

## Istraživanje

# Mladi i mediji

Filip Gospodnetić i Domagoj Morić

### Sažetak

Odnos mladih i medija vrlo je bitan u poboljšanju položaja mladih u društvu i borbi protiv problema kao što su nezaposlenost, korupcija, socijalna isključenost i nedostatak strategije prema mladima. Ovo istraživanje, koje je obuhvatilo 11 zemalja jugoistočne Europe, nastojalo je utvrditi temeljne probleme vezane uz zastupljenost mladih u medijima, njihovu percepciju o medijima, informiranost, sposobnost kritičkog promišljanja i medijsku pismenost. Glavni ciljevi istraživanja bili su ispitati važnost medija za mlade, pojavnost i način prezentiranja mladih u medijima, obrasce korištenja te utvrditi stajališta različitih dionika. Nadamo se da će istraživanje služiti kao polazište budućim istraživanjima o medijima i mladima, medijske pismenosti te potaknuti povećanje svijesti o problemima mladih i njihovom uključenju u društveni razvoj.

### Mladi i mediji: kontekst

Mladi, definirani strategijama kao populacija od 15 do 30 godina, posjeduju golem potencijal u kontekstu društvenog razvoja, političke participacije i aktivnog građanstva. Unatoč tome, u njihovom se društvenom djelovanju pojavljuju brojne prepreke, poput korupcije, nezaposlenosti, socijalne marginalizacije, nedostatka integracije i nepostojanja konkretne i jasno definirane strategije prema mladima. Ključnu ulogu u prevladavanju tih prepreka imaju mediji, čija je sloboda ujedno i jedan od preduvjeta demokratskog društva.

Prema analizama Freedom House-a, IREX-a i organizacije Reporteri bez granica, mediji u Hrvatskoj su djelomično slobodni, što znači da postoje zakoni koji bi trebali jamčiti slobodu izražavanja i slobodu medija, ali ponekad dolazi do poteškoća u njihovoj implementaciji. Glavni je problem nedovoljna društvena svijest o slobodi medija. Kada govorimo o odnosu mladih i medija, bitni su faktori poput zastupljenosti mladih u medijima, mogućnosti da sudjeluju u kreiranju medijskih sadržaja i razine medijske pismenosti.

### Strategije

Medijska pismenost, kao značajan aspekt razvoja demokratskog društva u hrvatskom školstvu, potpuno je zapostavljena. Kada se govori o strategijama vezanima za medijsku pismenost mladih, u *Nacionalnom okvirnom kurikulumu za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje* mediji se spominju samo u kontekstu opće medijske kulture, ali nije predviđen rad na konkretnim područjima koja izgrađuju medijsku pismenost. Početnim korakom u tom smjeru može se smatrati uvođenje Građanskog odgoja i obrazovanja u hrvatski obrazovni sustav, čime je ostvaren napredak u pogledu kritičkog razumijevanja i komunikacijskih vještina. Ipak, Građanski odgoj je još u eksperimentalnoj fazi i njegovi će učinci biti vidljivi tek u budućnosti. Jedan od temeljnih problema mladih u Hrvatskoj je nepostojanje jasne dugoročne strategije koja se izravno odnosi na njih, uz iznimku Nacionalnog programa za mlade (trenutno je u izradi novi NPZM), koji se ne bavi odnosom mladih i medija.

## Istraživanje

Istraživanje je provedeno tijekom kolovoza i rujna 2013. godine, koristeći kvalitativne i kvantitativne metode – mrežne upitnike te polu-strukturirane intervjuje. **U istraživanju je sudjelovalo 4283 mladih, 32 predstavnika medija, 39 predstavnika organizacija mladih te sedam predstavnika medijskih organizacija.**

### Medijski sadržaj i pristup medijima

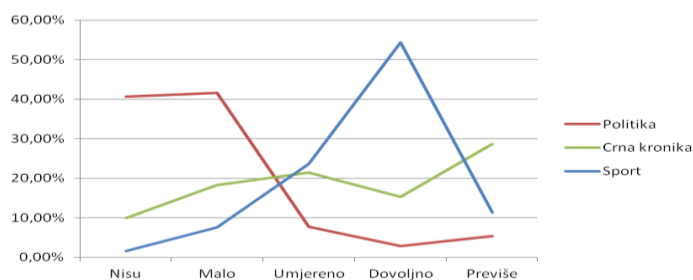
Rezultati ovog istraživanja pokazali su kako većina mladih u Hrvatskoj ima tehničku opremu potrebnu za pristup elektroničkim medijima poput televizije (98 %), radija (91,7 %), mobitela (97 %), prijenosnog računala (79,4 %) i stolnog računala (78 %). Najčešća aktivnost mladih vezana uz medije je korištenje interneta koji je preuzeo status najpopularnijeg medija, a slijede ga televizija, čitanje (mrežnih) vijesti, slušanje radija i igranje videoigara. Mlade najviše zanimaju filmovi, glazba i zabava, a najmanje prate sadržaje vezane uz ekonomiju, religiju i politiku. **Najvažnijim medijima mladi danas smatraju internet i društvene mreže jer su korisni za raznovrsne aktivnosti poput komunikacije, vlastitog izražavanja, uključenja u određene skupine, edukacije, informiranja, zabave itd.** Mladi sve više stvaraju medijske sadržaje poput audiovizualnih materijala i literarnih uradaka koje uglavnom kreiraju samostalno i objavljuju ih na internetu. Suradnja mladih i medijskih organizacija je raširena, ali bi trebala biti intenzivnija u pogledu poboljšanja medijskih kompetencija u kreiranju sadržaja. Predstavnici medija smatraju da **mediji imaju velik utjecaj na mlade, ali da taj potencijal nije dovoljno realiziran u pogledu poticanja mladih na povećanje uključenosti u društveni ili politički aktivizam.**

### Mladi u medijima

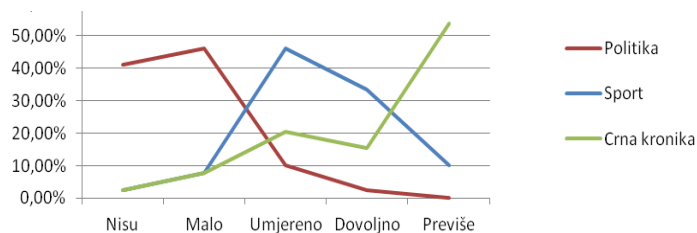
Prevladavajuće je stajalište među mladima da su podzastupljeni u medijima u temama koje se bave ekonomijom, politikom, religijom, zdravljem i okolišem. Nasuprot tome, **previše su zastupljeni u tzv. lakim temama koje su vezane uz sport, zabavu i modu.** Predstavnici medija i medijskih organizacija, novinari i urednici su procijenili da su upravo teme zabave, sporta i mode one za koje su mladi najviše zainteresirani te se

stoga i program kreira u skladu s tim. Smatraju da mlade zanimaju i teme poput obrazovanja, nezaposlenosti i društvenih problema, ali su te teme po njima neadekvatno obrađene i nedovoljno zastupljene. Većina novinara i predstavnika medijskih organizacija misli da su mladi dovoljno zastupljeni u medijima, ali su nedovoljno uključeni u stvaranje medijskih sadržaja. Organizacije mladih nastoje popraviti ovakvu situaciju uključivanjem mladih u različite aktivnosti, ali naglasak je pretežito na sportskim, obrazovnim i zabavnim sadržajima, dok su teme o politici, ekonomiji, religiji i medijskoj pismenosti podzastupljene. Mladi smatraju da ih se **u medijima često nepravedno prikazuje kao devijantne, netolerantne, nezainteresirane i nasilne.**

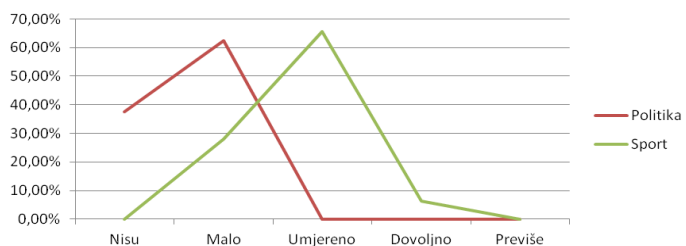
Graf 1. Prisutnost mladih u medijima: procjena mladih



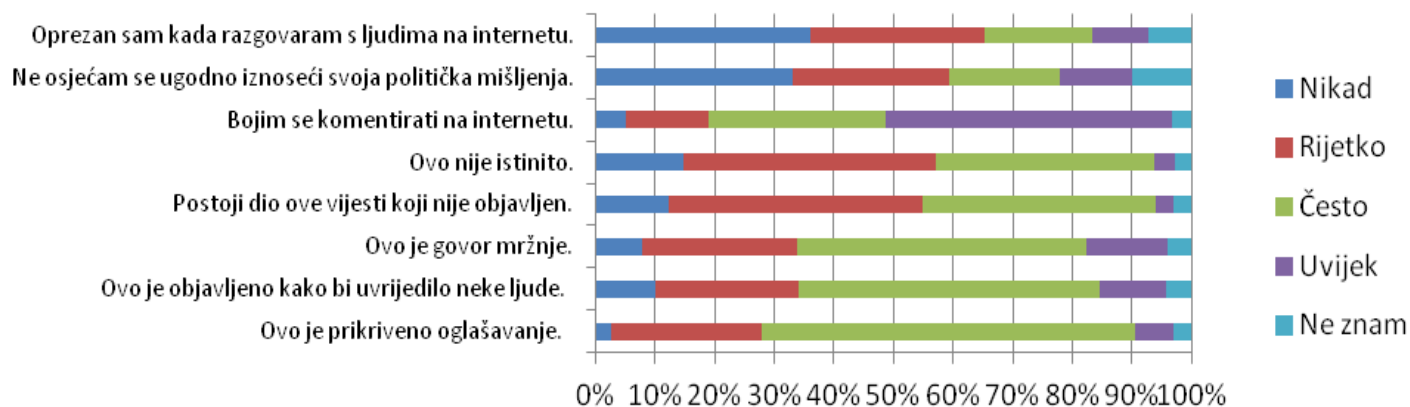
Graf 2. Prisutnost mladih u medijima: procjena organizacija mladih



Graf 3. Prisutnost mladih u medijima: procjena medija



Graf 4. Razmišljanja mladih tijekom korištenja medijskog sadržaja



### Medijska pismenost

Medijska pismenost obuhvaća korištenje vještina, kritičko razumijevanje i komunikacijske sposobnosti, koje omogućuju kritičko promišljanje o sadržaju u medijima. Istraživanje je pokazalo da gotovo sve medijske organizacije rade ili su radile na projektima usmjerenima na mlade, ali je u većini slučajeva riječ o općenitom ili aktivističkom pristupu društvenim problemima, a ne o povećanju medijske pismenosti.

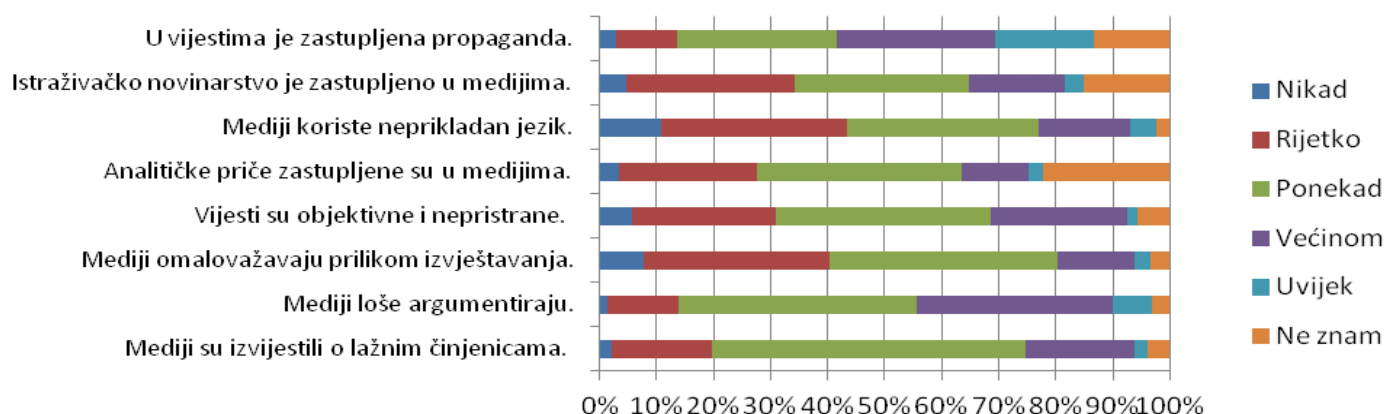
**Mladi u Hrvatskoj imaju tehničke vještine potrebne za korištenje medija, posebice interneta, ali nedostaje im svijest o društvenim problemima i aktivizmu. Kod mladih u Hrvatskoj slabo je razvijena sposobnost kritičkog razumijevanja, posebno o političkim temama, što je rezultat površnog političkog obrazovanja i nedostatka demokratske kulture, ali i nerazvijenog istraživačkog novinarstva te nedostatka kvalitetnog sadržaja u medijima. Primjeri za to su slabo prepoznavanje govora mržnje i propagande u medijima te sklonost vjerovanju medijskim izvještajima. Iako su neke medijske organizacije pokušale educirati mlade po**

tom pitanju, potrebni su sustavni napori i uvođenje sadržaja medijske pismenosti u formalni obrazovni sustav.

Iznenadjujući su podaci koji pokazuju kako **57,1 % mladih nikada ili rijetko sumnja u istinitost određene vijesti u medijima, a 54,4 % nikada ili rijetko je posumnjalo da dio vijesti nije objavljen u cijelosti.** Osim toga, pokazalo se kako su **mladi neoprezni prilikom komuniciranja na internetu s nepoznatim osobama (neoprezno je 65,2 % mladih).**

Ispitano je i povjerenje mladih u različite vrste medija. Iako mladi koriste internet i tiskane medije na dnevnoj i tjednoj bazi, oko polovice mladih ne smatra ove medije niti pouzdanima niti nepouzdanima. Ovo pokazuje kako su mladi neodlučni i nemaju kritičkog stava prema tim medijima. S druge strane, **društvene mreže smatraju se nepouzdanima i netočnima, ali radio i televizija, čiji se sadržaj manje koristi nego sadržaj na internetu, smatraju se pouzdanima i točnima.**

Graf 5. Percepcija karakteristika medija od strane mladih



## Preporuke

1. **Uključiti mlade u rad s medijima** i poboljšati suradnju medija i organizacija mladih.
2. Realističan prikaz mladih umjesto dosad uvriježenog negativnog pristupa i veće **uključivanje mladih u teme poput politike, obrazovanja, gospodarstva, okoliša, zdravlja i religije**.
3. **Povećanje broja neformalnih edukacija i seminara za mlade (ali i za nastavnike, novinare te predstavnike medijskih organizacija) na temu medijske pismenosti za mlade**.
4. **Medijske organizacije trebaju posvetiti više pažnje analizi kvalitete medijskog sadržaja** i zagovarati poboljšanje medijske pismenosti i kritičkog pristupa.
5. Na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini, **potrebno je izraditi dugoročnu strategiju koja se bavi mladima i medijima**. Pritom treba staviti naglasak na izgradnju medijske pismenosti među mladima i edukaciju novinara za stvaranje istraživačkih sadržaja.
6. **Uključiti medijsku pismenost u kurikulum formalnog obrazovnog sustava** (primjerice, kroz niz različitih predmeta u obrazovnom sustavu – međupredmetno) te osigurati financijska sredstva za edukaciju nastavnika o toj temi.

## Youth & Media

Inicijativa „Mladi i mediji” obuhvaća organizacije civilnog društva iz 11 zemalja s područja jugoistočne Europe, kojima je cilj kroz implementaciju regionalnog istraživanja i uspostavljanja mreže organizacija koji se bave mladima, odgovoriti na pitanja vezana uz mlade i medije. Inicijativa ima za cilj utvrditi potrebe mladih i mogućnosti koje im se pružaju putem medija, povećati suradnju i komunikaciju između mladih i medija, povećati prisutnost pitanja ključnih za mlade, kao i ojačati kapacitete organizacija mladih i za mlade da razviju svoje vlastite medije i učinkovito koriste postojeće. Također, cilj je inicijative definiranje percepcije mladih, medija, medijskih organizacija te organizacija mladih o razini, količini i sadržaju u kojima su prisutni mladi te poticanje mladih na aktivnosti koji će osigurati medijsku pokrivenost tema koje su važne mladima.

## FORUM ZA SLOBODU ODGOJA

Forum za slobodu odgoja organizacija je civilnog društva aktivna u Hrvatskoj od 1992. godine, registrirana 1998. g. prema Zakonu o udrugama. Temeljni cilj Foruma je implementacija obrazovnih standarda suvremenih demokratskih društva u hrvatski obrazovni sustav. Članovi Foruma su obrazovni stručnjaci, iskusni eksperti i akademici, profesori i učitelji, roditelji, studenti i učenici koji su zainteresirani za unapređenje i razvoj obrazovanja. U posljednjih 21 godinu svog rada glavne aktivnosti uključuju kreiranje i provedbu edukacijskih programa za metodičku izobrazbu nastavnog osoblja, nenasilno rješavanje sukoba, zdravstveno obrazovanje, integralno građansko obrazovanje, stipendiranje učenika, te usavršavanje u metodici poučavanja. Forum za slobodu odgoja član je „European Forum for Freedom in Education”, mreže „Street Law”, „RWCT International Consortium”, „Network of Education Policy Centers” te Koordinacije udruga za djecu.

Mrežna stranica: [www.fso.hr](http://www.fso.hr) | FACEBOOK: Forum za slobodu odgoja | TWITTER: [www.twitter.com/fsohr](https://twitter.com/fsohr)

*Ovim putem htjeli bismo zahvaliti Kristijanu Kovačiću, volonteru Foruma i asistentu na izradi ovog dokumenta, kao i Ani Vrbičić za iznimno uloženi trud i savjete.*