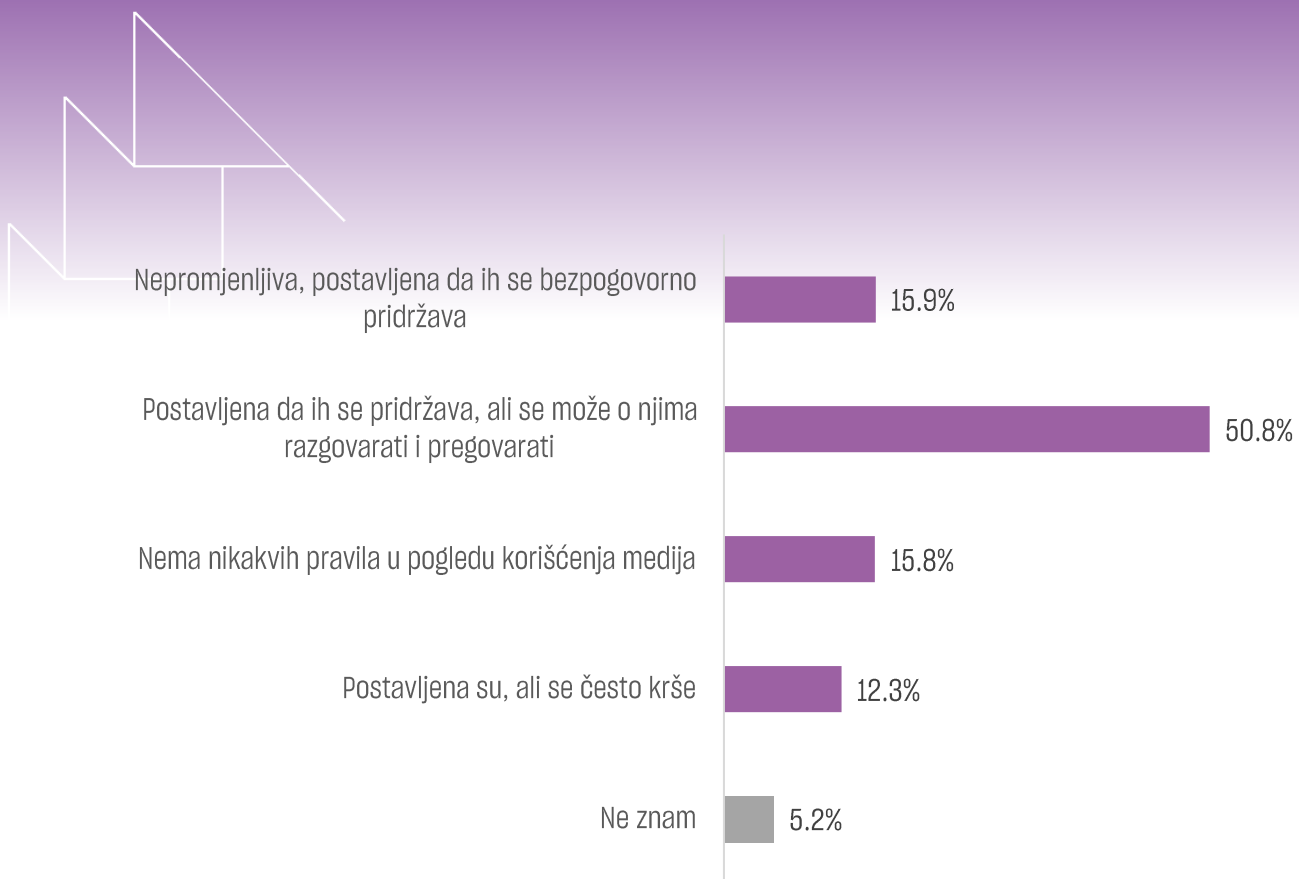
*Grafik 46: Sjedenje u istoj prostoriji ili boravak uz dijete dok...*

Mišljenje roditelja kada su u pitanju vrste TV sadržaja koje ne dozvoljavaju da dijete prati je podijeljeno skoro na pola. Izdvajaju se dvije kategorije prema kojima su roditelji imali malo veći animozitet su scene nasilja (57.2% roditelja) i scene seksa (56.4% roditelja) kada djeci nije dozvoljeno da gledaju takav TV sadržaj.



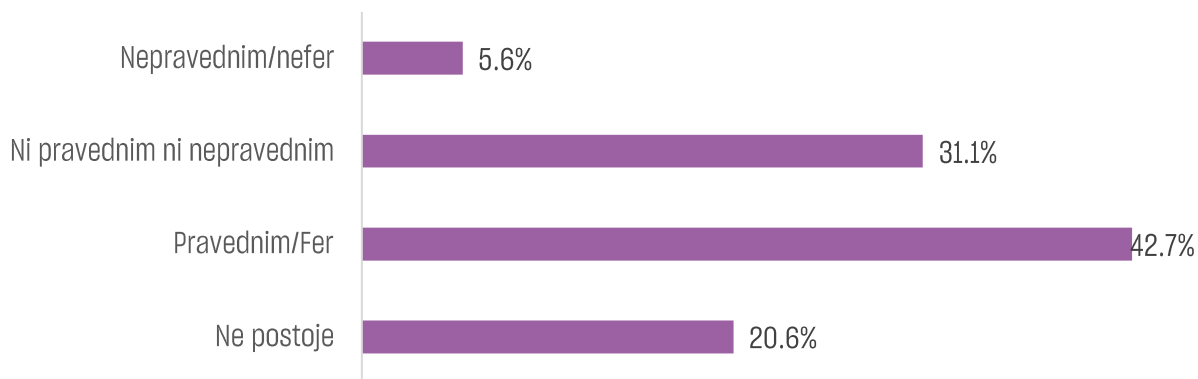
Grafik 47: Koje vrste TV sadržaja ne dozvoljavate da dijete prati? (Roditelji)

Roditelji su generalno mišljenja da pravila i ograničenja koja su svom djetetu postavili u vezi sa korišćenjem medija su postavljena da ih se pridržava, ali se može o njima razgovarati i pregovarati (50.8% roditelja).



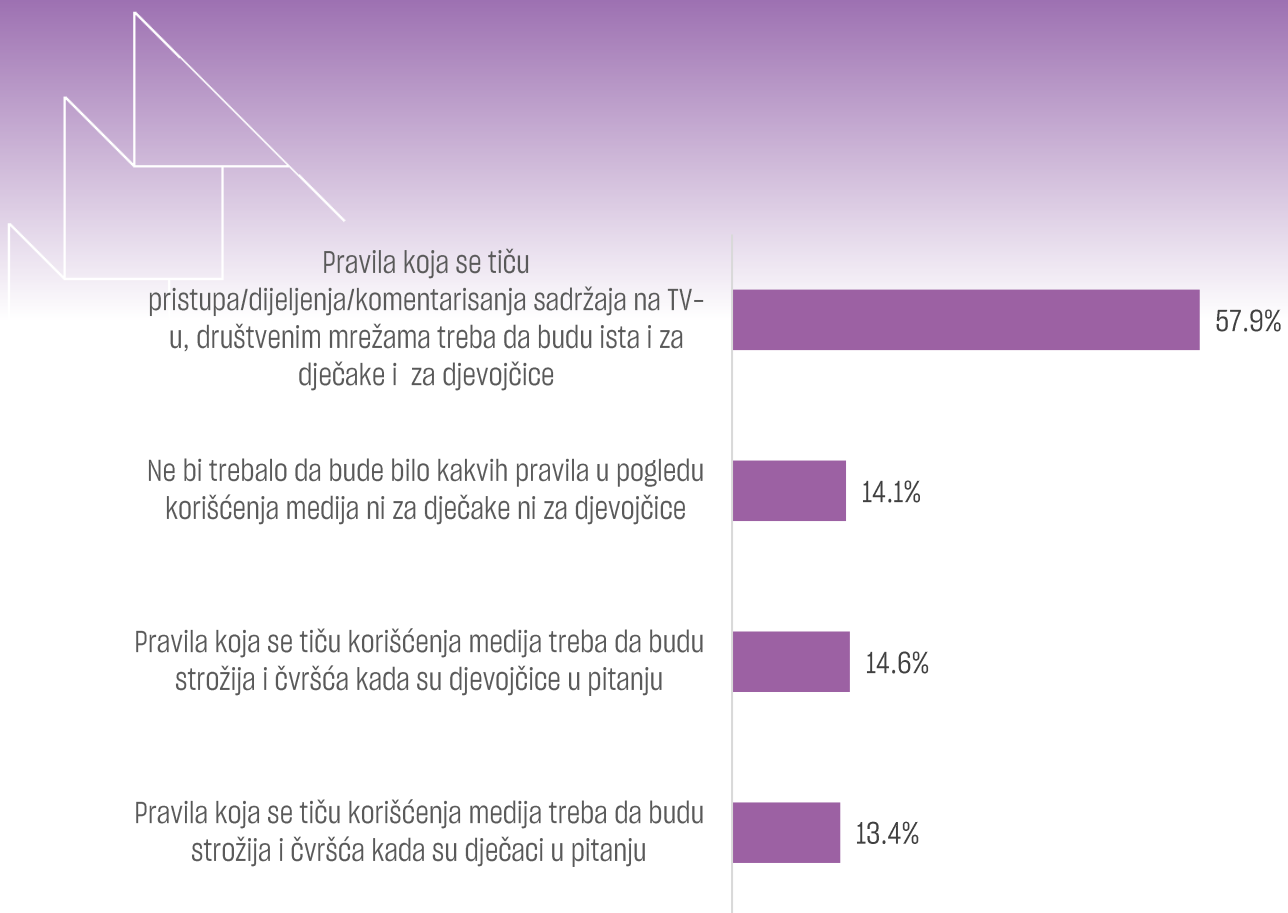
*Grafik 48: Kada razmišljate o pravilima i ograničenjima koja ste svom djetetu postavili u vezi sa korišćenjem medija, da li biste rekli za njih da su? (Roditelji)*

Djeci smo takođe postavili pitanje o tome da li oni smatraju da su pravila i ograničenja koja su njihovi roditelji postavili nepravedna, ni nepravedna ni pravedna, pravedna ili ne postoje. Kao što se može vidjeti iz prikazanog grafikona, 42.7% djece smatra da su pravila i ograničenja pravedna, i samo 5.6% smatra da su nepravedna.



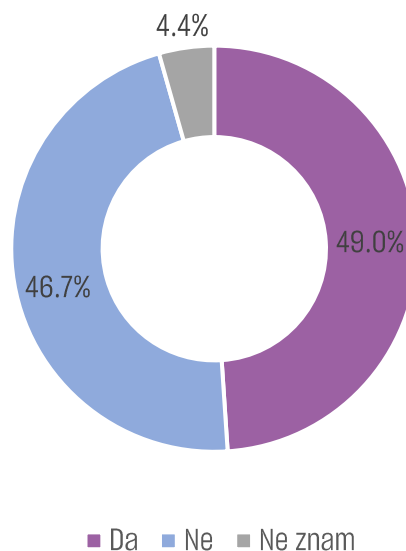
*Grafik 49: Kada razmišljaš o pravilima, ograničenjima ili zabranama koje tvoji roditelji imaju u vezi sa tvojim korišćenjem medija, šta bi rekao/rekla o njima? Da li ih smatraš: (Djeca)*

Više od polovine roditelja smatra da pravila koja se tiču pristupa/dijeljenja/komentarisanja sadržaja na TV-u, društvenim mrežama treba da budu ista i za dječake i za djevojčice.



Grafik 50: Kao roditelj, da li smatrate da...? (Roditelji)

Skoro polovina roditelja je instaliralo neku vrstu tehničke zaštite (na primjer pin kod) na risiveru TV prijemnika ili aplikaciju za roditeljsku kontrolu na telefonu koja onemogućava njihovom djetetu da prati određene TV kanale ili sadržaje.

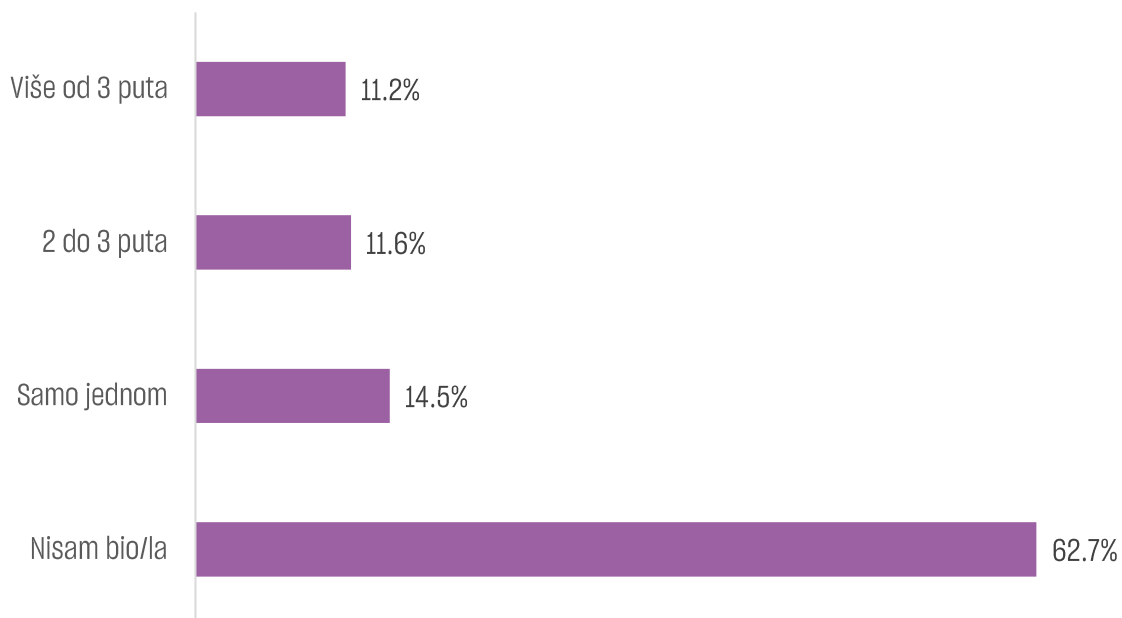


Grafik 51: Da li ste instalirali bilo kakvu vrstu tehničke zaštite (na primjer pin kod) na risiveru TV prijemnika ili aplikaciju za roditeljsku kontrolu na telefonu koja onemogućava Vašem djetetu da prati određene TV kanale ili sadržaje? (Roditelji)

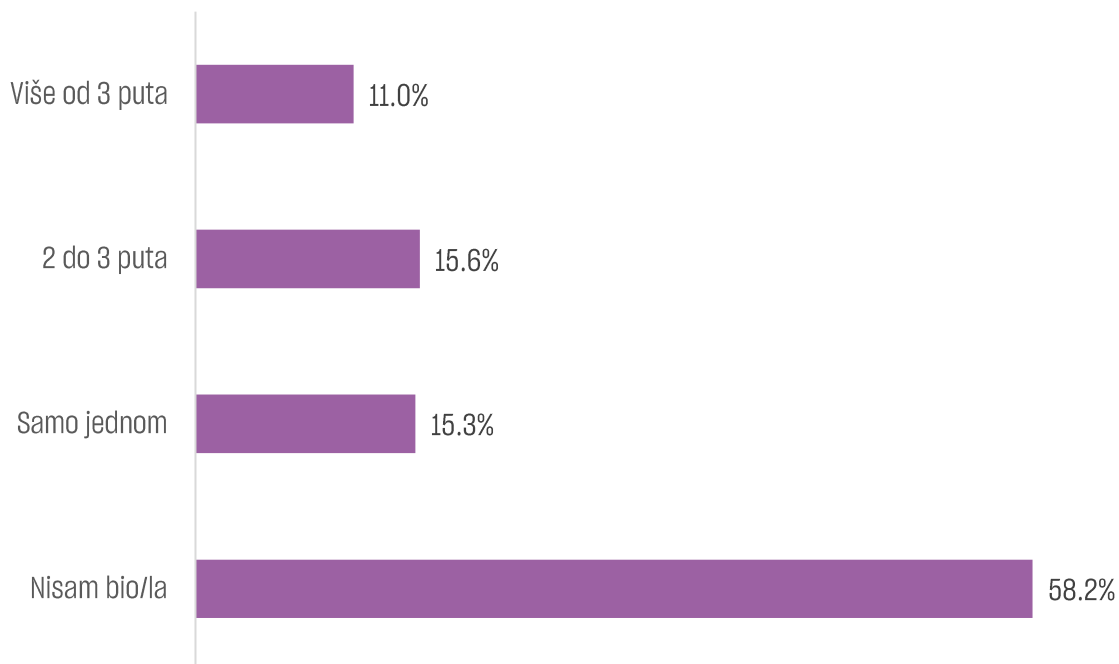
Oni koji su odgovorili da nisu stavili bilo kakvu vrstu tehničke zaštite su dodatno komentarisali da nemaju tehničke mogućnosti da instaliraju takvu vrstu tehničke zaštite ili da nemaju vremena da se bave time.

## Kulturna dešavanja

Istraživanje je obuhvatilo i temu kulturnih dešavanja i navike roditelja i djece u pogledu odlaska u pozorište i članstva u lokalnim bibliotekama. Skoro dvije trećine roditelja (62.7%) nije posjetilo pozorište u posljednjih 12 mjeseci dok malo manje djece je odgovorilo isto (58.2%).

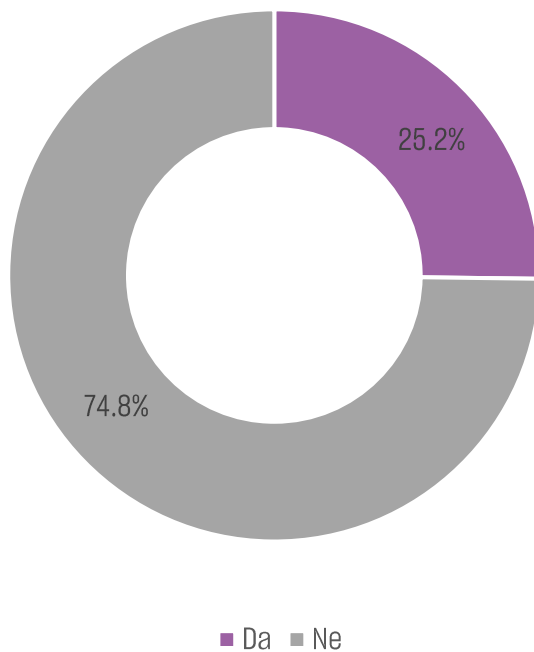


*Grafik 52: Da li ste u proteklih 12 mjeseci bili u pozorištu? (Roditelji)*

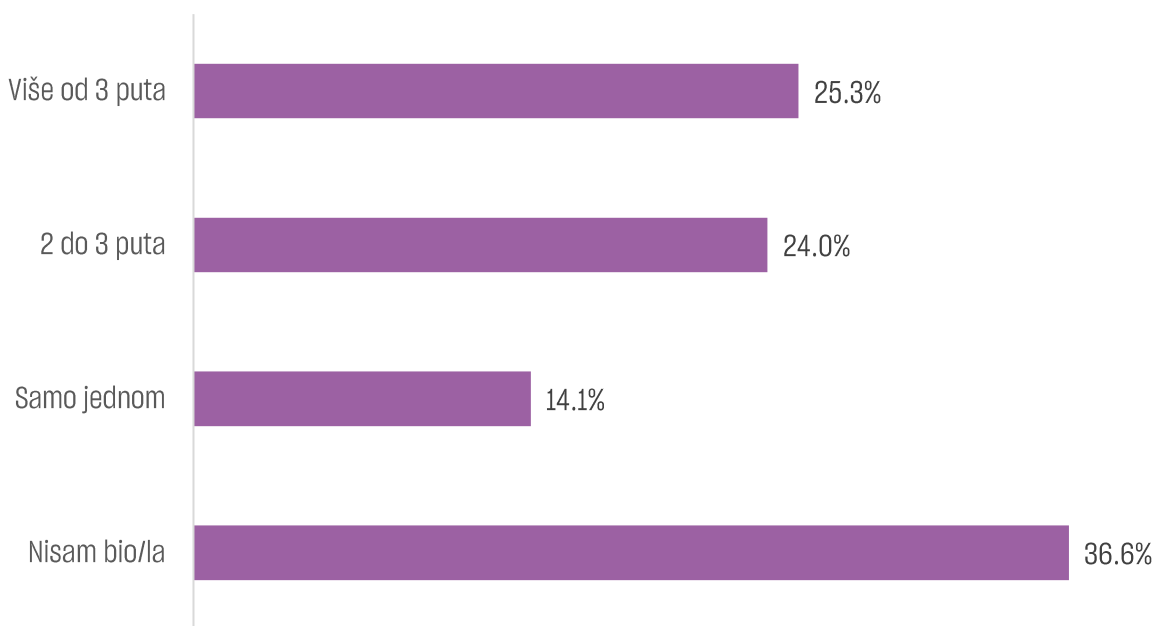


*Grafik 53: Da li si u proteklih 12 mjeseci bio/la u pozorištu? (Djeca)*

Samo jedna četvrtina roditelja je član lokalne biblioteke, dok skoro polovina djece je više od 2 puta pozajmilo knjigu iz biblioteke.



Grafik 54: Da li ste član lokalne biblioteke? (Roditelji)



Grafik 55: Da li si u proteklih 12 mjeseci pozajmio/pozajmila knjigu iz biblioteke (lokalne ili školske)? (Djeca)


## Ključni nalazi i zaključci

Istraživanje o medijskoj pismenosti među djecom i roditeljima u Crnoj Gori, dalo je pregrešt izuzetno vrijednih i zanimljivih uvida u to kako ove dvije grupe koriste medije danas, gdje pronalaze informacije koje su im potrebne ili koje ih interesuju, kako koriste različite uređaje, šta misle o temama koje su važne za korišćenje medija (poput lažnih vijesti / fake news), ali i mnogo toga drugog. Podaci predstavljeni u ovom izvještaju samo su dio mogućnosti koje prikupljena baza podataka pruža, i daju jedan uvid u prikupljene podatke. Dodatne mogućnosti za disagregiranje podataka po raznim socio-deemografskim karakteristikama nesumnjivo postoje. Sigurno je da svakome ko se bavi temama vezano za medijsku pismenost roditelja i djece ova baza može pružiti relevantne informacije na kojima može planirati aktivnosti u vezi sa datom temom.

Nekoliko podataka je posebno važno istaći.

- Gotovo svi elektronski komunikacioni uređaji koji postoje u domaćinstvu, dostupni su djeci u tim domaćinstvima. Veoma je mali procenat restrikcija, i prava je rijetkost da djeca nemaju pristup mobilnom telefonu, televizoru, kompjuteru/laptopu ili tabletu, ako tih uređaja ima u domaćinstvu
- Gotovo svako dijete koje smo anketirali (uzrasta od 9 do 17 godina) kaže da posjeduje mobilni telefon, i gotovo svi imaju smartphone (pametni mobilni telefon). Mobilni telefoni starije generacije gotovo da nisu u potrebi u ovoj generaciji.
- Djeca provedu radnim danima u prosjeku između 8 i 9 sati ispred različitih ekrana (mobilni telefon, televizor, kompjuter/laptop, tablet). Vrijeme provedeno ispred tih ekrana dodatno raste u danima vikenda. Važno je napomenuti da je ovo vrijeme provedeno ispred ekrana radnim danima u toku školske godine.
- Djeca u medijima najviše prate filmove, muzičke programe, i traže da gledaju smiješne video klipove. Svako deseto dijete kaže da redovno ili često prati politiku, a malo veći procenat od toga je one djece koja kažu da gledaju rijaliti programe, iako takvi programi najčešće imaju oznaku da su za 18+ populaciju.
- Svaki drugi roditelj kaže da njihovo dijete teško kontroliše vrijeme provedeno pored ekrana. Preko 55% roditelja kaže da programi za djecu često promovišu rodnu neravnopravnost, 60% je onih roditelja koji kažu da dječiji programi promovišu stereotipe o ženama kao domaćicama ili ženskim ulogama u društvu. Dvije trećine roditelja smatra takođe da dječiji programi promovišu nasilje kao rješavanje problema.
- I roditelji i djeca kažu da informacije o važnim dešavanjima u zemlji i inostranstvu traže dominantno na internetu.
- Svako treće dijete ne zna šta su lažne vijesti/fake news, a među roditeljima 82% je onih koji kažu da znaju. Obje grupe smatraju da je od svih medija, lažnih vijesti najviše na društvenim mrežama
- Tek svako treće dijete kaže da bi reklo roditeljima, ako bi primijetili lažne vijesti, a gotovo je trećina onih koji kažu da ne bi ništa preduzeli da vide lažne vijesti.
- Djeca nemaju jasnu predstavu o tome šta su lažne vijesti i kako da ih razlikuju od drugih na internetu. To upućuje na veliku potrebu za dodatnim treninzima djece kada je u pitanju medijska pismenost.
- Roditelji djece od 4 do 17 godina starosti u velikoj mjeri smatraju da je negativan uticaj vremena koje djeca provode pristupajući dostupnim sadržajima, posebno putem TV i mobilnih uređaja na njihovo mentalno i fizičko zdravlje i razvoj. To su upravo uređaji ispred kojih djeca provode najviše svog vremena tokom dana, pokazuje istraživanje.
- Na pitanje o tome koje vrste TV sadržaja dozvoljavaju svojoj djeci da prate mišljenja roditelja su podijeljena otprilike pola-pola, gdje pola roditelja dozvoljava svojoj djeci da prate, između ostalog, scene nasilja, rijaliti programe i horor filmove, a pola ne.



- 
- Većina roditelja smatra da pravila koja se tiču pristupa/dijeljenja/komentarisanja sadržaja na TV-u, društvenim mrežama treba da budu ista i za dječake i za djevojčice.
  - Djeca, kada razmišljaju o pravilima, ograničenjima ili zabranama koje njihovi roditelji imaju u vezi sa korišćenjem medija, uglavnom smatraju da su ta pravila pravedna. Svako treće dijete smatra takva pravila ni pravednim ni nepravednim.
  - U proteklih 12 mjeseci većina je, i roditelja i djece koji kažu da nijesu posjetili pozorište.