



Medijska pismenost u Srbiji

Rezultati istraživanja



➔ Uzorak

- 11 fokus grupa, 4 grada
- **3227** ispitanika:
 - 1) 2453 srednjoškolca završnih godina
 - 2) 133 profesora GV
 - 3) 350 studenata novinarstva
 - 4) 291 novinar

➔ Rezultati – učenici

- 2453 učenika
- 58 srednjih škola
- 15 gradova
- 58,5% ženskog, 41,5% muškog pola
- 49,2% treći, 50,8% četvrti razred

Koju srednju školu pohađate?		
Vrsta škole	Broj	%
Tehnička škola	769	31,3
Gimnazija	653	26,6
Društveno-pravno usmerenje	580	23,6
Prirodna primenjena škola	450	18,3

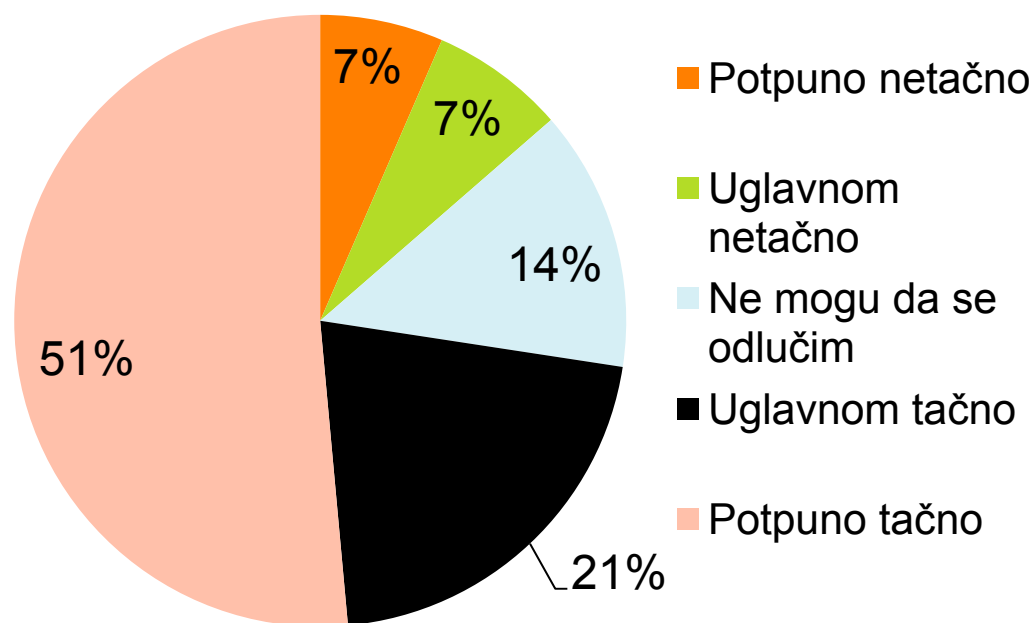


➔ Rezultati – učenici

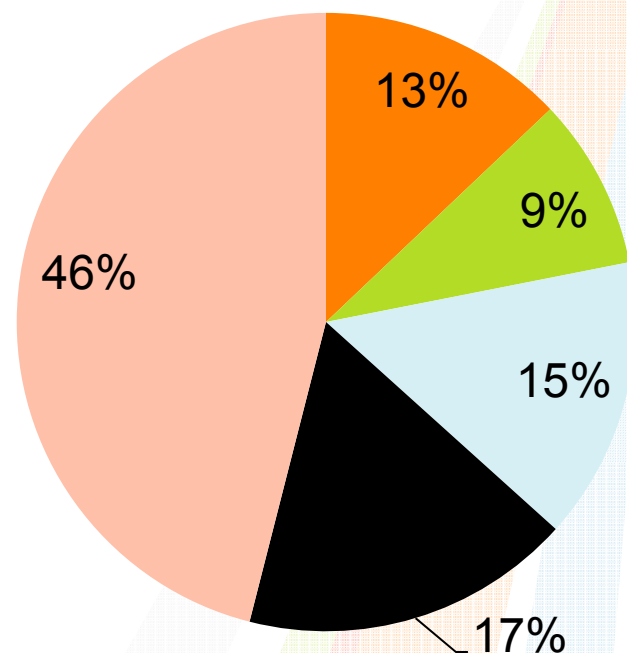
- 92,6% Facebook
- 5,1% ne koristi DM
- Šta su DM?
- Prosečno 1-2h na DM?
- 57,1% ima više od 7 “prijatelja”
- Informisani o opasnostima
- 19,6% zna da se FB podaci ne mogu obrisati
- Pozitivne strane

➔ Rezultati – učenici

Kada "kačim" fotografiju ili video klip, vodim računa o svojoj i privatnosti drugova koji su na njima.



Fotografija koju sam napravio/la i postavio/la na Facebooku je moja i niko je ne može koristiti bez moje dozvole.



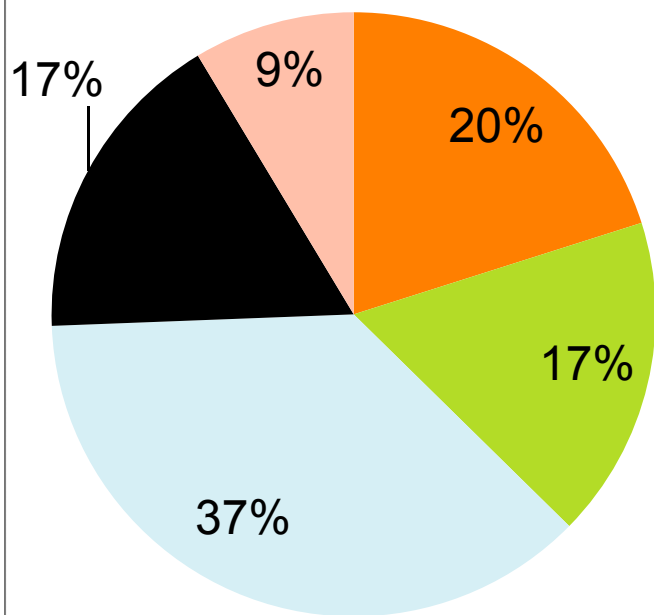


➔ Rezultati – učenici

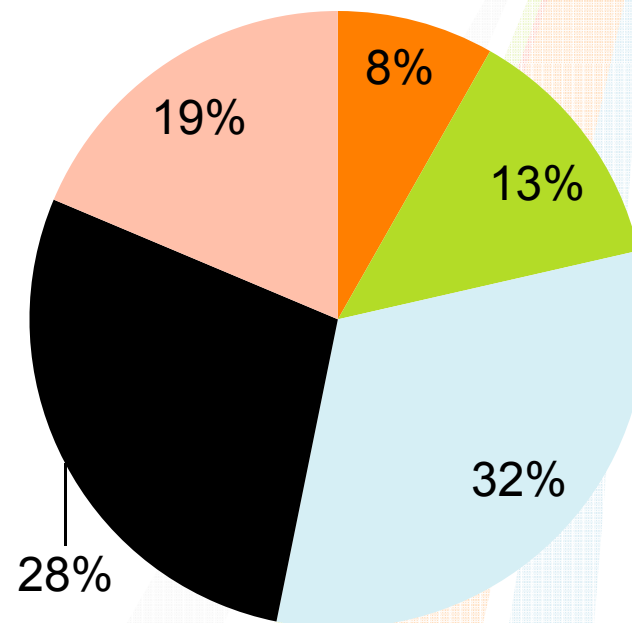
- Novi mediji
- 60,4% se najčešće informiše putem interneta
- Društvene mreže, televizija
- Uticaj medija mali do osrednji
- Percepcija uticaja na pojedinca i njegovu okolinu

➔ Rezultati – učenici

Mediji često promene moje mišljenje o nekoj pojavi.



Mediji formiraju mišljenje većine u mojoj okolini.



- Potpuno netačno
- Uglavnom netačno
- Ne mogu da se odlučim
- Uglavnom tačno
- Potpuno tačno

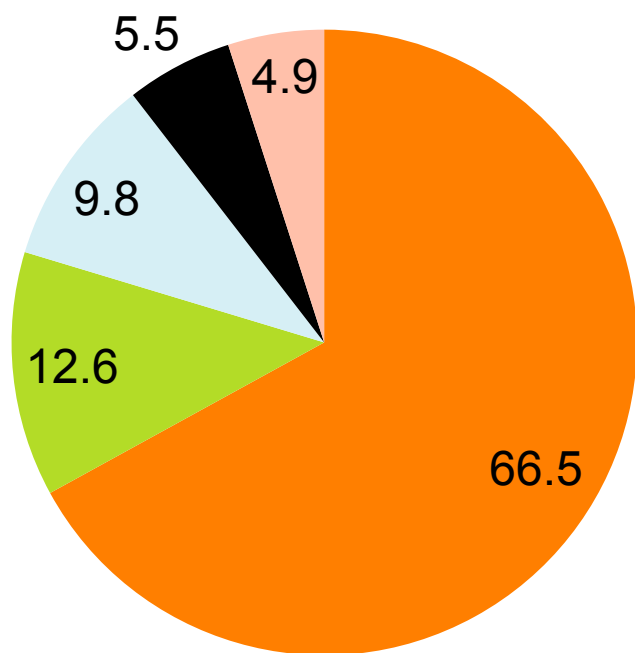


➔ **Rezultati – učenici**

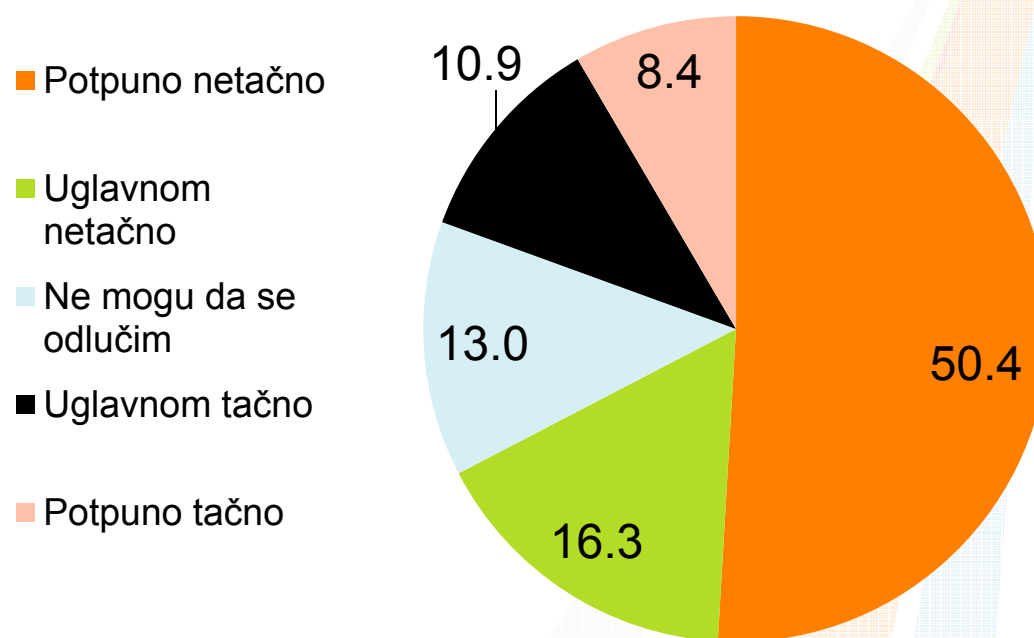
- Informisani i apolitični
- Mondo, Blic, B92, 24 sata
- Prva, RTS, TANJUG
- Komercijalna orijentacija medija
- (Ne)Kvalitet
- Skretanje pažnje
- Objektivnost=brojnost

➔ Rezultati – učenici

Ja često gledam rijaliti programe



Moji roditelji često gledaju rijaliti programe



- Potpuno netačno
- Uglavnom netačno
- Ne mogu da se odlučim
- Uglavnom tačno
- Potpuno tačno

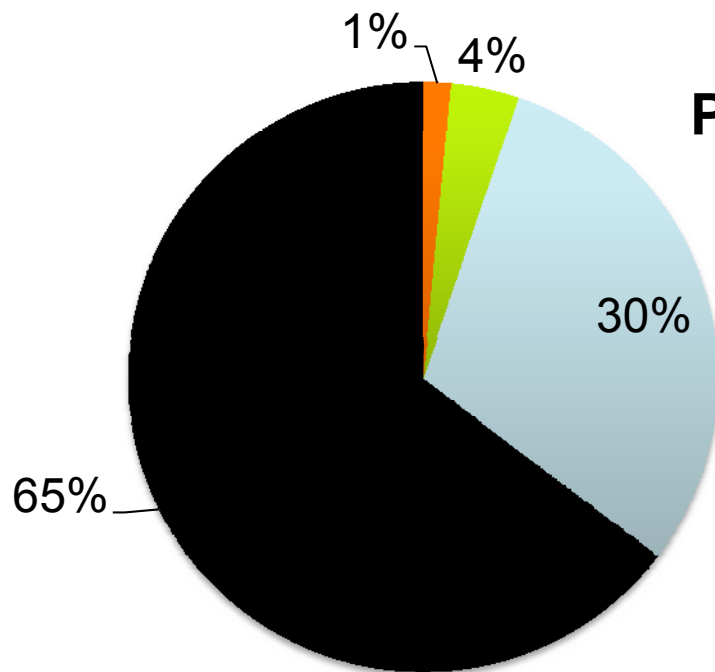
➔ Rezultati - profesori

- 133 – 30 muškaraca, 103 žene
- Prosečno 1,8 predmeta
- Staž 13,6 god
- 9% nije siguran šta je MP (kritičko mišljenje)
- Medijsko opismenjavanje od 10,78 godina

U kojoj srednjoj školi radite?		
Vrsta škole	Broj	%
Gimnazija	42	31,6
Tehnička škola	47	35,3
Prirodna primenjena škola	31	23,3
Društveno-pravno usmerenje	13	9,8
Ukupno	133	100,0

➔ Rezultati - profesori

- Internet glavni izvor informacija
- Nepoverenje u medije
- Cilj medija – “anesteziranje” i “ekremizacija”
- Medijska samoizolacija



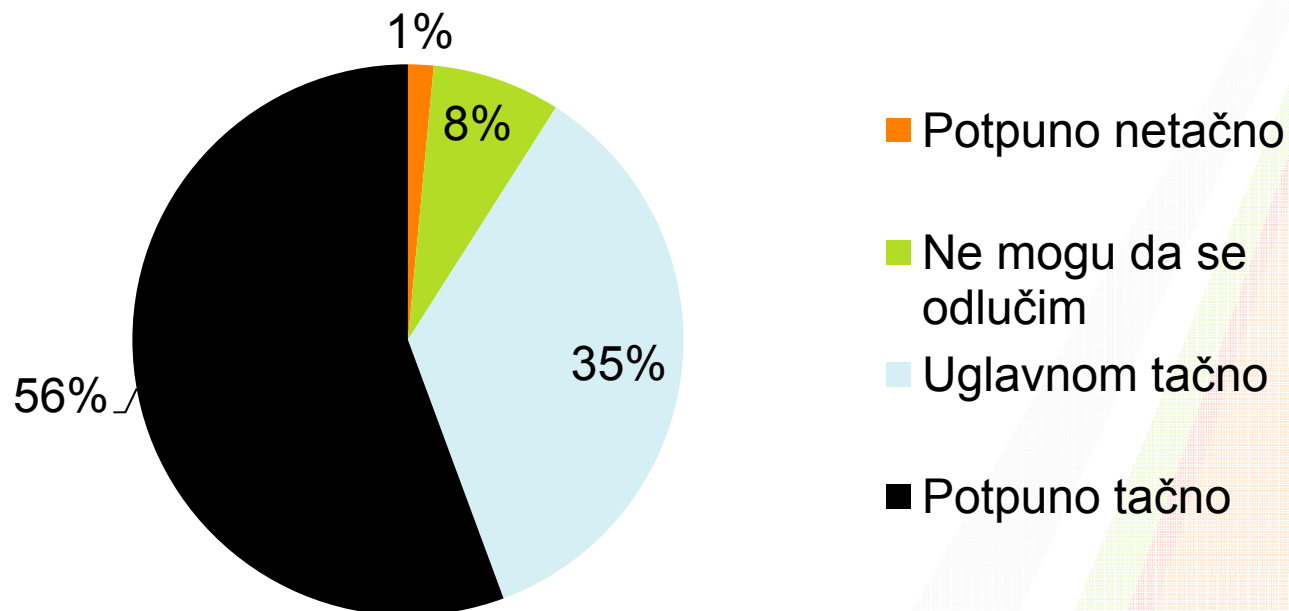
Propaganda je veoma zastupljena u našim medijima.

- Potpuno netačno
- Ne mogu da se odlučim
- Uglavnom tačno
- Potpuno tačno

➔ Rezultati - profesori

- Uticaj medija – septembar

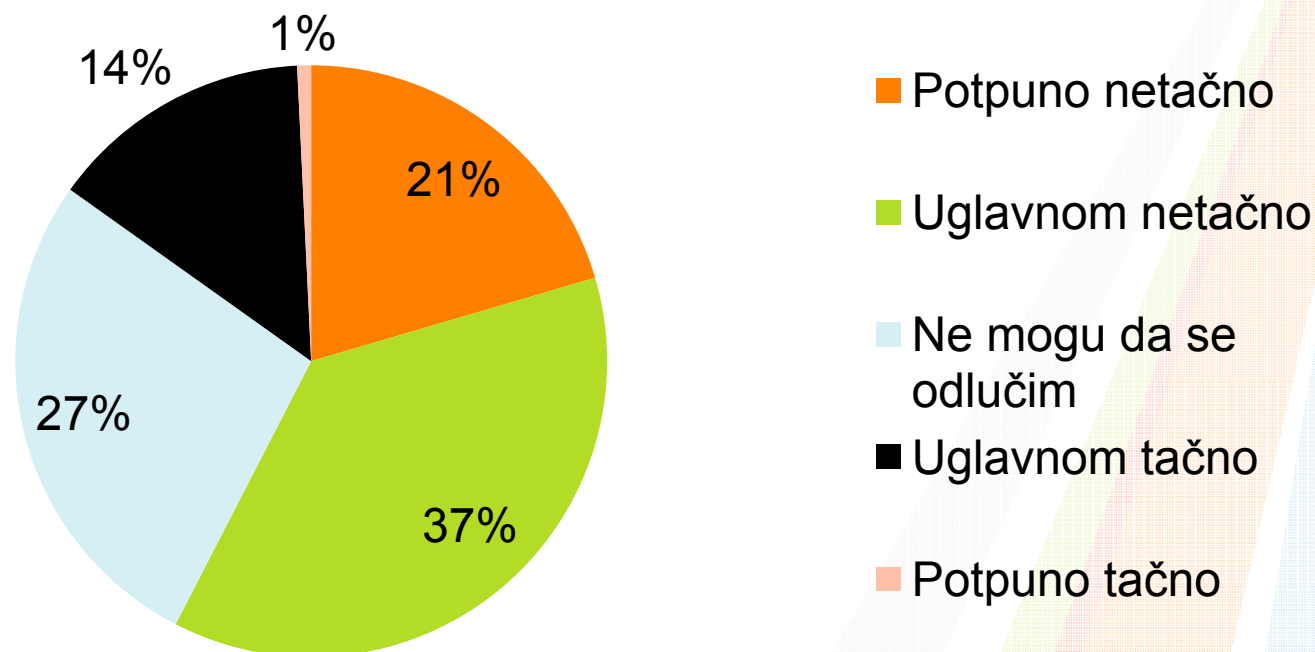
**Popularna kultura u medijima nameće
stereotipe ponašanja mladima.**



➔ Rezultati - profesori

- Nastavni plan, priručnik

Plan i program obrazovanja pridaje dovoljno pažnje temi medijske pismenosti.



➔ Rezultati - studenti

- 350 - 278 (79,9%) ispitanica i 70 (20,1%) ispitanika
- 39,1% radilo kao novinar, 60,1% nije
- 4,9% studenata ne koristi FB, 9,2% ne koristi društvene mreže

Koji fakultet studirate?		
	Broj	%
FPN	103	29,8
FF NS	51	14,7
FF Niš	99	28,6
FMK	93	26,9



Studenti/novinari

Koliko ste aktivni na društvenim mrežama?				
	Studenti		Novinari	
	Broj	%	Broj	%
Plasiram sadržaje nekoliko puta dnevno	86	24,6	67	23
Plasiram sadržaje nekoliko puta nedeljno	117	33,5	75	25,8
Plasiram sadržaje nekoliko puta mesečno	63	18,1	57	19,6
Samo ih posećujem i čitam sadržaje koje drugi plasiraju	67	19,2	64	22
Ne koristim društvene mreže	16	4,6	28	9,6

Društvene mreže koristim za:				
	Studenti novinarstva		Novinari	
	Broj	%	Broj	%
Za praćenje događaja, kao izvor podataka	277	34,00%	206	17,60%
Kao kanal promocije sopstvenog rada	92	11,30%	103	8,80%
Kao izvor ideja za svoje priloge	64	7,90%	114	9,70%

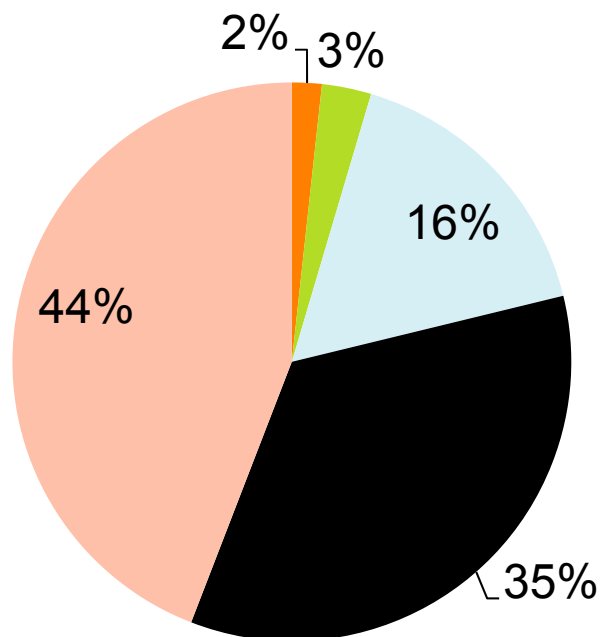


➔ Rezultati - studenti

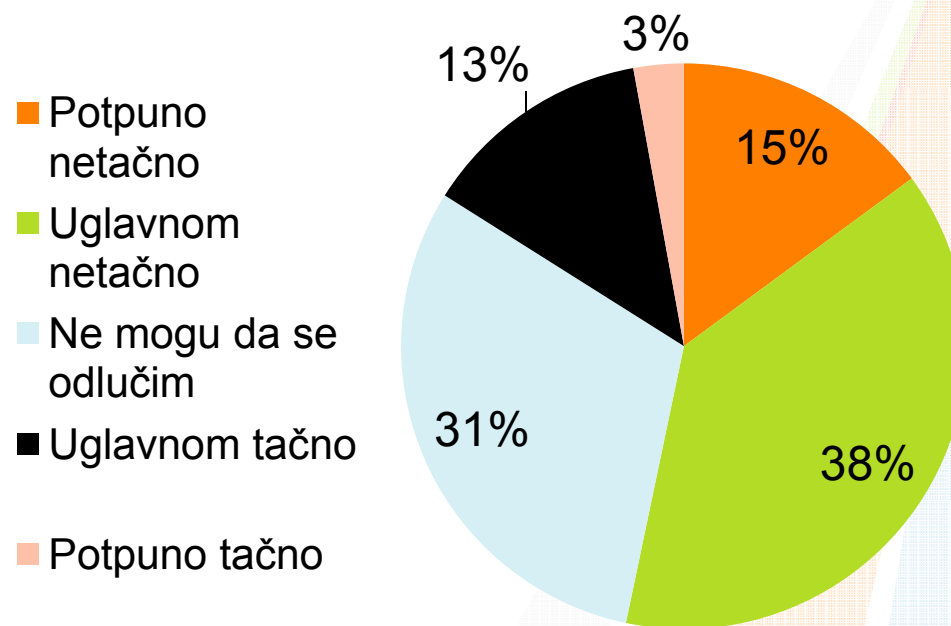
- 79,1% najčešće informiše preko interneta
- DM, televizija
- Najveći uticaj internet i dnevna štampa
- Najmanji televizija

➔ Rezultati - studenti

Mediji imaju istaknutu društvenu ulogu u demokratskom društvu.

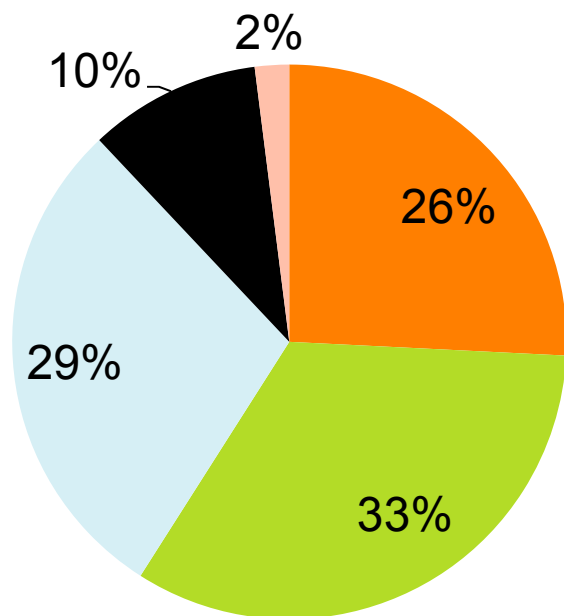


Mediji u Srbiji ispunjavaju svoju ulogu u društvu.



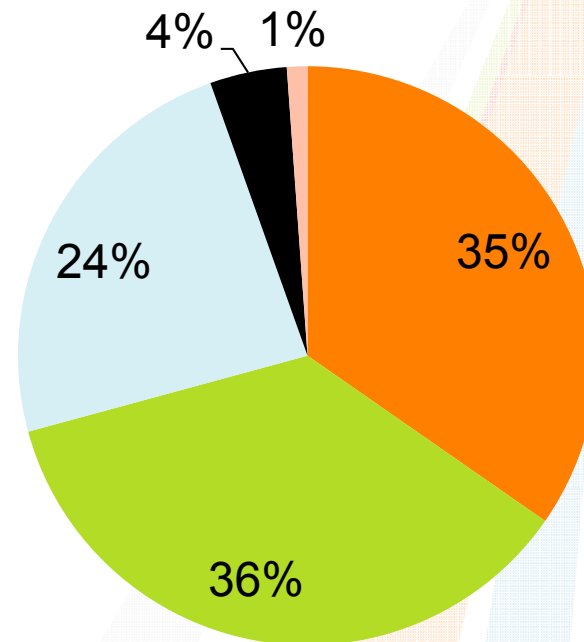
➔ Rezultati - studenti

Građani Srbije iz medija dobijaju dovoljno kvalitetnih informacija.



- Potpuno netačno
- Uglavnom netačno
- Ne mogu da se odlučim
- Uglavnom tačno
- Potpuno tačno

U Srbiji se ceni kvalitetno i profesionalno novinarstvo.



➔ Rezultati - novinari

- 291 - 167 ispitanica (57,4%), 124 (42,6%) ispitanika
- Po 30,9% štampani i onlajn mediji, 21% elektronski, 17,2% nešto drugo
- Prosek godina staža 16,8 godina

Najčešće se informišem o aktuelnostima iz:		
	Broj	%
Isključivo tradicionalnih	1	0,3
Više iz tradicionalnih, manje iz novih medija	21	7,2
Podjednako iz tradicionalnih i novih medija	131	45,0
Više iz novih, manje iz tradicionalnih medija	112	38,5
Isključivo iz novih medija	26	8,9
Ukupno	291	100,0

➔ Rezultati - novinari

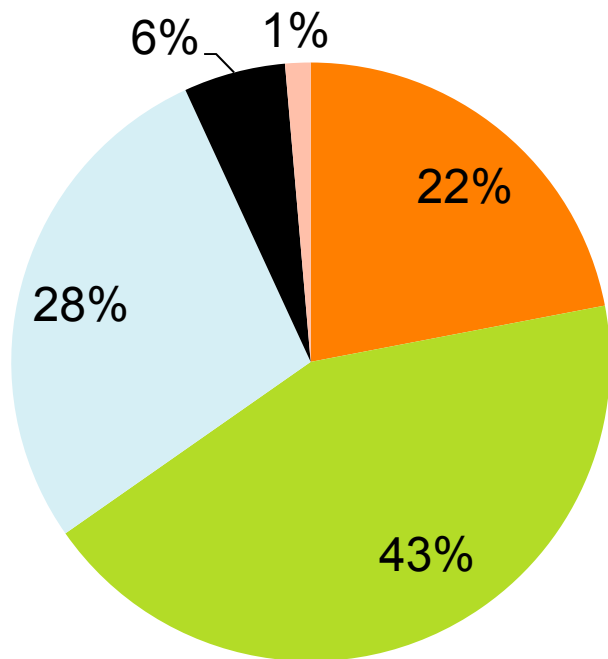
- 85,2% misli da su osposobljeni da jedan sadržaj planiraju na više medijskih platformi
- 7,2% veoma često piše blog, 65,6% nikada nije pisalo

Na kojim društvenim mrežama imate nalog?			
	Odgovori		% slučajeva
	Broj	%	
Facebook	214	31,00%	74,00%
LinkedIn	150	21,70%	51,90%
Twitter	147	21,30%	50,90%
Google +	110	15,90%	38,10%
Instagram	37	5,40%	12,80%
Ne koristim društvene mreže	33	4,80%	11,40%
Ukupno	691	100,00%	239,10%



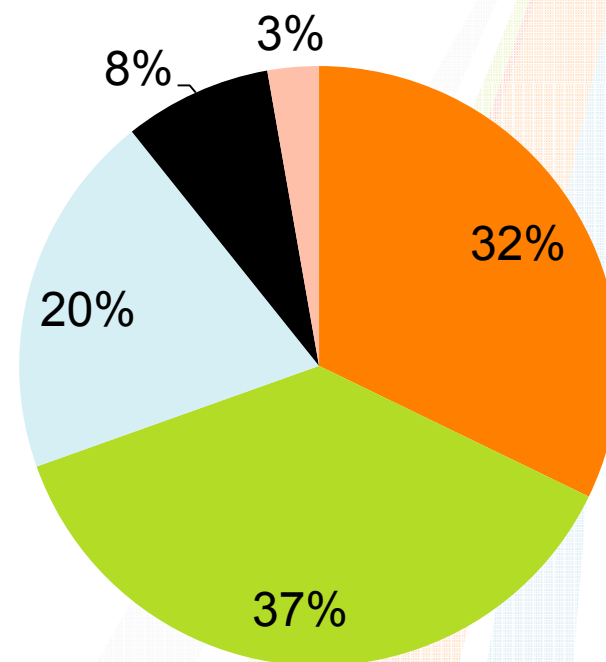
Rezultati - novinari

**Mediji u Srbiji poštuju svoje
konzumente**



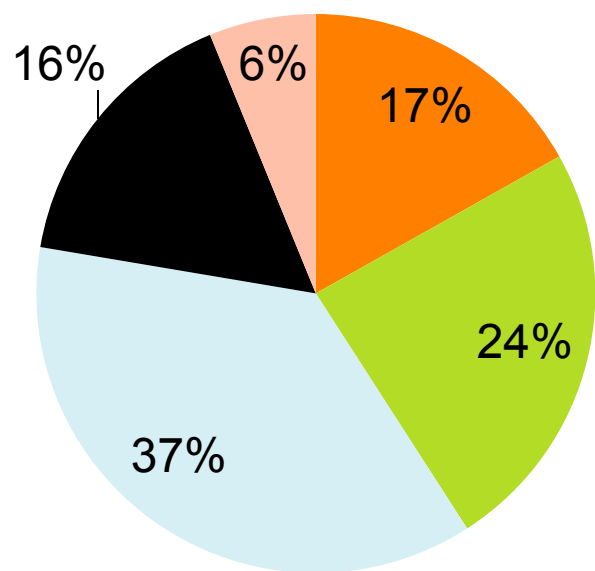
**Građani Srbije razlikuju
tabloidno od profesionalnog
novinarstva.**

- Potpuno netačno
- Uglavnom netačno
- Ne mogu da se odlučim
- Uglavnom tačno
- Potpuno tačno

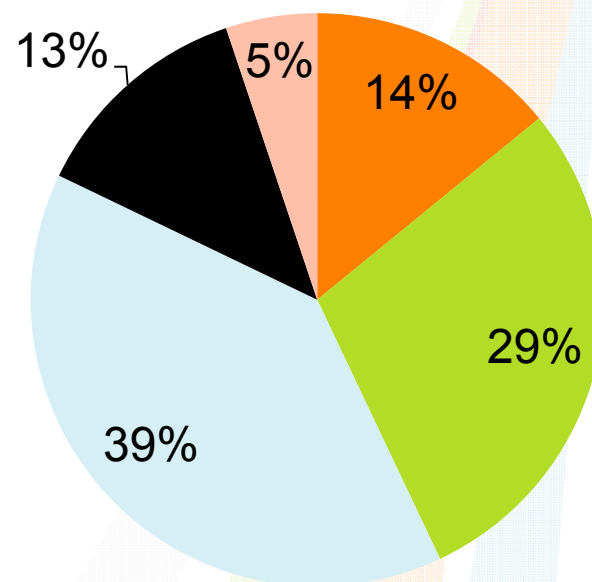


➔ Rezultati - novinari

Vesti prikupljene na društvenim mrežama su uglavnom zabavnog sadržaja.



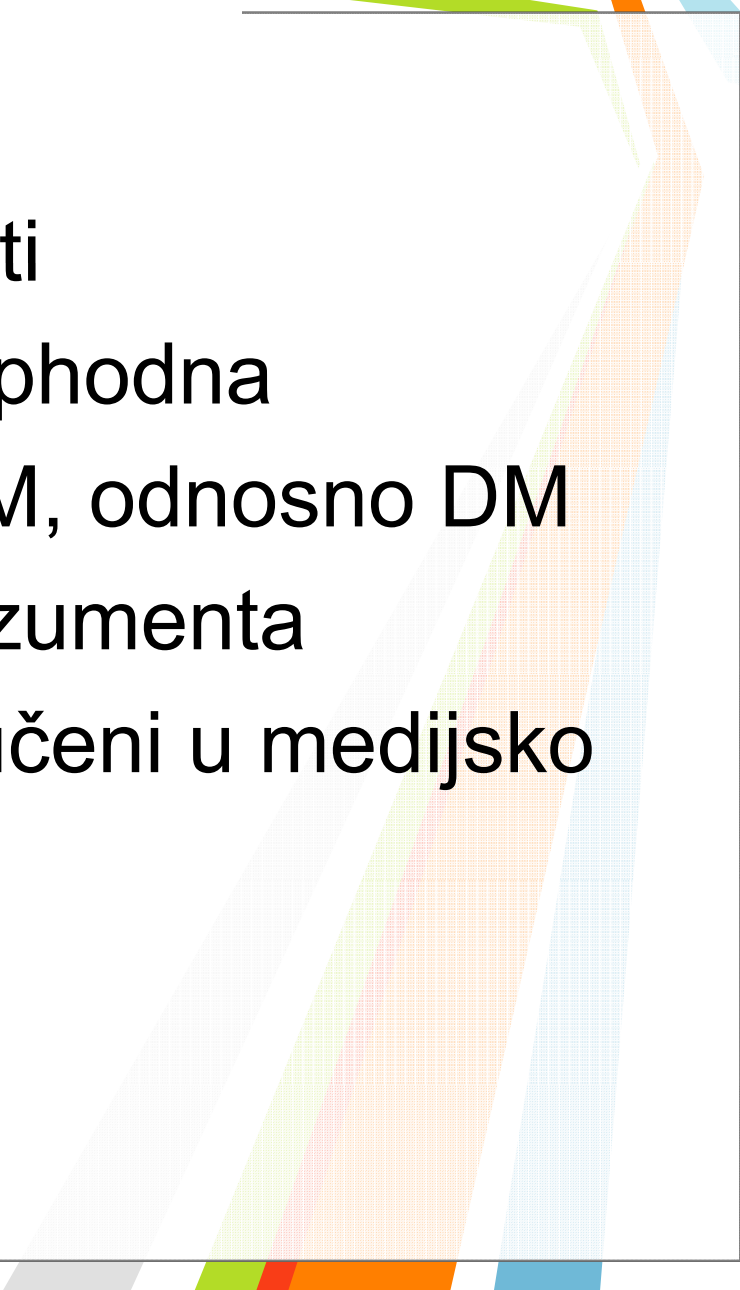
Informacije na društvenim mrežama relevantne su koliko i u drugim medijima.



- Potpuno netačno
- Uglavnom netačno
- Ne mogu da se odlučim
- Uglavnom tačno
- Potpuno tačno



➔ **Zaključak**

- Prived medijske pismenosti
 - Edukacija svih grupa neophodna
 - Edukacija o korišćenju NM, odnosno DM
 - Osveščivanje o moći konzumenta
 - Mediji treba da budu uključeni u medijsko opismenjavanje
- 



**Hvala na
pažnji!**