



OBRAZOVANJE



PRILIKE ZA SUDJELOVANJE  
I GRAĐANSKI AKTIVIZAM



RAVNOPRAVNOST



ZAPOŠLJAVANJE



MOBILNOST



PITANJA  
ŽIVOTNE SREDINE

MLADI U BIH DANAS

**SCHÜLER  
HELFEN  
LEBEN**

*Znanje je strateški resurs svakog društva, a društvo znanja je društvo budućnosti.*



## MEDIJI, IZMEĐU POLITIČKOG I JAVNOG INTERESA

Studenti pet banjalučkih fakulteta uglavnom se informišu putem internet portala, ali ipak najviše vjeruju informacijama koje dobiju sa televizije. Niko od njih medijima ne vjeruje u potpunosti, tvrde kako interesne grupe kontrolišu medije. Uvođenje medijske pismenosti u obrazovni sistem doprinijelo bi boljem razumijevanju medijskih sadržaja.



**Biljana Kovačević**  
Magistar socioloških nauka  
i doktorant na Fakultetu  
političkih nauka na  
Univerzitetu u Banja Luci  
29.10.1981.  
Banja Luka  
bilja.kovac@gmail.com

**SCHÜLER  
HELFFEN  
LEBEN**

# MEDIJI, IZMEĐU POLITIČKOG I JAVNOG INTERESA

**U**kupno 145 studenata Filozofskog, Filološkog, Prirodno-matematičkog, Arhitektonsko-građevinskog, te Fakulteta političkih nauka iz Banja Luke, učestvovalo je u istraživanju o medijskoj pismenosti. Pitani su koje medije najčešće prate, da li im vjeruju i na koji način koriste medijske sadržaje?

Najveći broj ispitanika izjavio je da dnevno medijima posveti od jedan do pet sati, dok je čak 5% kazalo kako uopšte ne prati medije (Tabela 1).

Vrijeme	Procenat
od 1 do 5 sati	62
do 1 sat	32
do 10 sati i više	1
uopšte ne čitam/gledam	5

Tabela 1: Koliko vremena posvećujete medijima?

Najviše studenata se informiše preko internet portala, dok najmanje to čini putem dnevnih novina i časopisa (Tabela 2). Najveći broj ispitanika izjasnio se da prati više različitih programa u medijima. Tako informativni, sportski i zabavni program prati identičan broj ispitanika – po 12%, dok ih najmanje prati kulturno-obrazovni program - 10%.

Medij	Procenat
portal	51
televizija i radio	31
blog, društvene mreže	12
novine i časopisi	6

Tabela 2: Mediji koje najčešće pratite?

Kao razloge zašto vjeruju određenom mediju, 38% ih je kazalo da je to zbog toga što je u pitanju „tradicionalni medij“. Dok 31% ispitanih određenim medijima vjeruju zato što su „brzi i moderni“. Za uređivačku politiku određene medijske kuće kao razlog povjerenja opredijelilo se 26% ispitanih, a najmanji procenat, njih 5%, određenom mediju vjeruju zato što imaju povjerenje u urednike, novinare i autore koji rade u tim medijima.

Medij	Procenat
televizija	49
portali	26
novine	10
društvene mreže, blogovi	9
radio	6

Tabela 3: Kojim medijima najviše vjerujete?



Na pitanje kojim medijima najviše vjerujete, većina je odgovorila da najviše vjeruje televiziji, a najmanje povjerenja imaju u društvene mreže i radio (Tabela 3).



*Kada je riječ o osnovama profesionalnog novinarstva, za 49% ispitanih je najvažnije da se izvještava objektivno, istinitost je najvažnija za 38% ispitanih, dok ih 13% smatra da je najvažnije ispoštovati princip "dvije strane", kao jedan od osnovnih principa profesionalnog izvještavanja.*

Stav	Procenat
uzimam s rezervom	60
djelimično vjerujem	32
uopšte ne vjerujem	8
vjerujem upotpunosti	0

*Tabela 4: Da li vjerujete informacijama u medijima?*

Većina ispitanika smatra da su strani mediji programski i produkcijiski mnogo kvalitetniji od domaćih. Kada je riječ o domaćim medijima, 21% ih smatra da su javni servisi profesionalniji od privatnih, a 11% mišljenja je da privatni mediji uopšte nisu edukativni i da im je jedina svrha sticanje profita. Većina ih smatra i da ne uočava razliku u izvještavanju domaćih i stranih medija, kao ni između državnih i privatnih, te da su isti principi na kojima funkcionišu.

Govoreći o povjerenju u informacije koje se plasiraju putem medija, niko od ispitanih ne vjeruje im u potpunosti (Tabela 4).

Na pitanje *Kako posmatrate sadržaje u medijima?* većina se izjasnila da želi da se informiše i nešto nauči (Tabela 5).

Za većinu ispitanika najvažnije je da informacije u medijima budu informativne, dio ih pak smatra da je najvažnije da budu zabavne, a za 28% navažnije je da su zadovoljeni osnovni standardi novinarske etike.

Stav	Procenat
da se informišem i nešto naučim	42
posmatram ih kritički	31
da se zabavim	16
potpuno pasivno	11

*Tabela 5: Na koji način posmatrate sadržaje u medijima?*

Na pitanje u kojoj mjeri vam je važno da informacije koje čitate/gledate u medijima zadovoljavaju osnovne standarde profesionalne etike, većina kaže da im je to važno, ali nije presudno.

Više od polovine ispitanih (53%) odgovorilo je da ponekad praktikuje da provjerava informacije koje sazna iz medija, 34% ih se izjasnilo da to radi uvijek, 12% rijetko, dok 1% ispitanih to ne čini nikad. Na pitanje ko je najviše odgovoran za informacije koje se plasiraju u medijima, većina vjeruje da su to direktori i vlasnici medijskih kuća, a najmanje ih smatra da su to gledaoci i čitaoci – (Tabela 6)

Stav	Procenat
direktori i vlasnici	43
urednici i novinari	23
tržište	20
ne mogu da procijenim	8
gledaoci i čitaoci	6

*Tabela 6: Ko je najviše odgovoran za sadržaj koji se plasira u medijima?*

Čak 78% ispitanih smatra da mediji zagovaraju političke interese, a 8% je sigurno da zagovaraju nečije interese, ali ne može da prepozna čije. Isto toliko ispitanih se izjasnilo da nije sigurno, a 6% smatra da mediji zagovaraju interese određene ekonomske strukture.

Većina smatra i da je osnovna svrha medija informisanje javnosti, 13% da uspostavljaju i promovišu moć, a isto toliko ih tvrdi da je osnovna svrha medija ostvarivanje profita.

Da je promocija stavova vlasnika osnovna svrha medija zaokružilo je 9% ispitanih, a 6% ne može da procijeni.

54% ispitanih smatra i da je razvijen osjećaj za kritičko promišljanje preduslov koji je neophodan da bi se na pravi način razumjele medijske poruke, 23% ih smatra da je to opšte obrazovanje, 14% da je taj preduslov medijska pismenost, a da nije ništa od navedenog zaokružilo je 9% ispitanika.

Većina studenata je iskazala interesovanje za izučavanje medijske pismenosti (Tabela 7). Odgovarajući na pitanje zašto je za mlade važna medijska pismenost, 63% smatra da ona omogućava kritičko i analitičko posmatranje zbivanja u društvu, 12% da razvija komunikacijske vještine, 11% da omogućava aktivniji odnos publike prema medijskim sadržajima, 8% smatra da medijska pismenost omogućava da se prepozna medijska cenzura, a 6% se izjasnilo da omogućava da se prepozna pristrasnost.

Stav	Procenat
da	40
ne	39
nisam siguran/a	21

Tabela 7: Da li ste zainteresovani za izučavanje medijske pismenosti?

Na pitanje da li ste, i na koji način, izučavali medijsku pismenost ispitanici su odgovorili da jesu u okviru nekih predmeta u školi/fakultetu ili putem projektnih aktivnosti mimo obrazovnog sistema. Njih 23% se izjasnilo da nije izučavalo medijsku pismenost.

Studenti uglavnom smatraju kako medijska pismenost treba da bude dio formalnog obrazovanja na fakultetima/školama (Tabela 8). Također, smatraju i da je potrebno više projekata koji promovišu medijsku pismenost, uvođenje medijske pismenosti u obrazovni sistem, te edukacija profesora i nastavnika.

Stav	Procenat
kao dio formalnog obrazovanja u školama/fakultetima	57
kao dio neformalnog obrazovanja odraslih	24
kao dio neformalnog obrazovanja djece	19

Tabela 8: Na koji način mladi treba da razvijaju medijsku pismenost?

Izjašnjavajući se o načinu na koji medijska pismenost treba da bude dio obrazovnog sistema ispitanici su bili dosta podijeljeni. Tako 31% ih smatra da medijska pismenost treba da bude redovan predmet



Odgovarajući na pitanje šta smatraju pod medijskom pismenošću 52% se izjasnilo da je to sposobnost kritičke analize sadržaja, 23% smatra da su to komunikacijske i prezentacijske vještine, 22% da je medijska pismenost ključna kompetencija 21. vijeka, a 3% da medijska pismenost podrazumijeva poznavanje tehnoloških dostignuća.

u srednjoj školi, 29% da se treba izučavati kao izborni predmet na fakultetima, a 14% nije sigurno da medijska pismenost treba da bude dio obrazovnog sistema.

Da medijska pismenost ne treba da bude dio obrazovnog sistema mišljenja je 13% anketiranih, 8% smatra da se treba izučavati i u osnovnoj i srednjoj školi, a 5% smatra da se treba izučavati u osnovnoj školi.



*Većina ispitanika smatra da je medijsko obrazovanje uslov za aktivnu participaciju u društvenim procesima i da je to neophodno za razvoj kritičkog mišljenja.*

## Diskusija rezultata

Ovo istraživanje potvrđuje da mladi, u ovom slučaju studenti Univerziteta u Banjoj Luci, u velikoj mjeri posvećuju vrijeme medijima. To uvećava mogućnost da ih mediji programiraju, ali i otvara priliku da se postavi pitanje značaja medijske pismenosti za mlade kako bi bili sposobni da na kritički način dekodiraju medijske sadržaje.

Vidljivo je da ispitanici sve više koriste nove medije, koji traže interaktivniji odnos i komunikaciju između primaoca i pošiljaoca poruke, a samim tim viši nivo medijske pismenosti. Zanimljivo je da se mladi najčešće informišu putem portala, ali da ipak, najviše vjeruju televiziji kao tradicionalnom mediju. Ovaj podatak može biti značajan za tradicionalne medije koji treba da se prilagode novim trendovima izvještavanja kako bi držali korak s novim medijima.

Iz istraživanja zaključujemo i da mladi prate različite programe, ali i da izostaje kritičko sagledavanje i analiza sadržaja. Najmanje ih prati kulturno-obrazovne sadržaje, što znači da im edukacija putem medija nije prioritet. Ipak, podatak da se gotovo polovina ispitanih izjasnila da putem medija želi da se informiše i nešto nauči, pokazuje da postoji značajan prostor za medijsku edukaciju.

Predmet posebnih istraživanja svakako bi trebalo da bude povjerenje mladih u medije, jer mladi u većini slučajeva informacije u medijima uzimaju s rezervom ili im uopšte ne vjeruju. Razlog za ovako izraženu sumnju u medije možemo tražiti u opšteprihvaćenoj činjenici da su mediji u BiH politizovani.

Istraživanje je pokazalo da mladi prepoznaju uticaj političke i vlasničke strukture i ekonomskog faktora u funkcionisanju medija, pa su zbog toga skloni da provjeravaju informacije. Međutim, ostaje nejasno zašto onda smatraju da su mediji prevashodno u službi informisanja, dok je promocija stavova vlasničke strukture u drugom planu.

Zabrinjavajući je podatak da većini mladih nije presudno poštovanje standarda profesionalnog izvještavanja. Na taj način su potpuno udaljeni od suštine medijskog izvještavanja.

Iako su sigurni da je za razumijevanje medijskih sadržaja neophodno kritičko promišljanje i da je to suština medijske pismenosti, značajan procenat nije zainteresovan za izučavanje medijske pismenosti. Ovo navodi na zaključak da je prvo neophodna edukacija o značaju medijskog obrazovanja. Kao posebno značajan može se uzeti podatak da većina, ipak, smatra da je medijskoj pismenosti mjesto u obrazovnom sistemu.

## Zaključak

Analizirajući stavove i mišljenja studenata na Univerzitetu u Banjoj Luci o medijskoj pismenosti možemo zaključiti da je kod ispitanika prisutna fiktivna medijska pismenost.

Navode da su kritički nastrojeni prema medijima, informacije uzimaju s rezervom, provjeravaju, tvrde da sadržaj medija "čitaju" kritički, prepoznaju kako mediji uglavnom ne poštuju standarde profesionalnog izvještavanja, da na medije utiču interesne grupe, a većina ispitanih je sigurna da mediji zagovaraju, prije svega, političke interese.

Međutim, upoređujući neke odgovore primjetna je nekonzistentnost kod ispitanika, što nas upućuje na zaključak da je riječ o fiktivnoj medijskoj pismenosti. Stavovi ovih ispitanika dodatno bi mogli biti ispitani drugom metodom što zbog ograničenih tehničkih i finansijskih sredstava, nije bilo moguće provesti u ovom istraživanju.

Da nedostaje adekvatnog obrazovanja o medijskoj pismenosti potvrđuju i podaci Internews-a<sup>1</sup>, koji kažu da niti jedan od šest javnih univerziteta u BiH koji nude studijske programe novinarstva i medija, u svojim nastavnim planovima nema predmet čiji je fokus medijska pismenost.

U školama, prema važećem nastavnom planu i programu u Republici Srpskoj, medijima je posvećeno svega nekoliko časova u okviru maternjeg jezika ili predmeta Demokratija i ljudska prava.

Također, nedostaje i strateški pristup<sup>2</sup> medijskom opismenjavanju, koji treba da krene od adekvatnih zakonskih rješenja i strategija koje će precizirati ciljeve koji se žele dostići u ovoj oblasti i kako ih sprovesti. "Trenutno se medijska pismenost eksplicitno spominje u samo jednom podzakonskom aktu, te nije postavljena kao strateški cilj u oblasti informisanja, medija i komunikacija".<sup>3</sup> Može se zaključiti da u Republici Srpskoj ne postoji diskusija o konceptu medijske pismenosti koja bi omogućila kritičku evaluaciju sadržaja u medijima.

Jedna od kratkoročnijih ili dugoročnijih strategija u Republici Srpskoj trebala bi biti uvođenje medija u obrazovni sistem kako bi se iznjedrile medijski pismene generacije. Medijska pismenost treba da stvori kritički odnos prema medijskim diskursima i da se mediji shvate kao partneri u progresivnom društvenom djelovanju.



*Uzimajući u obzir nedosljednost kod ispitanika u nekim odgovorima možemo zaključiti da je potvrđena glavna hipoteza ovog rada da nedostatak medijskog obrazovanja utiče na nivo medijske pismenosti kod studenata na Univerzitetu u Banjoj Luci.*

<sup>1</sup> Internews u BiH je razvoj medijske pismenosti integrirao u USAID-ov petogodišnji „Program podrške nezavisnim medijima u BiH“. Za potrebe programske strategije preliminarno su prikupljeni podaci o zastupljenosti medijske pismenosti u nastavnim programima na fakultetima na kojima se izučavaju mediji, novinarstvo i komunikacije kroz razgovore sa predavačima/cama, kao i na seminaru koji je Internews organizirao za edukatore/ice u ovoj oblasti. (<http://www.internews.ba/aktivnost/medijska-pismenost-u-bih-model-za-razvoj-medija-i-dru%C5%A1tva>);

<sup>2</sup> U dokumentu *Strateški pravci razvoja obrazovanja u BiH, s planom implementacije 2008-2015*. ističe se da je Evropska unija kao jedno od pet osnovnih umijeća koje treba razvijati kod svake mlade osobe i odraslih odredila i informatičko-komunikacione sposobnosti. ... Međutim u ovom dokumentu se ne navodi na koji način se planira unaprijediti razvijanje informacijsko-komunikacijskih sposobnosti. (Tajić, L. *Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini, Internews u BiH, Sarajevo, 2013.*, str. 63.)

<sup>3</sup> Tajić, L. *Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini, Internews u BiH, Sarajevo, 2013.*, str. 72



Umjesto definisanja medija kao pojave opasne po društvene interese i njihovo korištenje za propagiranje lokalnih dominantnih ideologija, naše društvo bi trebalo da podrži razvoj medijskih strategija i zakona koji će omogućiti kreiranje uspješne medijske politike.

### Preporuke

Uzimajući u obzir teorijsku analizu i stavove ispitanika, donosimo šest preporuka za koje smatramo da treba da budu prioritet u oblasti medijskog obrazovanja u našem društvu i čija primjena zasigurno može doprinijeti da se popravi stanje u ovoj oblasti:

Pokrenuti diskusiju koja će ukazati na važnost medijske pismenosti za društvo u cjelini. Neophodno je da se u tu diskusiju uključe svi relevantni faktori koji imaju uticaj u ovoj oblasti – vladin i nevladin sektor, medijska industrija, pa i sama publika.

Donošenje zakona i strategija koji će definisati ovu oblast i odrediti prioritete mjere nove medijske politike.

Uvesti medijsku pismenost u obrazovni sistem u školama i na fakultetima, kao redovan ili izborni predmet, što je glavni preduslov da se, dugoročno gledano, iznjedre medijski pismene generacije.

Mediji i nevladine organizacije treba da povećaju broj neformalnih edukacija koji se tiču medijske pismenosti kroz radionice, seminare i treninge. Radionice bi trebale da obrazuju odrasle.

Osposobiti kadrove koji bi edukovali mlade.

Nadležni (resorno ministarstvo, instituti, mediji) bi trebali da finansijski podrže istraživanja koja bi pratila stanje razvoja medijske pismenosti.

### Medijska (ne)pismenost kao pozadina

Mediji u velikoj mjeri utiču na intelektualni život pojedinca i određuju njegov stav prema događajima i pojavama. Gledaoci/čitaoci, posebno mladi, nikako ne bi trebali da budu grupa koja pasivno prihvata sadržaj koji plasiraju mediji. Kako bi izbjegli intelektualnu pasivnost, mladi moraju kritički posmatrati način izvještavanja medija kako bi mogli dekodirati medijski sadržaj, prepoznati propagandu, senzacionalističko izvještavanje, nepotpune informacije, što u krajnjem slučaju predstavlja manipulisanje publikom.

Međutim, kako bi mladi razlikovali medijsku manipulaciju od profesionalnog i odgovornog izvještavanja neophodna je kontrola procesa medijskog uticaja<sup>4</sup>. Jedan od vrlo važnih faktora u tom procesu jeste medijska pismenost, koja bi trebalo da umanjí programiranje publike.

Šta je, u stvari, medijska pismenost? Pojam medijske pismenosti definisan je na konferenciji o medijskoj pismenosti 1992. godine kao sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i kritičkog ocjenjivanja medijskog sadržaja. Postoje različite definicije medijske pismenosti, ali u načelu medijska pismenost podrazumijeva različita znanja koja omogućavaju kritičko "čitanje" medijskih sadržaja.

<sup>4</sup> Više vidjeti u: *Poter, DŽ, Medijska pismenost, Klio, Beograd, 2011.*



*Društveni cilj trebalo bi da bude stvaranje medijski pismenog pojedinca koji bi kao konzument medijskih sadržaja morao kritički da ih posmatra. Na taj način pojedinac postaje aktivni član društva koji se promišljeno koristi medijima i informacijama.*



Medijska pismenost podrazumijeva sticanje saznanja o medijima, a neophodno je izučavati njihovu istoriju, produkcijska i ekonomska načela njihovog funkcionisanja, tražiti odgovor na pitanje ko posjeduje medije, kakva je koncepcija medijskog vlasništva i kako to utiče na njihov rad?

Da bi se medijski sadržaji pravilno razumjeli, potrebno je konstantno medijsko obrazovanje.<sup>5</sup> Medijima treba dati zaslužen mjesto u obrazovanju kako bi mladi bili medijski pismeni i naučili kako da kritički dekodiraju medijske poruke. Medijska pismenost treba da poduči sve, a posebno mlade, da stvore kritički odnos prema medijskim diskursima, ali i da istovremeno medije shvate kao sredstvo za izražavanje i društveni aktivizam.

Izučavanje medija u razvijenim evropskim zemljama i SAD-u dostiglo je zavidan nivo u odnosu na manje razvijene zemlje u koje spada BiH. To ne treba da iznenađuje jer se u većini razvijenih zemalja o medijima i njihovom uticaju uči već u osnovnoj školi, za razliku od BiH, gdje je proučavanje medija marginalizovano i na fakultetima. U prilog ovome ide i činjenica da kod nas ne postoji značajna literatura koja bi se, sa aspekta nauke, bavila sredstvima masovne komunikacije.

Novim tokovima u oblasti medija, kod nas su se bavile projektne publikacije koje su objavljivane nakon završetka rata 1995. godine. Kada je u pitanju istraživanje medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini, vrijedi spomenuti knjigu Lee Tajić „Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini“, koja je ocjenjena kao pionirski istraživački napor u ovoj oblasti u kojem autorica analizira trenutno stanje medijske pismenosti i istražuje kakvi su razvojni potencijali kako bi medijska pismenost u BiH bila jedan od važnih mehanizama aktivnog građanskog učestvovanja u društvenim procesima, kao što je slučaj u Evropskoj uniji.

Da bi se dobila što jasnija slika medijske pismenosti neophodno je istraživati i analizirati parcijalno sve važne segmente u ovoj oblasti. Stoga, cilj ovog rada jeste ispitati kako studenti na Univerzitetu u Banjoj Luci razumiju koncept medijske pismenosti. Namjera je utvrditi šta nedostaje mladima (studentima) da bi prepoznali faktore koji utiču na sadržaj medija, kako bi se tražio način da se stvaraju medijski pismene generacije. Jedan od načina, svakako, jeste uvođenje medija u obrazovni sistem.

---

*5 UNESKO je još sredinom sedamdesetih godina prošlog vijeka pokrenuo pitanje obrazovanja za medije. Temeljeći ideju na važnosti koju mediji imaju za društvo, zatražili su da se na međunarodnom nivou sretnu naučnici kako bi razmotrili načine uključivanja medijskog obrazovanja u školski sistem. Od potpisivanja Deklaracije o medijskom obrazovanju 1982. godine do danas koncept medijske pismenosti i medijskog obrazovanja donekle se mijenjao, ali je ostao utemeljen na osnovnoj ideji – komunikacijskim pravima koja proističu iz osnovnih ljudskih prava koja su zagarantovana dokumentima međunarodne zajednice, ponajprije Poveljom Ujedinjenih nacija o ljudskim pravima (1945) i Evropskom konvencijom o zaštiti ljudskih prava i temeljnih sloboda (1950). (Više vidjeti u: Medijska pismenost i civilno društvo, Mediacentar, Sarajevo, 2005)*

## Metodologija

### Predmet istraživanja

Predmet istraživanja se može formulirati kao precizno postavljeno pitanje: koji je nivo medijske pismenosti kod studenata na Univerzitetu u Banjoj Luci? Operacionalizacija definisanog predmeta istraživanja zahtijeva pronalazak odgovora na niz pitanja koja se mogu izvesti iz glavnog problema istraživanja, a između ostalog mogu se izdvojiti sljedeća:

- Koliko mladi posvećuju vremena medijima, i šta najčešće gledaju/čitaju?
- U kojoj mjeri vjeruju medijima, i kojim medijima najviše vjeruju?
- Šta im je najvažnije kod informacija u medijima?
- Da li u medijskom sadržaju prepoznaju osnove profesionalnog izvještavanja?
- Da li u izvještavanju prepoznaju uticaj vlasničke strukture i političke, ekonomske faktore...?
- Šta znaju o medijskoj pismenosti, i u kojoj mjeri su zainteresovani za izučavanje medija?

Za potrebe ovog istraživanja postavljena je sljedeća glavna hipoteza<sup>6</sup>: nedostatak medijskog obrazovanja utiče na nivo medijske pismenosti kod studenata na Univerzitetu u Banjoj Luci. Iz postavljene hipoteze mogu se identifikovati dvije varijable:

- Nedostatak obrazovanja - uzročna varijabla, i
- Nivo medijske pismenosti - posljedična varijabla

Polazeći od činjenice da je suština hipoteze izražena stavom koji se može provjeriti – dokazati ili opovrgnuti, tako ćemo glavnu hipotezu provjeriti pomoću indikatora koji pokazuju spoljašnje manifestacije i unutrašnje sadržaje istraživane pojave, u ovom slučaju nivoa medijske pismenosti kod studenata na Univerzitetu u Banjoj Luci.

### Metode istraživanja

Prilikom analize rezultata istraživanja korišteno je nekoliko metoda. Metoda analize pomoću koje su se na detaljan način raščlanjivale i objašnjavale cjeline koje su bile predmet analize od načina shvatanja medijskih sadržaja do medijske pismenosti.

Potom je bila zastupljena metoda dedukcije kao jedna od opštih metoda naučnog istraživanja putem koje se polazi od opštih saznanja da bi se došlo do spoznaja o posebnom i pojedinačnom.

---

<sup>6</sup> Pod hipotezom se podrazumijeva svojevrsni misaoni odgovor o predmetu istraživanja, odnosno manje ili više vjerovatna pretpostavka da postoji neka pojava kao uzrok ili kao posljedica neke druge pojave.

U navedenom istraživanju polazi se od opštih spoznaja o ulozi obrazovanja, da bi se došlo do spoznaja o uzročno-posljedičnoj vezi između obrazovanja i nivoa medijske pismenosti.

Metodom komparacije su upoređivane posmatrane varijable, odnosno obrazovanje koje utiče na nivo medijske pismenosti. Takođe, bila je zastupljena i metoda dokazivanja koja polazi od dokazivanja istinitosti određenih tvrdnji na temelju istinitosti drugih stavova ili teza za koje se zna da su istiniti ili barem vjerovatno istiniti.

U konkretnom slučaju na osnovu određenih već poznatih teza ili stavova (opštih i pojedinačnih) dokazivala se istinitost navedene hipoteze istraživanja, odnosno da nedostatak medijskog obrazovanja utiče na nivo medijske pismenosti kod studenata u Banjoj Luci.

## Tehnike istraživanja

Istraživanje stavova i mišljenja mladih o nivou medijske pismenosti kod studenata na Univerzitetu u Banjoj Luci urađeno je pomoću upitnika na prigodnom uzorku.<sup>7</sup> Ispitanici su podijeljeni u dvije starosne grupe, prva grupa od 18 do 24 godine, i druga grupa od 25 do 30 godina, a u istraživanju su bila zastupljena oba pola.

Kod ispitivanja stavova i mišljenja studenata kao tehnika prikupljanja podataka korišten je anketni upitnik. Upitnik, odnosno instrument provođenja ankete u konkretnom istraživanju, sastavljen je od pitanja zatvorenog tipa, odnosno pitanja sa unaprijed ponuđenim odgovorima koje su ispitanici, zavisno od svojih stavova i mišljenja koja se odnose na istraživačku temu, mogli da izaberu.

Upitnik se sastojao od 27 pitanja koja su raspoređena u tri osnovna dijela: uvod u upitnik, pitanja koja se odnose na opšte podatke o ispitaniku (pol, dob, fakultet koji pohađaju) i pitanja koja se tiču odnosa ispitanika prema medijima, medijskom sadržaju i medijskoj pismenosti.

Istraživanje je sprovedeno u periodu od 27. aprila do 10. maja 2014.

---

<sup>7</sup> Prigodan uzorak predstavlja niz slučajeva do kojih se u određenom trenutku jedino može doći, odnosno koji su trenutno na raspolaganju. U ovom slučaju anketirani su studenti koji su tog dana došli na predavanje.

## Literatura i reference

- Bal, F., (1997), Moć medija – mandarin i trgovac, Klio, Beograd
- Ćurgus, K. V., (2011), O medijskoj pismenosti, Ebart, Medijski arhiv, Beograd
- Fejzić Čengić, F., (2009), Medijska kultura u BiH, Konektum, Sarajevo
- Koković, D., (2007), Društvo i medijski izazovi: uvod u sociologiju masovnih komunikacija, Filozofski fakultet, Novi Sad
- Košir, M.; Zgrabljic, N. i Ranfl, R., (1999), Život s medijima. Priručnik o odgoju za medije, Doron, Zagreb
- Milić, V., (1981), Sociološki metod, Nolit, Beograd
- Negroponte, N., (1999), Biti digitalan, Klio, Beograd
- Poter, Dž., (2011), Medijska pismenost, Klio, Beograd
- Tajić, L., (2013), Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini, Internews u BiH, Sarajevo
- Veljanovski, R., (2009), Mediji i država u tranziciji, Godišnjak 2009, II deo: Novinarstvo, komunikologija, kulturologija, FPN, Beograd
- Zgrabljic Rotar, N., (Urednik), (2005), Medijska pismenost i civilno društvo, Mediacentar, Sarajevo

## Internet izvori:

- Mediji u BiH 2013. Medijske slobode, profesionalizam i izazovi, ([http://www.bhnovinari.ba/images/stories/pdf/istrazivanja/bih\\_medijske\\_slobode\\_mpr\\_2013.pdf](http://www.bhnovinari.ba/images/stories/pdf/istrazivanja/bih_medijske_slobode_mpr_2013.pdf)); (14.05.2014.)
- Medijska pismenost i novi humanizam, (<http://www.medijskapismenost.net/dokument/Medijska-pismenost-i-novi-humanizam>); (11.05.2014.)
- Medijska pismenost u Hrvatskoj, (<http://www.medijskapismenost.net/dokument/Medijska-pismenost-u-Hrvatskoj>) (11.05.2014.)
- Vrijeme je za medijsko opismenjavanje, (<http://novinar.me/index.php/drustvo/item/323-vrijeme-je-za-medijsko-opismenjavanje>); (20.5.2014)
- Medijska pismenost u BiH: model za razvoj medija i društva, (<http://www.internews.ba/aktivnost/medijska-pismenost-u-bih-model-za-razvoj-medija-i-dru%C5%A1tva>); (15.05.2014.)