



IZLOŽENOST DECE I MLADIH ŠTETNIM SADRŽAJIMA I LAŽNIM VESTIMA U MEDIJIMA

- REZULTATI ISTRAŽIVANJA -

AUTORI

DR DOBRINKA KUZMANOVIĆ

MR JELENA ŽUNIĆ CICVARIĆ

RADOVAN CICVARIĆ

Izloženost dece i mladih štetnim sadržajima i lažnim vestima u medijima

- rezultati istraživanja -

Izdavač

Užički centar za prava deteta

Za izdavača

Radovan Cicvarić

Autori

dr Dobrinka Kuzmanović

mr Jelena Žunić Cicvarić

Radovan Cicvarić

Lektura

mr Jasmina Filipović

Svi pojmovi koji su u tekstu upotrebljeni u muškom gramatičkom rodu obuhvataju muški i ženski rod lica na koja se odnose.

Izradu ovog dokumenta podržao je američki narod putem Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID), a u okviru projekta „Aktivni građani – bolje društvo: zagovaranjem ka saradnji i demokratskom razvoju Srbije“, koji realizuje BOŠ. Sadržaj dokumenta isključivo je odgovornost Užičkog centra za prava deteta i ne predstavlja nužno stavove USAID-a, Vlade SAD-a ili BOŠ-a.

SADRŽAJ

SAŽETAK.....	1
UVOD	3
1. ŠTETAN SADRŽAJ I LAŽNE VESTI	4
2. CILJ ISTRAŽIVANJA.....	7
3. UZORAK	7
4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	8
4.1. Koje medije deca i mladi koriste i koliko često	8
4.2. Koliko vremena deca i mladi provode na internetu (tokom uobičajenog radnog dana i dana vikenda).....	9
4.3. Izloženost dece i mladih štetnim sadržajima i lažnim vestima u medijima	10
4.4. U kojim medijima su mladi viđali štetne sadržaje	20
4.5. Kako se osećaju kada su izloženi štetnim sadržajima i lažnim vestima	22
4.6. Šta rade u takvim situacijama, kako se ponašaju	23
4.7. Kako izloženost štetnim sadržajima i lažnim vestima utiče na njih lično, njihove vršnjake i društvo u celini.....	24
4.8. Kako roditelji i škola reaguju u vezi sa izloženošću dece i mladih štetnim medijskim sadržajima	25
5. ZAKLJUČCI I PREPORUKE	28
5.1. Ugrožavanje prava deteta putem medija i poverenje u medije	28
5.2. Korišćenje medija i veštine medijske pismenosti	29
5.3. Izloženost dece i mladih štetnim sadržajima i lažnim vestima u medijima	31
5.4. Mediji u kojima mladi sreću štetne sadržaje i lažne vesti.....	34
5.5. Reagovanje na štetne sadržaje i lažne vesti.....	35
5.6. Ograničavanje pristupa štetnim sadržajima u porodici i školi	36
Prilog 1. Upitnik.....	38

LISTA GRAFIKONA

Grafikon 1. Struktura uzorka prema uzrastu (%)	7
Grafikon 2. Učestalost korišćenja različitih medija	9
Grafikon 3. Vreme provedeno na internetu (broj sati) tokom uobičajenog radnog dana (%)	10
Grafikon 4. Vreme provedeno na internetu (broj sati) tokom uobičajenog dana vikenda (%)	10
Grafikon 5. Procenat dece i mladih koji su tokom poslednjih godinu dana u medijima videli neki sadržaj koji je kod njih izazvao negativnu emociju	11
Grafikon 6. Procenat dece i mladih koji su u medijima sreli nepristojan i vulgaran jezik, ružne i okrutne poruke, psovke, uvrede, itd.	12
Grafikon 7. Procenat dece i mladih koji su se u medijima susreli sa obmanjujućim sadržajima i lažnim vestima.....	13
Grafikon 8. Procenat dece i mladih koji su u medijima sreli govor mržnje	14
Grafikon 9. Procenat dece i mladih koji su u medijima sreli fizičko nasilje, krv.....	15
Grafikon 10. Procenat dece i mladih koji su u medijima sreli eksplicitne seksualne i pornografske sadržaje	15
Grafikon 11. Procenat dece i mladih koji su u medijima sreli sadržaje kojima se promovišu problemi sa ishranom	16
Grafikon 12. Procenat dece i mladih koji su u medijima sreli opasno ponašanje i zastrašujuće scene ..	17
Grafikon 13. Procenat dece i mladih koji su u medijima videli iskustva drugih sa štetnim supstancama	17
Grafikon 14. Procenat dece i mladih koji su u medijima videli seksualno nasilje, seksualnu eksploataciju i zlostavljanje dece	18
Grafikon 15. Procenat dece i mladih koji su u medijima videli sadržaje kojima se promoviše prodaja ilegalne robe (npr. droge, oružja)	18
Grafikon 16. Procenat dece i mladih koji su u medijima videli terorističke sadržaje	19
Grafikon 17. Procenat dece i mladih koji su u medijima videli načine na koje čovek može sebe fizički da povredi	19
Grafikon 18. Procenat dece i mladih koji su u medijima videli načine na koje se može izvršiti samoubistvo	20
Grafikon 19. Osećanja dece i mladih isprovocirana štetnim sadržajima	22

Grafikon 20. Ponašanje dece i mladih koji su imali iskustva sa štetnim sadržajima i lažnim vestima u medijima	23
Grafikon 21. U kojoj meri štetni sadržaji utiču na decu i mlade, njihove vršnjake i društvo.....	24
Grafikon 22. U kojoj meri lažne vesti utiču na decu i mlade, njihove vršnjake i društvo	25
Grafikon 23. Uloga roditelja i škole u sprečavanju izloženosti štetnim sadržajima, stavovi i kompetencije mladih	26
Grafikon 24. Uloga škole u podučavanju veštinama otkrivanja lažnih vesti, stavovi i kompetencije dece i mladih	27

SAŽETAK

- ▶ Ispitana deca i mladi znatno češće koriste digitalne medije nego tradicionalne, štampane medije i televiziju (mobilni telefon svakodnevno koristi 99% njih). Tokom radnog dana, polovina ispitanih provodi na internetu između 2 i 4 sata, tokom vikenda skoro polovina provodi između 5 i 7 sati dnevno, neki čak i više.
- ▶ Tokom poslednjih godinu dana, 96% dece i mladih iz uzorka, prema sopstvenim izjavama, srelo je u medijima sadržaj koji ih je uznemirio, uplašio, naljutio ili izazvao neku negativnu emociju; trećina ovakav sadržaj sreće svakodnevno, a četvrtina barem jednom nedeljno.
- ▶ Mladi se u medijima najčešće sreću sa nepristojnim i vulgarnim jezikom, obmanjujućim sadržajima i lažnim vestima kojima se dezinformiše javnost u različite svrhe (skoro polovina njih svakodnevno).
- ▶ Većina mladih, oko 90%, tokom poslednjih godinu dana, sretala je u medijima govor mržnje, fizičko nasilje, eksplicitne seksualne i pornografske sadržaje, zatim opasno ponašanje i zastrašujuće scene i iskustva sa štetnim supstancama.
- ▶ Skoro tri četvrtine mladih sretalo se sa medijskim sadržajima kojima se promovišu različiti problemi u vezi sa ishranom (anoreksija, bulimija ili „inspiracija da se bude mršav“).
- ▶ Približno dve trećine mladih susrelo se u medijima sa terorističkim sadržajima i aktivnostima, seksualnim nasiljem i zlostavljanjem dece (najveći procenat je ovakve sadržaje video nekoliko puta).
- ▶ Približno polovina mladih sretala je u medijima štetne sadržaje u kojima se promoviše prodaja ilegalne robe i načini na koje može da se izvrši samoubistvo (5% svakodnevno) ili da se vrši samopovređivanje.
- ▶ Sa štetnim sadržajima najčešće se susreću u sledećim medijima: na televiziji, odnosno u rijaliti programskim sadržajima (59% svakodnevno),

u serijama i filmovima (28% svakodnevno), zatim u sadržajima koji im „iskaču” tokom pretraživanja interneta (39% svakodnevno), na veb-sajtovima odnosno onlajn novinama (36% svakodnevno), društvenim mrežama (26% svakodnevno), veb-sajtovima za deljenje fotografija (24% svakodnevno) ili na video-snimcima (24% svakodnevno).

- ▶ Većina mladih (88%) smatra da se veoma lako može pristupiti štetnim sadržajima i lažnim vestima koje se plasiraju u medijima.
- ▶ Polovina mladih izjavljuje da zna kome može da prijavi štetne sadržaje u medijima, dok skoro tri četvrtine mladih ne zna kome može da prijavi lažne vesti.
- ▶ Mladi retko spontano traže podršku i pomoć u situacijama kada su izloženi štetnom sadržaju, bilo da je reč o tehničkoj podršci ili podršci članova porodice ili prijatelja. Više od polovine nikada ne razgovara sa roditeljima o ovome.
- ▶ Većini mladih roditelji ne ograničavaju pristup štetnim sadržajima, skoro polovina izjavljuje da im ni u školi nije onemogućen pristup ovakvim sadržajima.
- ▶ Skoro dve trećine mladih (63%) smatra da plasiranje štetnog sadržaja u medijskim sadržajima namenjenim mladima predstavlja vid zloupotrebe i kršenja dečjih prava u medijima.
- ▶ Po mišljenju gotovo svih ispitanih, država bi trebalo da sankcioniše one koji šire lažne vesti.

UVOD

U ovom izveštaju prikazani su rezultati anketnog istraživanja koje je sprovedeno sa ciljem da se utvrdi u kojoj su meri deca i mladi, uzrasta 13-19 godina, izloženi štetnim sadržajima i lažnim vestima na televiziji i u štampanim medijima (novine, časopisi), kao i u digitalnim medijima, odnosno na internetu i veb-sajtovima za socijalno umrežavanje.

Istraživanje je sprovedeno tokom avgusta i septembra 2019. godine, u okviru projekta „Deca i mladi u zaštiti od štetnih sadržaja i lažnih vesti”, koji realizuje Užički centar za prava deteta. Projekat je deo šireg programa podrške civilnom društvu za javno zagovaranje i projekta „Aktivni građani – bolje društvo: zagovaranjem ka saradnji i demokratskom razvoju Srbije”, koji realizuje Beogradska otvorena škola (BOŠ) uz podršku Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID). Cilj projekta jeste unapređenje mehanizama za zaštitu dece u Srbiji od izloženosti štetnim sadržajima i lažnim vestima.

Za potrebe ovog istraživanja, sačinjen je onlajn upitnik (prilog 1) koji je distribuiran putem društvene mreže Fejsbuk i specijalno targetiran uzrasnoj grupi 13-19 godina. Upitnik je popunjavan anonimno. Pre početka popunjavanja, svaki ispitanik dao je saglasnost da želi da učestvuje u istraživanju. Na samom početku upitnika nalazila se sledeća informacija: **Popunjavanje upitnika je dobrovoljno i odnosi se na decu i mlade uzrasta 13-19 godina. Molimo te da nam potvrdiš da želiš da učestvuješ u ovom istraživanju i odgovaraš na naša pitanja, tako što ćeš označiti polje ispod.**

Izveštaj je upotpunjen autentičnim izjavama mladih nastalih tokom realizacije fokus grupa.

Zahvaljujemo se deci, mladima i saradnicima iz udruženja „Imam ideju” iz Kraljeva, „Dečiji centar” iz Zaječara, „Priatelji dece opštine Indija” iz Indije, kao i neformalnoj grupi dece i mladih iz Čačka na učešću i podršci u realizaciji projekta i istraživanja. Zahvaljujemo se i našim mladima, članovima omladinskog kluba Užičkog centra za prava deteta.

1. ŠTETAN SADRŽAJ I LAŽNE VESTI

Prisustvo štetnih sadržaja u medijskim sadržajima dostupnim deci smatra se kršenjem njihovih prava, kao i izloženost dece štetnim sadržajima i lažnim vestima. Prema odredbama Konvencije o pravima deteta, država je dužna da zaštiti decu od svih oblika nasilja, uključujući i ono koje dolazi putem medija, kao i da razvija politike i preduzme odgovarajuće mere radi zaštite dece od izloženosti štetnim sadržajima, informacijama i materijalima.

Pod **štetnim sadržajem** podrazumeva se bilo koji medijski sadržaj (npr. tekst, slika, audio ili video-snimak) koji može da naškodi psihičkom, fizičkom i moralnom razvoju maloletne osobe (Pravilnik o zaštiti prava maloletnika u oblasti pružanja medijskih usluga, 2015¹). Štetan sadržaj jeste onaj sadržaj koji prouzrokuje uznemirenost ili štetu i negativno doprinosi opštoj dobrobiti osobe. Kada govorimo o štetnom sadržaju, mislimo na različite vrste ilegalnih sadržaja, onih koji nisu primereni uzrastu korisnika i onih čiji je cilj obmanjivanje i dezinformisanje korisnika. U današnje vreme, deca i mladi, kao korisnici digitalnih medija na svakodnevnom nivou (Kuzmanović, Pavlović, Popadić i Milošević, 2019)², mogu se sresti sa neprikladnim i neprimerenim sadržajima čak i ako ciljano ne tragaju za njima. I među sadržajima čija su ciljna grupa deca, mogu se pronaći oni koji nisu primereni njihovim psihološkim i razvojnim potrebama. U kojoj će meri potencijalno štetan sadržaj biti štetan za konkretnu osobu zavisi od više faktora: uzrasta, životne dobi, osobina ličnosti, konteksta u kome se sadržaj prikazuje (da li je on pozitivan ili negativan), iskazanog stava prema sadržaju, dužine, učestalosti i intenziteta

¹<http://rem.rs/uploads/files/Pravilnici/6075-Pravilnik%20o%20zaštiti%20maloletnika%20u%20oblasti%20pruzanja%20medijskih%20usluga%20za%20sajt.pdf>

²Kuzmanović, D., Pavlović, Z., Popadić, D., & Milosevic, T. (2019). *Internet and Digital Technology Use among Children and Youth in Serbia: EU Kids Online Survey Results, 2018*. Belgrade: Institute of Psychology, Faculty of Philosophy. (In press)

izlaganja, kao i od šireg socio-kulturnog konteksta. Deca i mladi, zbog specifičnosti njihovog saznavnog, socijalno-emocionalnog i moralnog razvoja, kao i usled nedovoljno znanja i životnog iskustva, posebno su ranjiva i osetljiva grupa korisnika medija. Iako su prava deteta u pogledu izloženosti medijskim sadržajima zaštićena nacionalnim zakonima i međunarodnim konvencijama, istraživanja pokazuju da je veliki procenat dece u Srbiji (ali i u svetu) tokom konzumiranja medijskih sadržaja izložen različitim vrstama štetnog sadržaja.

Prema Kolinsovom rečniku³, **lažna vest** jeste netačna, često senzacionalna informacija koja se širi pod maskom novinskog izveštavanja. Prema široko prihvaćenoj definiciji, dve ključne karakteristike lažne vesti jesu: autentičnost (vest je provereno, dokazano lažna) i namera (postoji namera da se medijska publika obmane, odnosno dovede u zabludu) (Shu et al, 2017)⁴.

Iako se neretko može pročitati da je ljudska istorija – istorija lažnih vesti (lažne vesti datiraju od pojave prve mašine za štampanje), u današnje vreme mogućnost kreiranja i širenja lažnih vesti postala je neograničena (postoji veliki broj besplatnih alata namenjenih upravo generisanju lažnih vesti). Na internetu se može pronaći veliki broj tzv. **klikbejt naslova**, koji imaju za cilj da primame što veći broj ljudi da kliknu na vest, dok u samom tekstu stoji nešto banalno, ni približno šokantno kao što naslov „obećava” ili čak potpuno suprotno od onoga što u njemu stoji.

Osim što predstavlja ozbiljnu pretnju glavnim tekovinama modernog društva (demokratija, sloboda govora), širenje lažnih vesti zakonski je kažnjivo, odnosno predstavlja krivično delo. Zbog ogromnog broja korisnika i viralnog širenja informacija u digitalnom formatu, u eri tzv. „post-istine”, sajtovi za socijalno umrežavanje (npr. Facebook, Twitter, Instagram, itd.) posebno su pogodni za širenje lažnih vesti.

³ Termin **fake news** proglasio je za reč 2017. godine.

⁴ https://www.kdd.org/exploration_files/19-1-Article2.pdf

Nemogućnost razlikovanja „pravih vesti” od „lažnih vesti”, popularnih izvora informacija od naučnih izvora, može imati veoma nepovoljne konsekvence, kako na širem, društvenom planu, tako i na individualnom (ličnom) planu svakog korisnika digitalnih medija, a pogotovu dece i mladih koji su posebno ranjivi na ovakvu vrstu informacija.

2. CILJ ISTRAŽIVANJA

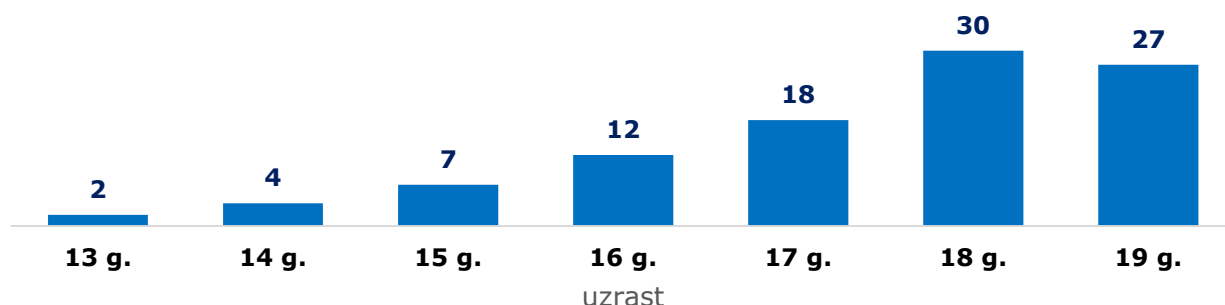
Glavni cilj ovog istraživanja bio je da se utvrdi u kojoj su meri deca i mladi u Srbiji izloženi štetnom sadržaju i lažnim vestima u medijima. Osim toga, zanimalo nas je u kojim se medijima ispitanici najčešće sreću sa ovakvim sadržajima, kako se ponašaju i osećaju u takvim situacijama, da li znaju od koga mogu da potraže pomoć i šta konkretno mogu da urade; da li ih u školi podučavaju šta su štetni sadržaji i kako bi trebalo da reaguju kada ih sretnu u medijima, itd.

3. UZORAK

U istraživanju je učestvovalo **1011** dece i mladih, uzrasta 13-19 godina, i to 250 mladića (25%) i 761 devojka (75%). Upitniku su pristupili preko društvene mreže Fejsbuk ili preko linka na koji su upućivani od strane svojih vršnjaka koji su učestvovali u fokus-grupnim intervjuima koji su prethodili anketnom istraživanju na istu temu, realizovanim u pet gradova: Užice, Zaječar, Inđija, Čačak i Kraljevo.

Iz uzorka (baze podataka) isključeni su svi ispitanici koji su popunili upitnik a imaju manje od 13 ili više od 19 godina, kao i oni u čijim je odgovorima uočena logička nekonzistentnost. Kao što se može videti na grafikonu koji sledi, 43% su deca, dok nešto više od polovine njih ima 18 ili 19 godina, odnosno punoletno je.

Grafikon 1. Struktura uzorka prema uzrastu (%)



4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

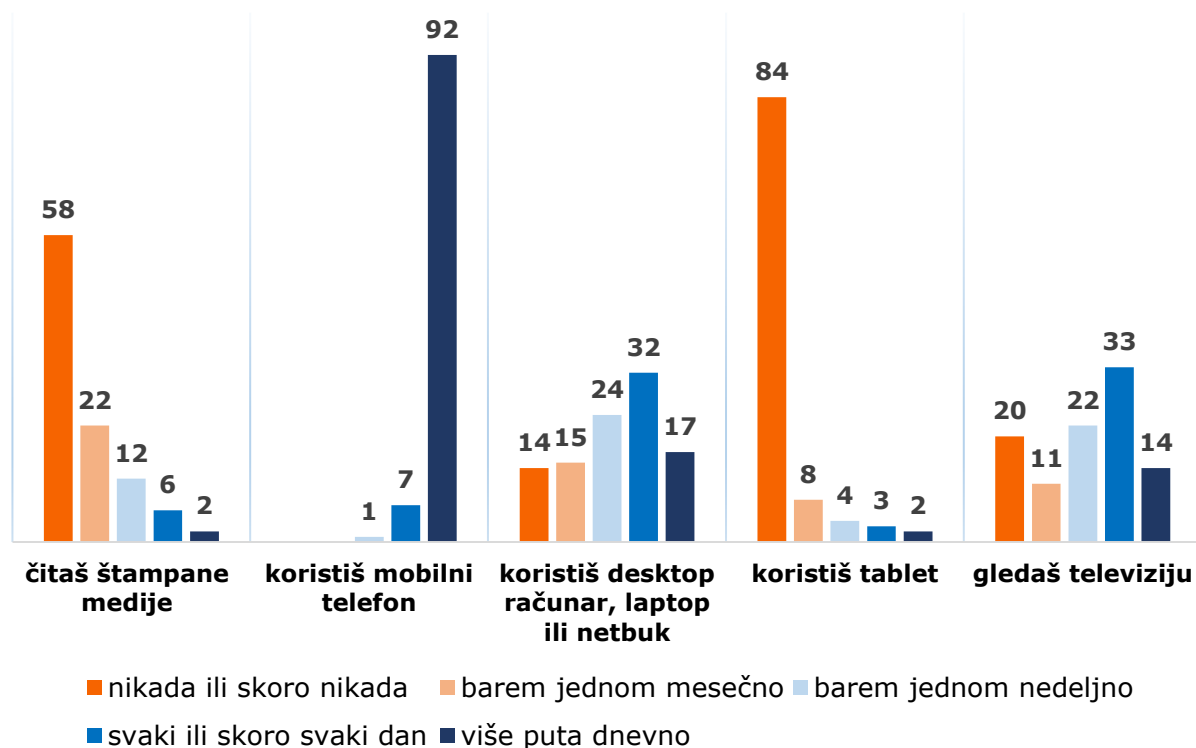
4.1. Koje medije deca i mladi koriste i koliko često

Deca i mladi koji su učestvovali u ovom istraživanju znatno češće koriste digitalne, nego tradicionalne, štampane medije i televiziju. Među digitalnim medijima, najpopularniji je mobilni telefon (gotovo svi ispitanici koriste ga svakodnevno), a najmanje popularan tablet (nikada ga ne koristi 84% ispitanika). Više od polovine mladih iz uzorka (58%) nikada ili skoro nikada ne čita štampane medije (novine ili časopise), a više od petine (22%) to radi veoma retko. Skoro trećina ispitanika (31%) uopšte ne gleda ili veoma retko gleda televiziju, dok nešto manje od polovine njih (47%) to radi svakodnevno ili skoro svakodnevno.

Novine su za matorce i penzionere. Twiter - to je za ove što su kao mnogo načitani i pametni. Instagram jeste zanimljiv, ali sigurno nije koristan, iako ga svi imamo.

Vreme koje provodim na internetu - paaa, dovoljno, iako je previše. Mogla bih po ceo dan, ali znam da je previše, pa se ponekad isključim sa neta.

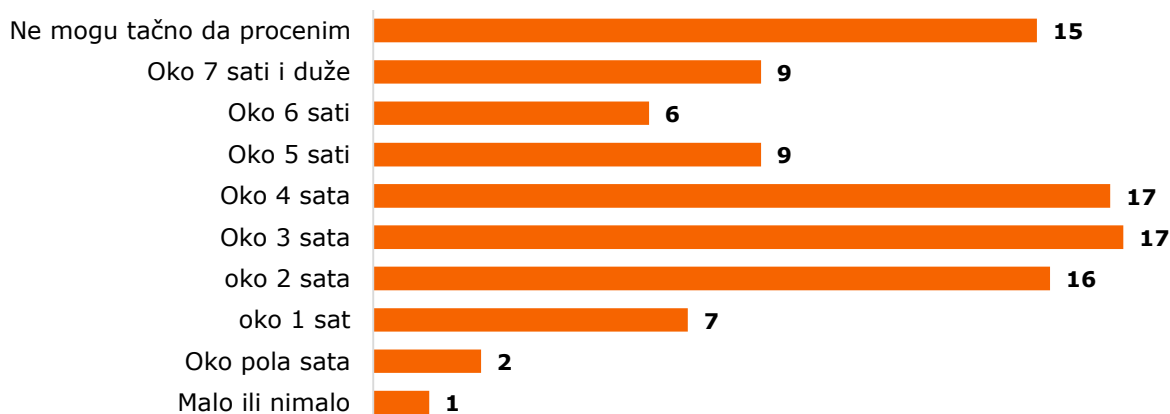
Grafikon 2. Učestalost korišćenja različitih medija



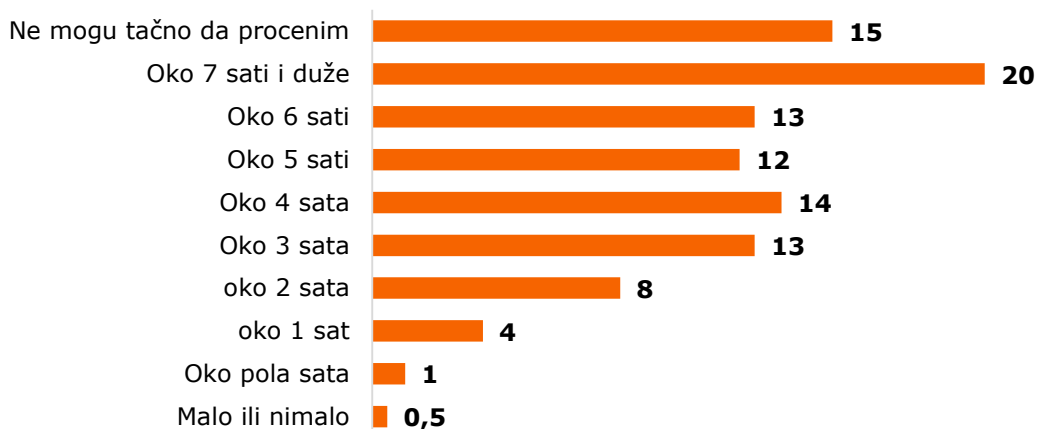
4.2. Koliko vremena deca i mladi provode na internetu (tokom uobičajenog radnog dana i dana vikenda)

Deca i mladi iz uzorka više vremena provode na internetu tokom vikenda nego tokom radnog dana. Polovina njih tokom tipičnog radnog dana na internetu provede između 2 i 4 sata, dok četvrtina njih provede između 5 i 7 sati. Tokom vikenda, skoro polovina ispitanika na internetu provede između 5 i 7 sati, pa čak i više od toga. S obzirom na to da internetu najčešće pristupaju putem ličnih, „prenosivih“ uređaja, jedan procenat učesnika ne može tačno da proceni koliko vremena dnevno provodi na internetu.

Grafikon 3. Vreme provedeno na internetu (broj sati) tokom uobičajenog radnog dana (%)



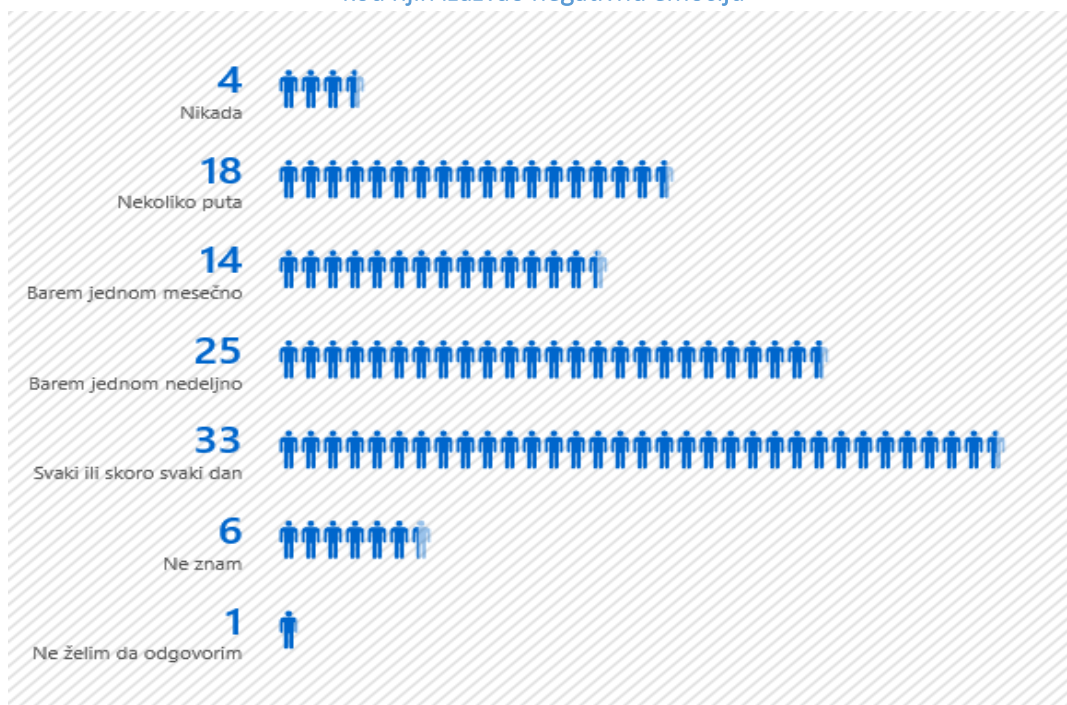
Grafikon 4. Vreme provedeno na internetu (broj sati) tokom uobičajenog dana vikenda (%)



4.3. Izloženost dece i mladih štetnim sadržajima i lažnim vestima u medijima

Tokom poslednjih godinu dana, 96% ispitanih, uzrasta 13-19 godina, sretalo je u medijima sadržaj koji im je zasmetao ili ih je uznemirio, uplašio, naljutio ili izazvao neku negativnu emociju: najveći broj, tj. trećina ispitanika, svaki ili skoro svaki dan, četvrtina barem jednom nedeljno, 14% barem jednom mesečno i 18% nekoliko puta. Samo 4% ispitanika izveštava da tokom poslednjih godinu dana medijski sadržaji kod njih nisu isprovocirali neku negativnu emociju, 6% da ne zna i 1% da ne želi da odgovori.

Grafikon 5. Procenat dece i mladih koji su tokom poslednjih godinu dana u medijima videli neki sadržaj koji je kod njih izazvao negativnu emociju



Mislim da ima više korisnih nego štetnih, ali se više obraća pažnja na štetne, pa se čini da ih ima više.

Štetan sadržaj? Onaj koji: nije primeren uzrastu, ostavlja posledice, dovodi me u zabludu, sve desnije od socijaldemokratije, traći vreme, u kojima se maltretiraju životinje, pozivanje na nasilje, krađa identiteta, brojeva kartica, nešto što može materijalno da me ošteti.

Osim ovog uopštenog pitanja, pitali smo ih koliko su često, tokom poslednjih godinu dana, u medijima sretali različite vrste štetnog sadržaja. Njihovi odgovori prikazani su na grafikonima koji slede.

Od svih vrsta štetnog sadržaja, deca i mladi se najčešće u medijima sreću sa nepristojnim i vulgarnim jezikom (ružnim i okrutnim porukama, psovka, uvredama) i obmanjujućim sadržajima (tzv. „fake news” ili lažne vesti, političko oglašavanje, manipulacija i dezinformisanje javnosti u različite svrhe). Ovim vidovima štetnog sadržaja, svakodnevno ili skoro svakodnevno, izloženo je nešto manje od 50% dece i mladih iz uzorka, jedna petina (19%)

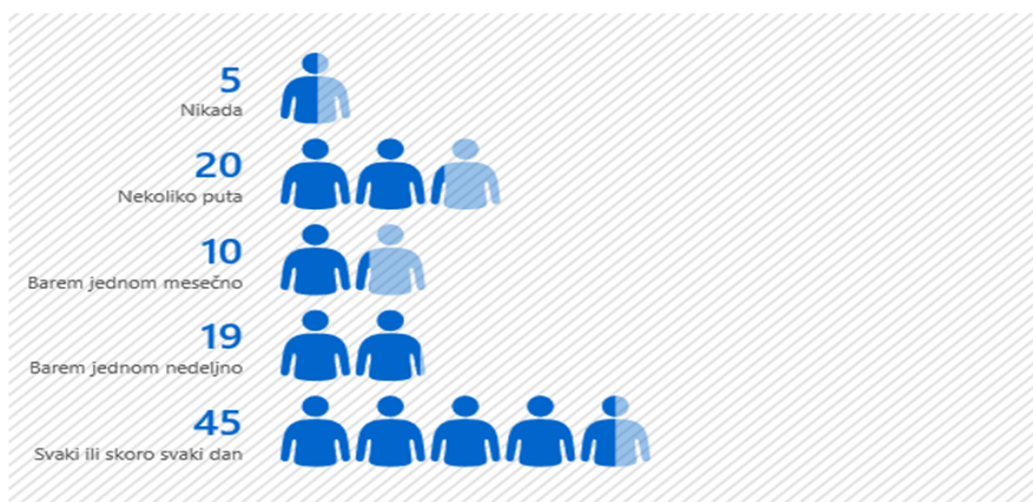
makar jednom nedeljno, a samo 5% nikada se nije susrelo sa ovakvim sadržajima.

Obmanjujući sadržaji? Prepoznanjem ih tako što počinju sa: Nećete verovati šta se desilo, Šokantno..., Kosovo..., Deca...

Rijaliti programi su štetan sadržaj. Reklame koje iskoče kada kliknemo na nešto, kao virus. To su scene ubistva, nasilja, silovanja, maltretiranja, zlostavljanja. Takvi sadržaji su dostupni svima, nema zabrane ko može da im pristupi; samo treba da kliknemo da imamo 18 godina i niko nam ne traži potvrdu za to.

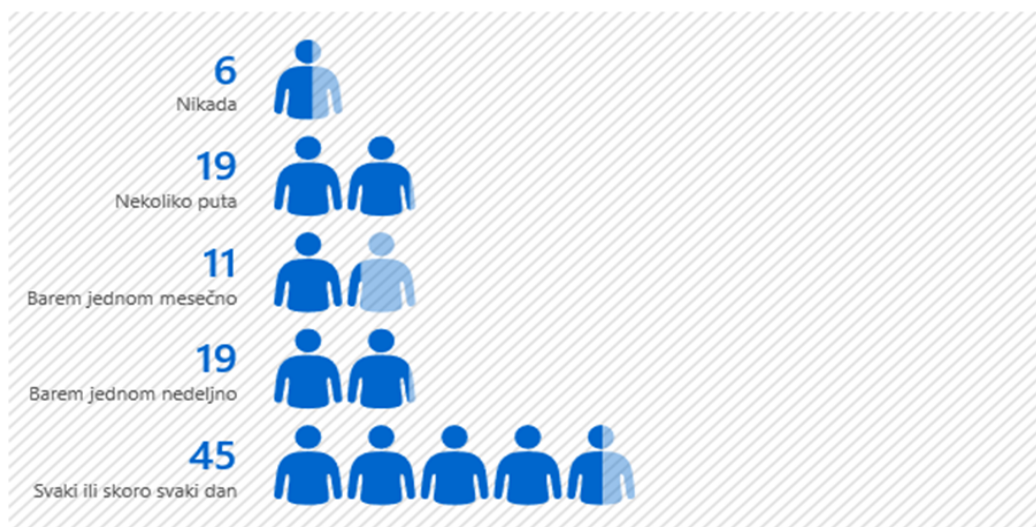
Grafikon 6. Procenat dece i mladih koji su u medijima sreli nepristojan i vulgaran jezik, ružne i okrutne poruke, psovke, uvrede, itd.

Nepristojan i vulgaran jezik



Grafikon 7. Procenat dece i mladih koji su se u medijima susreli sa obmanjujućim sadržajima i lažnim vestima

Obmanjujući sadržaji, lažne vesti...



Sadržaj koji promoviše idealnu lepotu.

Novi crtani filmovi su štetni za decu, jer su svi previše lepi i magični, a zlo je uvek ružno. Ispada da ako nisi po standard lepote, ne možeš da budeš dobar.

Ne postoji uzrasna granica za slušanje muzike. Na primer, tekstovi su često bizarni, štetni, to mala deca ne znaju, a to slušaju. Pevaju o kriminalu, drogi, alkoholu, firmiranim stvarima. A te pesme su primaljive, dobrog ritma, dobre su za igranje, ali su tekstovni katastrofalni.

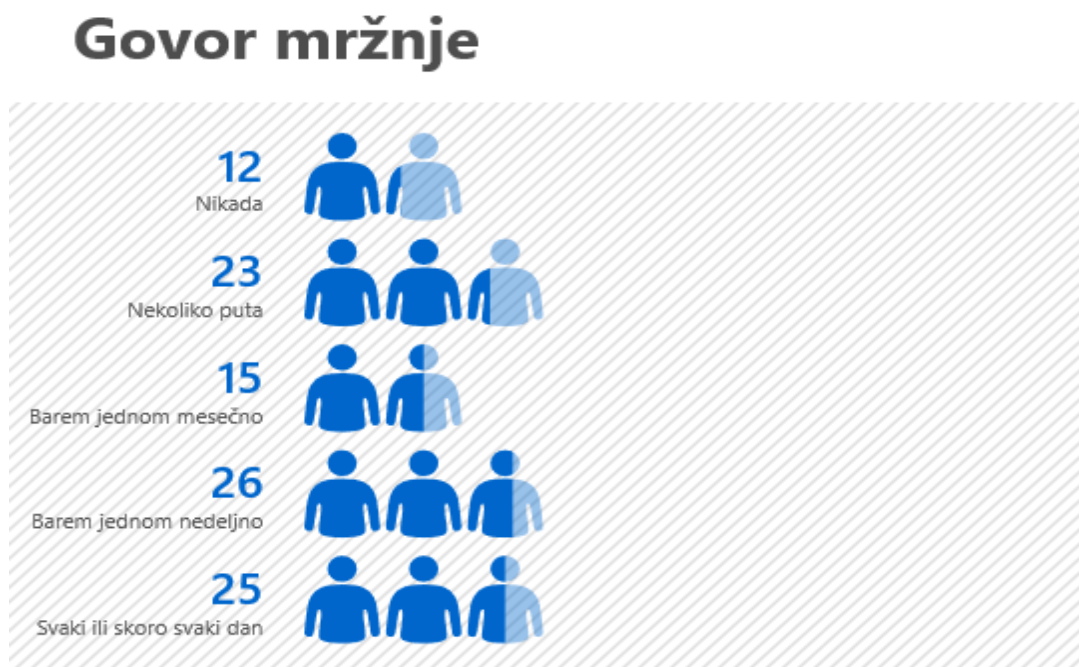
Stalno prikazivanje nasilja i brutalnosti pravi da nam ono bude normalno. Manje više, svi smo se navikli na to, jednostavno.

Do većine štetnih sadržaja dolazim slučajno, preko "bezveznog klika" na društvenim mrežama.

Ljudi u komentarima kače sadržaje koje inače ne bi smeli da postavljaju na svojim profilima, znajući da su kažnjivi. Ali komentari izmiču administratorima, osim ako ih neko ne prijavi.

Nije problem naći te sadržaje ukoliko ih tražiš.

Grafikon 8. Procenat dece i mladih koji su u medijima sreli govor mržnje



Četvrtina dece i mladih u medijima se svakodnevno ili gotovo svakodnevno susreće sa porukama mržnje kojima se napadaju i diskriminišu određene grupe ljudi (druge boje kože, veroispovesti, nacionalnosti, seksualne orijentacije), sadržajima u kojima su prikazani fizičko nasilje i krv, povređivanje drugih (ljudi ili životinja) i eksplicitnim seksualnim i pornografskim sadržajima.

Deca stupaju u komunikaciju sa svojim idolima (pevačima, pevačicama...) iz kojih stoji lažni profil i tada druga strana od njih traži nage fotografije... to se stvarno događa.

Odete na Google i jednim klikom ukucate bukvalno šta god da vas zanima, možete naći ubistva uživo.

Odete do trafike već ste izloženi štetnom sadržaju kad pogledate naslovne strane.

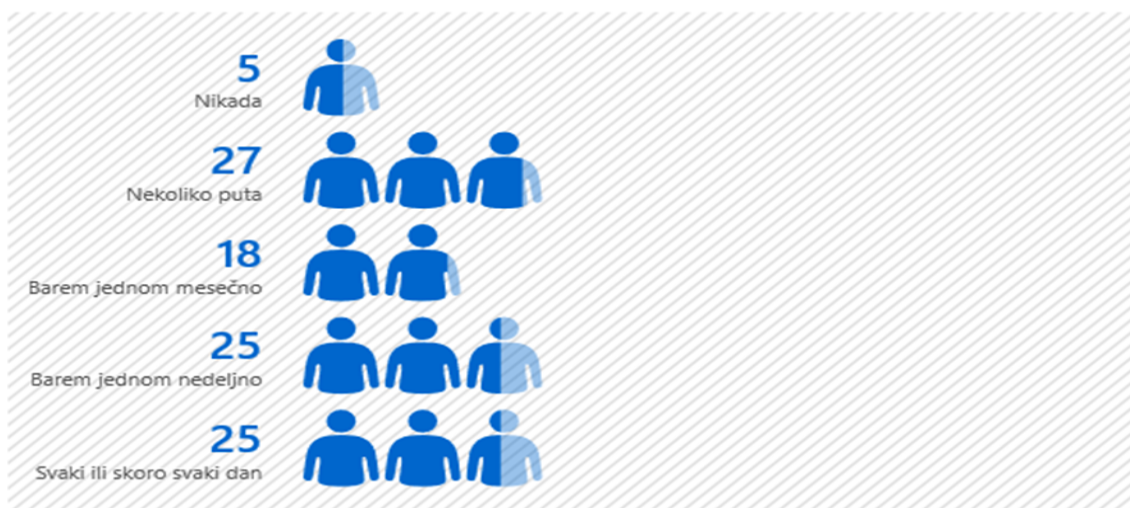
Upoznat sam sa postojanjem opcije "prijavi sadržaj". Marko je prijavljivao sve fb profile koji su delili sliku ubijene devojčice.

Pravdaju se time da imaju slobodu. A ustvari, granica njihovog prava je da ne ugrožavaju prava drugih.

Bilo mi je izuzetno neprijatno kada je u toku predavanja, razredna htela da nam pokaže nešto na netu, a onda su se pojavile eksplicitne porno reklame i oglasi.

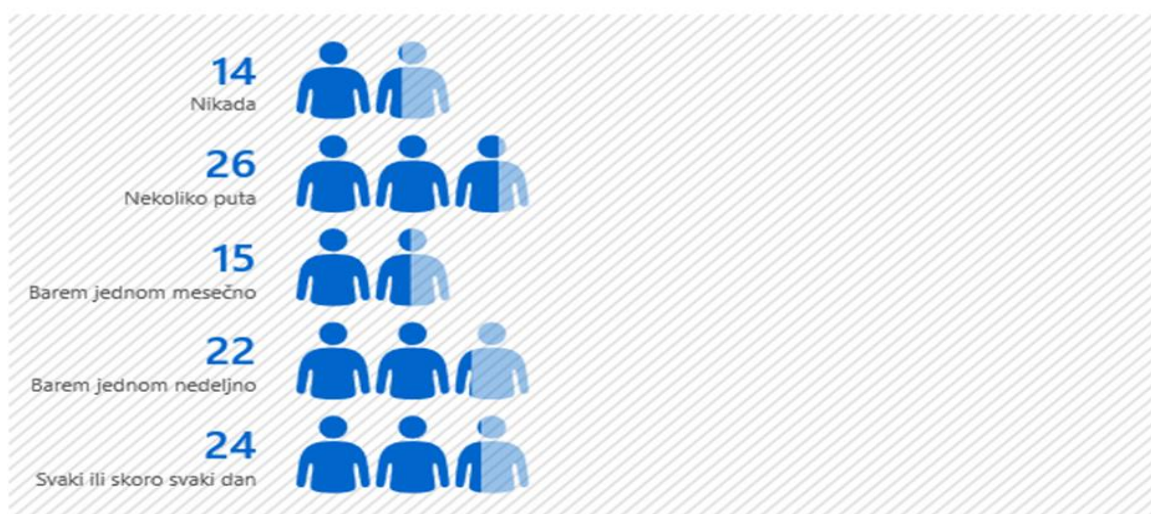
Grafikon 9. Procenat dece i mladih koji su u medijima sreli fizičko nasilje, krv...

Fizičko nasilje, krv, povređivanje...



Grafikon 10. Procenat dece i mladih koji su u medijima sreli eksplicitne seksualne i pornografske sadržaje

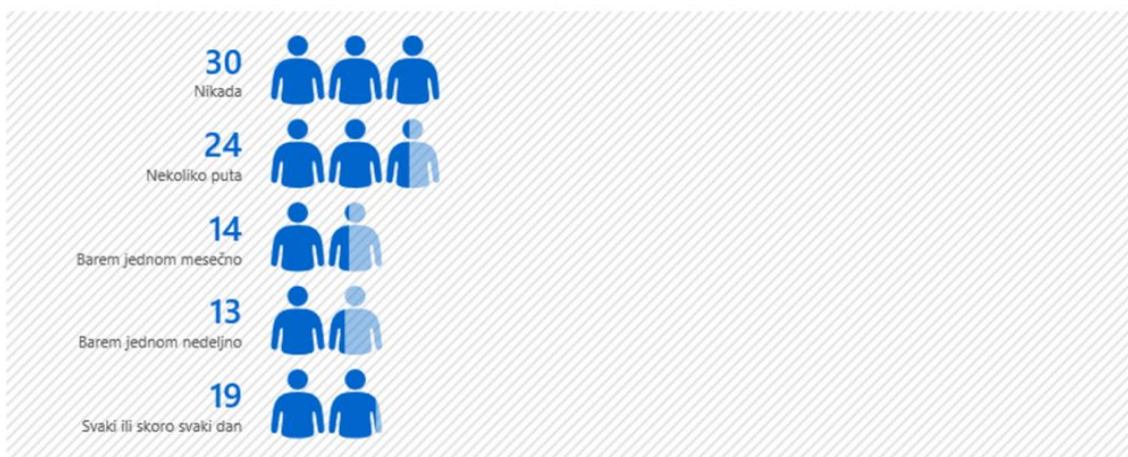
Eksplicitni seksualni i pornografski...



Medijske sadržaje kojima se promovišu različiti problemi u vezi sa ishranom (anoreksija, bulimija ili „inspiracija da se bude mršav”), tokom poslednjih godinu dana, sretalo je 70% ispitanika iz našeg uzorka, i to petina njih svakodnevno, 13% barem jednom nedeljno, 14% barem jednom mesečno i 24% nekoliko puta. Sa ovom vrstom štetnog sadržaja znatno se češće susreću devojčice/devojke nego dečaci/mladići.

Grafikon 11. Procenat dece i mladih koji su u medijima sreli sadržaje kojima se promovišu problemi sa ishranom

Sadržaji kojima se promoviše anoreksija, bulimija...



Više od trećine ispitanika barem jednom nedeljno sretalo se sa opasnim ponašanjem i zastrašujućim scenama ili su imali prilike da vide iskustva drugih u vezi sa uzimanjem droga, alkohola ili drugih štetnih supstanci.

Crtani Bratz i Barbi direktno promovišu mršavost, šoping, udaju za prinčeve – "debele su samo one zle i crnokose". U crtanom filmu Wings, glavna junakinja Blum ima nenormalno uzak struk, svi likovi su "napucani".

Najgori uticaj štetnih vesti je na odnos prema migrantima.

Prepoznajem ih (lažne vesti) po rečima "doživećete šok", "senzacija", "ono što se dogodilo ostaviće vas bez daha"....

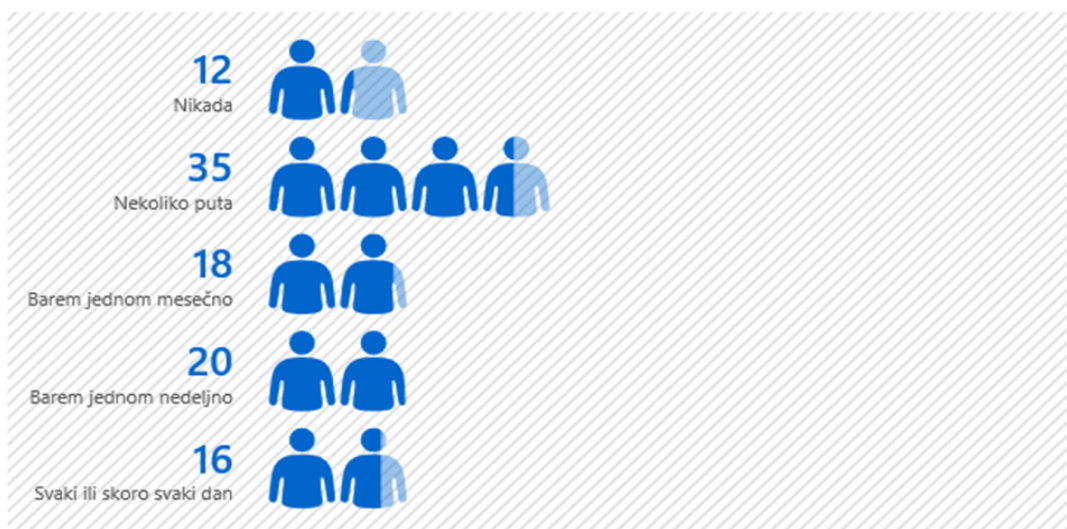
Što me pitaš za druga, pa svako se od nas susreo sa pornografijom u medijima.

Ako ti prilikom otvaranja novog taba ne iskoči gola devojka iz komšiluka, onda je net u prekidu 😊.

Najgore su scene eksplicitnog fizičkog i seksualnog nasilja, nasilja nad životinjama i o tome otvoreno razgovaramo sa vršnjacima.

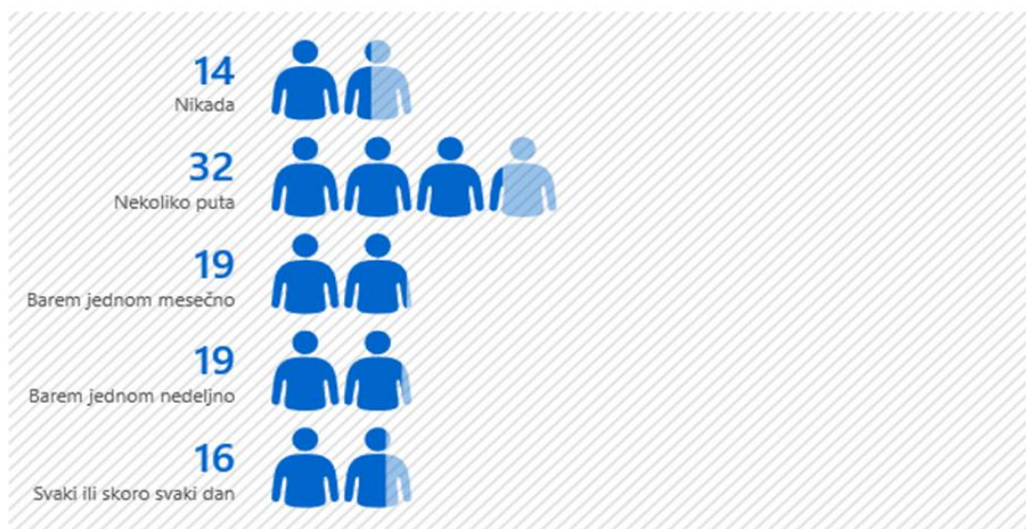
Grafikon 12. Procenat dece i mladih koji su u medijima sreli opasno ponašanje i zastrašujuće scene

Opasno ponašanje i zastrašujuće scene



Grafikon 13. Procenat dece i mladih koji su u medijima videli iskustva drugih sa štetnim supstancama

Iskustva sa štetnim supstancama

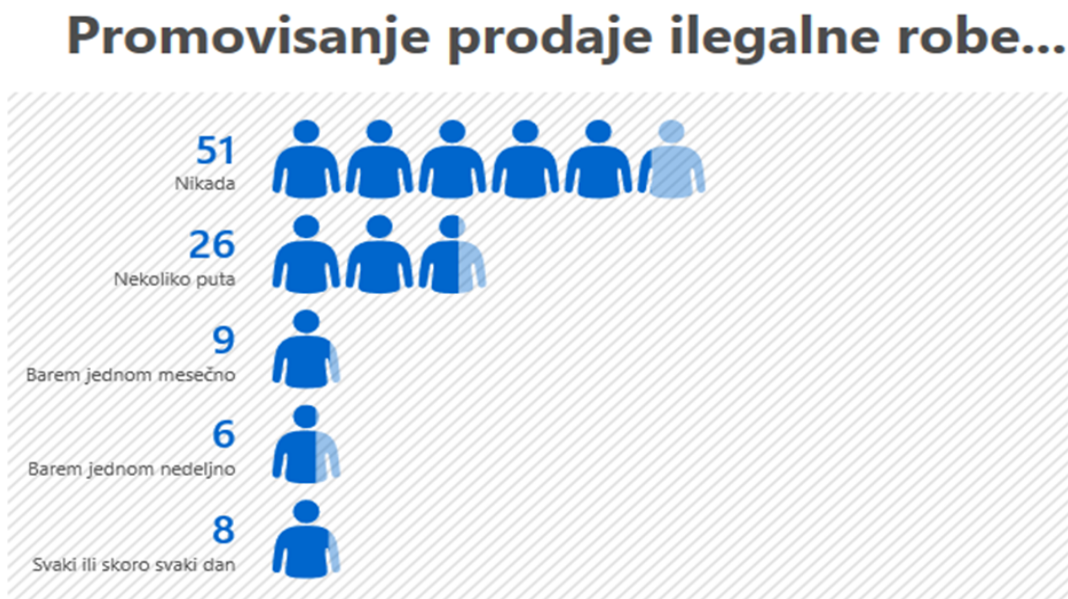


Grafikon 14. Procenat dece i mladih koji su u medijima videli seksualno nasilje, seksualnu eksploataciju i zlostavljanje dece



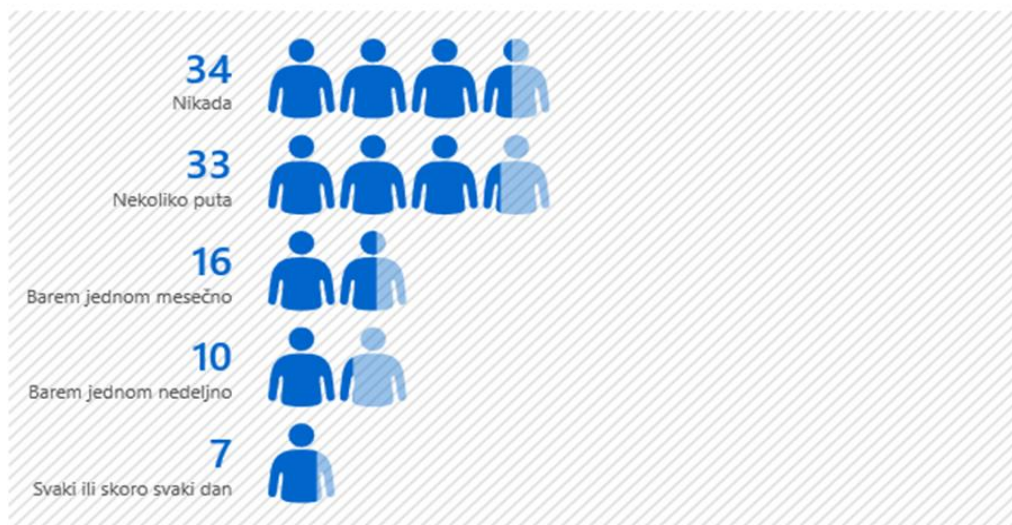
Nešto manje od tri četvrtine ispitanika videlo je u medijima sadržaje u kojima su prisutni seksualno nasilje, eksploatacija i zlostavljanje dece.

Grafikon 15. Procenat dece i mladih koji su u medijima videli sadržaje kojima se promoviše prodaja ilegalne robe (npr. droge, oružja)



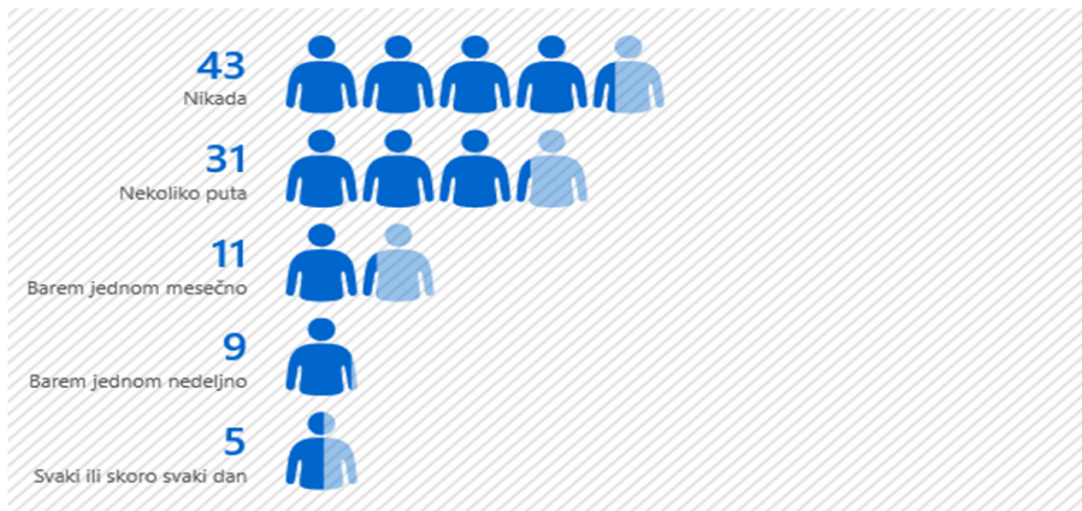
Grafikon 16. Procenat dece i mladih koji su u medijima videli terorističke sadržaje

Teroristički sadržaji i aktivnosti



Grafikon 17. Procenat dece i mladih koji su u medijima videli načine na koje čovek može sebe fizički da povredi

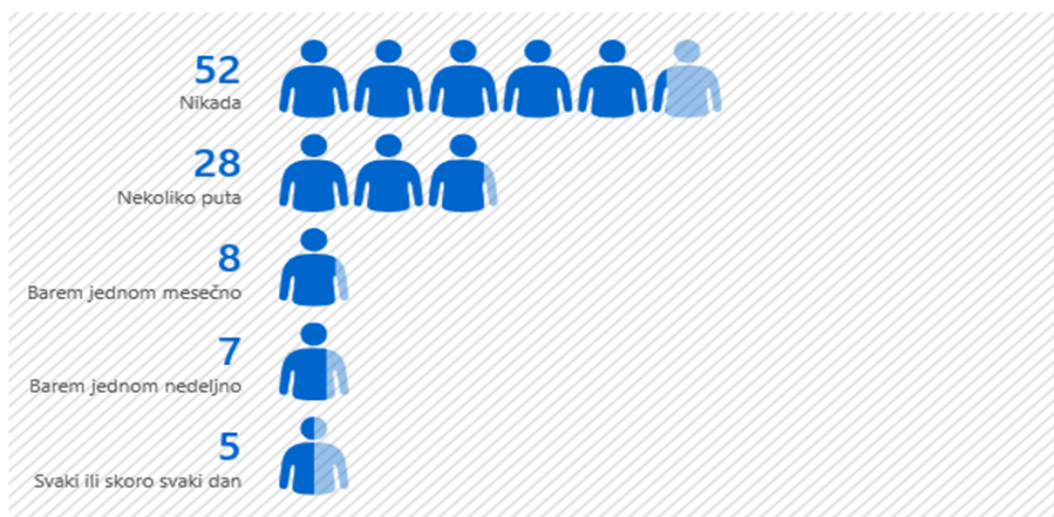
Načini samopovređivanja



Teroristički sadržaji i aktivnosti, kao i načini na koje čovek može sebe fizički da povredi ne mogu se ubrojati u štetne sadržaje sa kojima se deca i mladi učestalo sreću u medijima. Međutim, nije mali procenat onih koji su ove sadržaje nekada videli.

Grafikon 18. Procenat dece i mladih koji su u medijima videli načine na koje se može izvršiti samoubistvo

Načini izvršenja samoubistva



Sa načinima na koje može da se poćini samoubistvo, u medijima se sretala skoro polovina naših ispitanika. Ovo je vrsta štetnog sadržaja sa kojom su se deca i mladi najreće sretali u medijima (u odnosu na druge, ovde ponuđene štetne sadržaje). Ipak, 12% njih, prema sopstvenim izjavama, tokom poslednjih godinu dana, imalo je susret sa ovim sadržajem makar jednom nedeljno, a neki i čeće, 5% čak svakodnevno.

4.4. U kojim medijima su mladi viđali štetne sadržaje

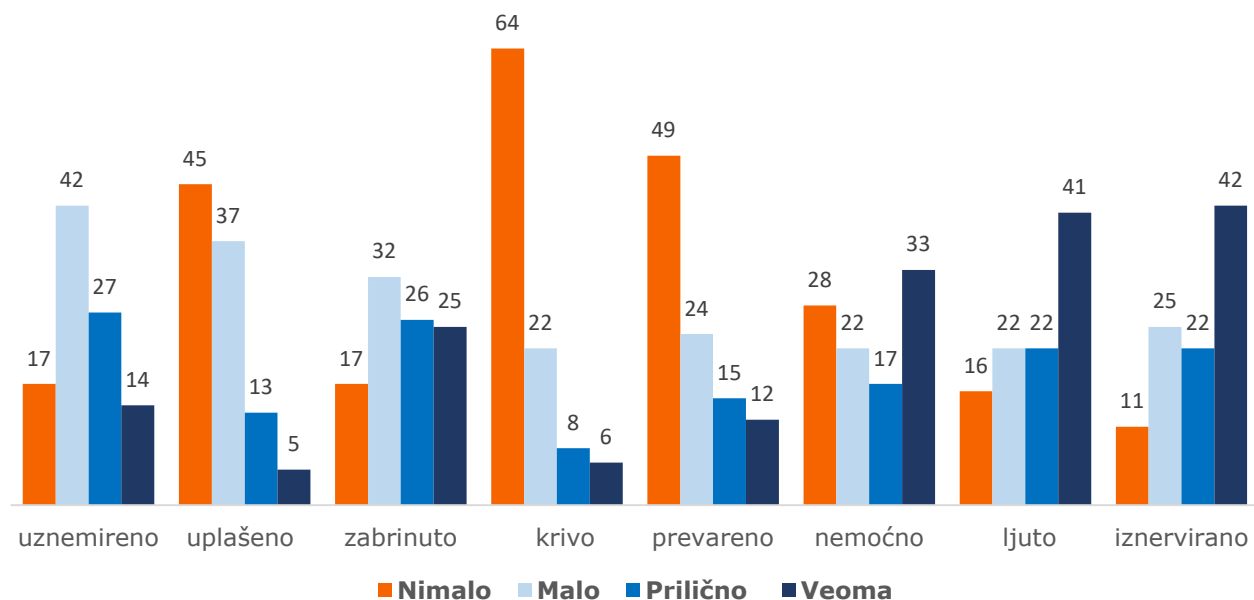
	Nikada	Nekoliko puta	Barem jednom mesečno	Barem jednom nedeljno	Svaki ili skoro svaki dan
Na televiziji, u rijaliti programu (npr. Zadruga, Parovi, itd.)	13	11	6	11	59
U sadržajima koji „iskaću“ na internetu (neželjeni prozori koji se pojavljuju tokom pretraživanja interneta)	11	21	12	16	39
Na nekom veb-sajtu na internetu (npr. onlajn novinama)	8	23	12	22	36

Na televiziji, u seriji ili filmu	5	27	19	21	28
Na nekoj društvenoj mreži (npr. Fejsbuk, Tviter)	14	28	15	17	26
Na platformi za deljenje fotografija na internetu (npr. Instagram, Fliker)	16	27	16	18	24
Na platformi ili sajtu za deljenje video-snimaka na internetu (npr. You Tube)	17	29	15	18	20
U reklamama na internetu	21	35	13	13	19
U štampanim medijima (npr. novinama ili časopisu)	21	35	14	12	18
Na sajtu koji je označen kao sajt samo za odrasle (npr. pornografskog sadržaja)	53	19	6	7	15
Na neki drugi način	38	34	11	9	8
U poruci koja ti je poslata preko nekog servisa za četovanje (npr. Viber, Whatsapp, Messenger)	63	22	7	4	4
U imejlu	91	6	1	1	1

Na osnovu podataka iznetih u gornjoj tabeli, možemo da zaključimo da se deca i mladi najčešće susreću sa štetnim sadržajima na **televiziji, konkretno u rijaliti programskim sadržajima** (59% svakodnevno), ali i u **serijama i filmovima** (28% svakodnevno), zatim u **sadržajima koji im „iskaču” tokom pretraživanja interneta** (39% svakodnevno), na **veb-sajtovima, odnosno onlajn novinama** (36% svakodnevno), **društvenim mrežama** (26% svakodnevno), **veb-sajtovima za deljenje fotografija** (24% svakodnevno) ili **video-snimaka** (24% svakodnevno). Mali procenat mladih ovakve sadržaje dobija u porukama koje razmenjuju putem servisa za četovanje ili imejla.

4.5. Kako se osećaju kada su izloženi štetnim sadržajima i lažnim vestima

Grafikon 19. Osećanja dece i mladih isprovocirana štetnim sadržajima



Deca i mladi nisu ravnodušni u susretu sa štetnim sadržajima i lažnim vestima, naprotiv, većina se oseća prilično i veoma iznervirano (62%), ljuto (63%), zabrinuto (51%), nemoćno (50%), uznemireno (41%), prevareno (27%), uplašeno (18%), krivo (14%).

Ja ne znam kome bih prijavila štetan sadržaj bilo na internetu, novinama ili drugim medijima.

Možda prijaviti školi, policiji, centru za socijalni rad – oni bi možda mogli da reše problemem štetnog sadržaja.

Što se tiče časopisa, to je veći problem, to su milionski tiraži, i sad ja uđem u SUP i kažem: "Vidite ovo! Kršite moje pravo na nešto". Oni će da kažu: "Znate šta, to je sloboda medija". To finansira država, a mi ne možemo da ispravimo državu.

Zaštita od štetnih sadržaja na netu je blokiranje stranice i prijava administratorima, to ja radim.

Osećam ljutnju, bes, negativan stav, poniženje...

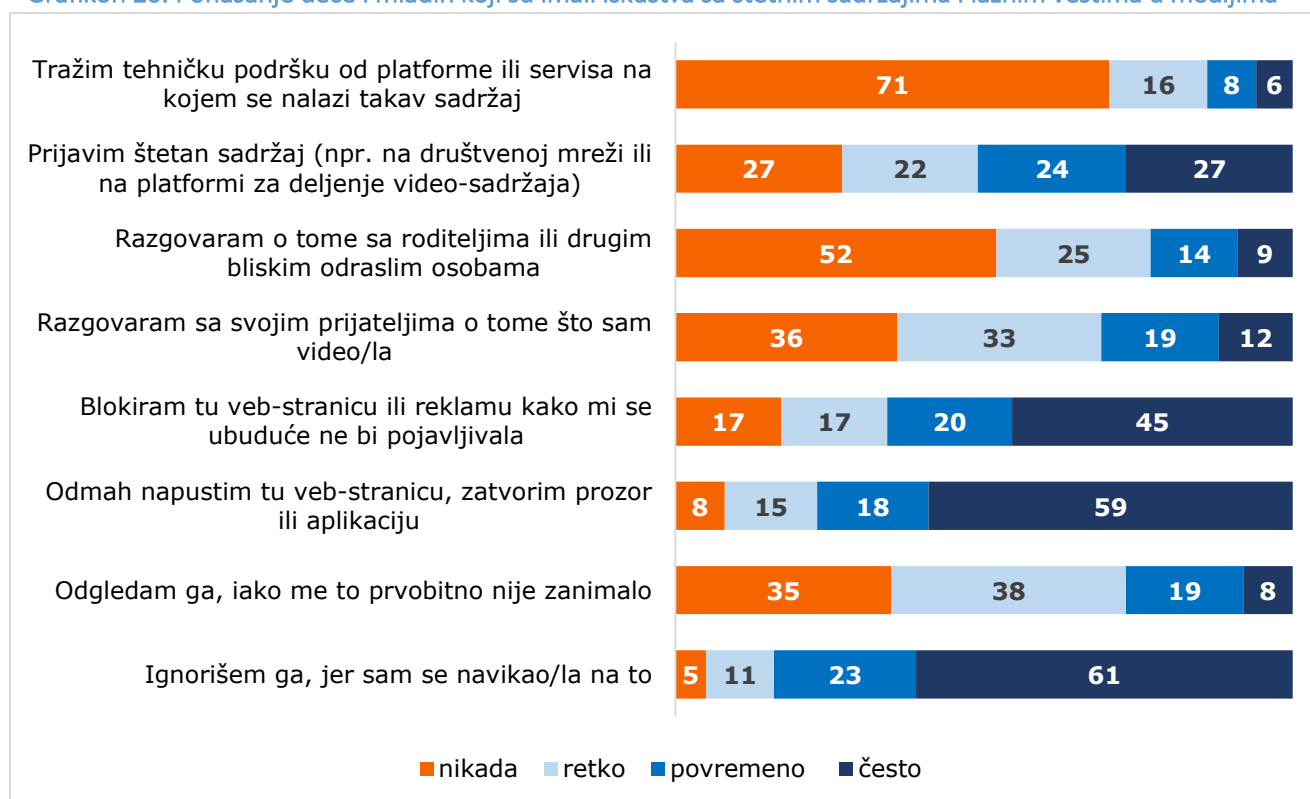
Mladi se retko obraćaju roditeljima za pomoć, iz bojazni da će biti kažnjeni... Roditelji ne razumeju kako to stvarno jeste, "odlepili" bi kada bi znali...

Pa, zavisi šta podrazumavamo pod štetnim sadržajem, ako mislimo na tabloide, oni su uglavnom finansirani od strane države. Mi prijavljujemo državi da ona radi pogrešno, a što bi to država priznala, jednostavno. Vrtimo se u krug, od toga neće biti ništa, danas je sve legalno.

4.6. Šta rade u takvim situacijama, kako se ponašaju

Kada se sretnu sa štetnim sadržajem, najveći procenat dece i mladih reaguje tako što ga ignoriše (često 61% a povremeno 23%). Drugi način reagovanja jeste napuštanje veb-stranice, zatvaranje prozora ili aplikacije (često 59% a povremeno 18%). Skoro polovina ispitanika (45%) često blokira veb-stranicu ili reklamu, kako bi onemogućili njeno ponovno pojavljivanje.

Grafikon 20. Ponašanje dece i mladih koji su imali iskustva sa štetnim sadržajima i lažnim vestima u medijima

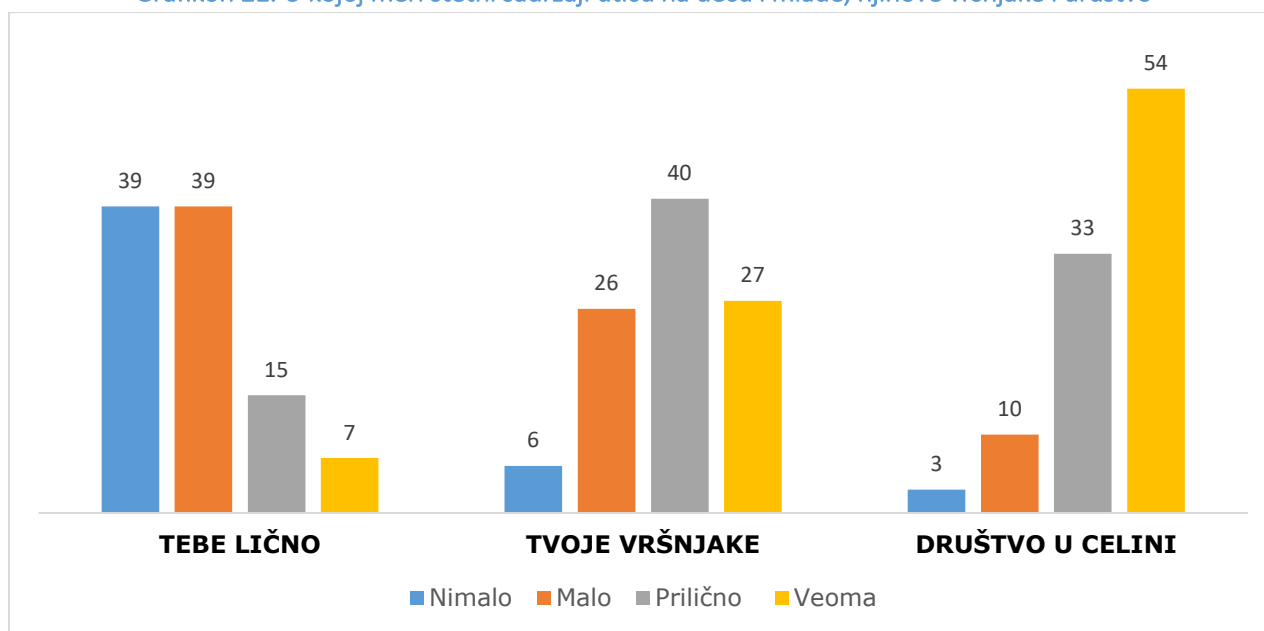


Zanimljiv nalaz (dobijen i u drugim istraživanjima, npr. EU Kids Online) jeste da 71% mladih nikada ne traži tehničku podršku od platforme ili servisa na kome se nalazi štetan sadržaj. Više od polovine mladih nikada ne razgovara sa svojim roditeljima o sadržajima koje su susreli u medijima, dok više od trećine nikada ne razgovara sa svojim prijateljima.

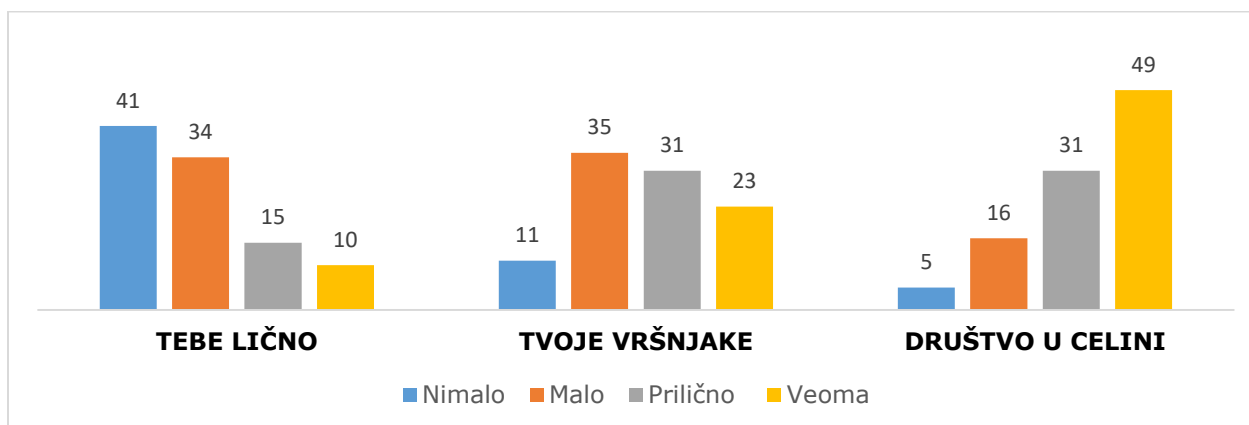
4.7. Kako izloženost štetnim sadržajima i lažnim vestima utiče na njih lično, njihove vršnjake i društvo u celini

Većina dece i mladih iz uzorka smatra da je lično „imuna“ na štetne sadržaje i lažne vesti u medijima. Sa druge strane, oni smatraju da ove vrste medijskih sadržaja prilično ili veoma utiču na njihove vršnjake i društvo u celini.

Grafikon 21. U kojoj meri štetni sadržaji utiču na decu i mlade, njihove vršnjake i društvo



Grafikon 22. U kojoj meri lažne vesti utiču na decu i mlade, njihove vršnjake i društvo



Nisam zabrinut jer ne pratim vesti, ali poznajem ljude koji apsolutno veruju medijima. Posledice lažnih vesti su "kolektivno zatupljivanje", "ugnjjetavanje", "ograničavanje istine".

Zbog lažnih vesti doživljavamo neugodne situacije, nekada gubljenje prijatelja; svađe, gubljenje samopouzdanja...

Sloboda govora je da govoriš istinu, a ne da širiš lažne vesti.

Ne umemo da prepoznamo lažne vesti, ne znamo šta da radimo sa njima. Ne znamo šta je medijska pismenost.

Da ne širimo vest dok je ne proverimo.

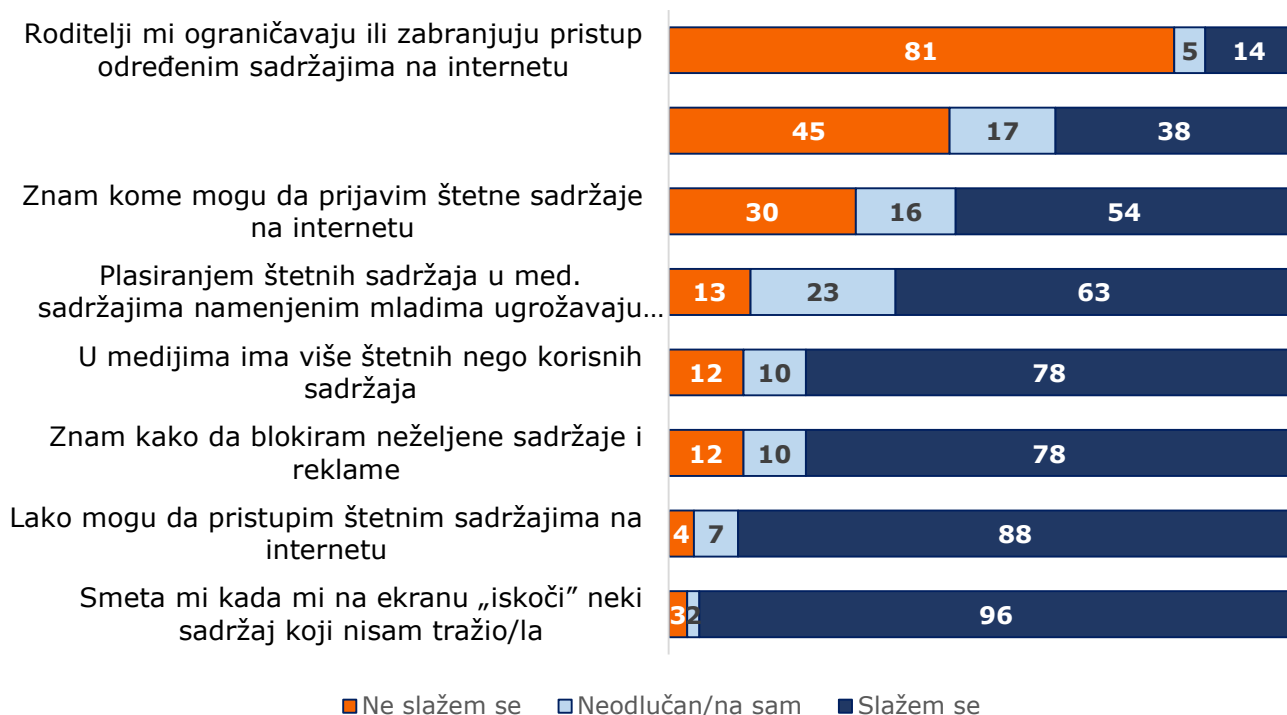
Ukoliko medij želi da objavi fotografije koje imaju uznemirujući sadržaj, preko njih treba postaviti filter - dozvolu za pristup.

4.8. Kako roditelji i škola reaguju u vezi sa izloženošću dece i mladih štetnim medijskim sadržajima

Sudeći već i na osnovu stepena izloženosti dece i mladih ovoj vrsti medijskih sadržaja, roditelji, obrazovno-vaspitne institucije, pa ni sama država ne čine dovoljno po pitanju zaštite mladih. Samo manjem broju (14%) ispitanika roditelji ograničavaju pristup štetnim sadržajima, više od trećine mladih mogu im pristupiti i na školskim računarima, dok većina njih (88%)

Iako mogu da pristupe štetnim sadržajima u digitalnim medijima koje najčešće i koriste.

Grafikon 23. Uloga roditelja i škole u sprečavanju izloženosti štetnim sadržajima, stavovi i kompetencije mladih



Mladi mogu da steknu veštine medijske pismenosti na netu - ima puno informacija, kurseva, seminara, ali ih to ne interesuje, ali škola nas uči raznim budalaštinama, pa je učenje nas o medijskoj pismenosti potpuno opravdano.

Roditelji nemaju pojma šta pratimo, niti znaju kako bi nas kontrolisali. Dovoljno smo odrasli da sami odlučimo koje ćemo sadržaje gledati.

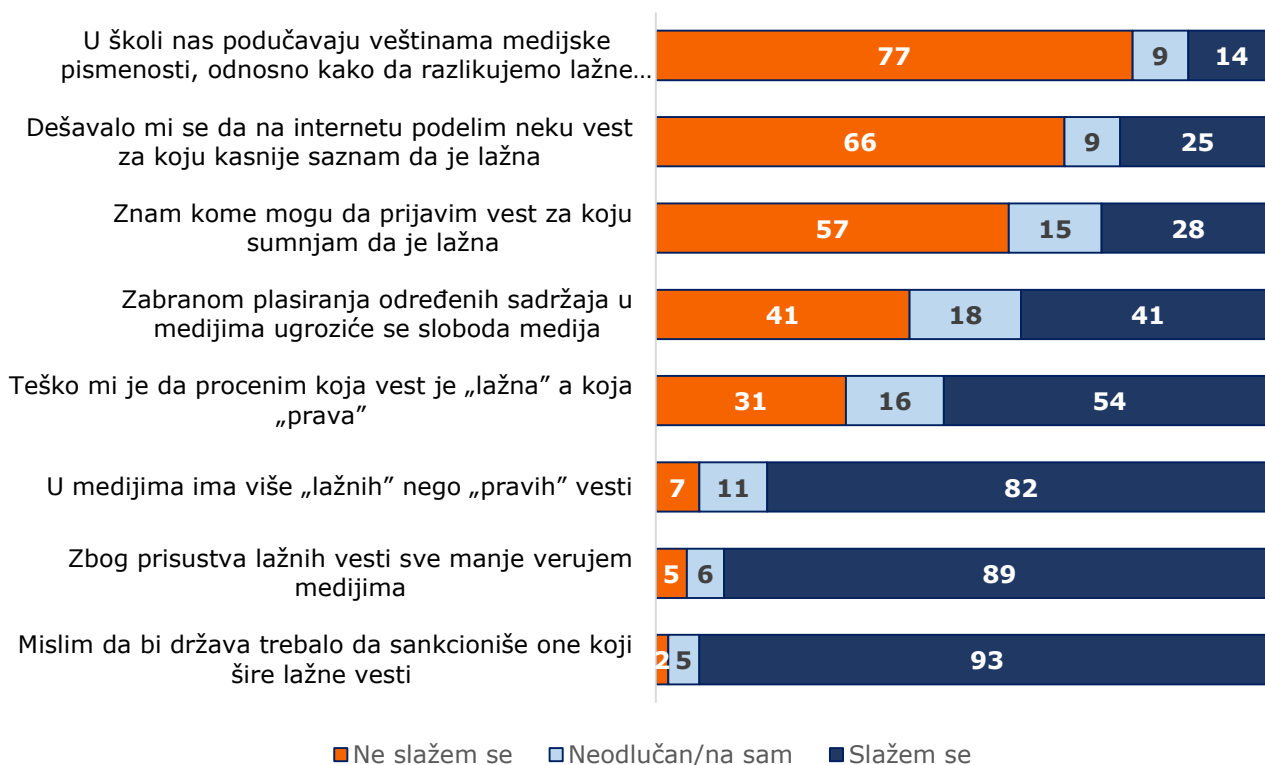
Ja svoju majku, u principu, usmeravam na to šta su dobre stvari interneta, a šta loše.

U školi nismo imali predavanja ili časove u okviru kojih bismo naučili kako da se zaštitimo od lažnih vesti i štetnih sadržaja.

Više kulturno-obrazovnih sadržaja, više programa o ljudima iz Srbije koji su dosta postigli u obrazovanju i nauci, da se promoviše kultura, sport, uspeh učenika.

Može se učiti kroz građansko. Ali, prvo, građansko se ne ocenjuje i baš me briga onda za taj predmet. Drugo, ko sve predaje građansko. Pa svi znamo da su to profesori koji su ostali bez fonda. Treće, kako ga predaju i da li ga uopšte predaju. Najčešće taj čas i ne postoji. Ako postoji, obično je smor.

Grafikon 24. Uloga škole u podučavanju veštinama otkrivanja lažnih vesti, stavovi i kompetencije dece i mladih



Iako deca i mladi smatraju da umeju da blokiraju štetne sadržaje i reklame, više od polovine njih ne može da razlikuje pravu vest od lažne vesti, a nije mali procenat onih koji ne znaju kome mogu da prijave vesti za koje sumnjaju da su lažne. Zbog stepena prisustva lažnih vesti, deca i mladi sve manje veruju medijima. Po mišljenju 93% ispitanih država bi trebalo da sankcioniše one koji šire lažne vesti u medijima.

Videli na televiziji da se neki političari u skupštini polivaju vodom, tako da grozne stvari nisu samo prikazane u rijaliti programima.

Sećate se novinara kome je zapaljena kuća u Grockoj? Ni dan danas to nije rešeno, sad ga je tužio funkcioner što je ovaj o njemu pričao lose.

Ako tražimo zabavne sadržaje baš za mlade, onda ih tražimo na sajtovima koji su za mlade, a njih je malo.

Previše je dostupno svima.

Naći štetan sadržaj - to nije teško, bukvalno.

Mediji predstavljaju iskrivljenu sliku sveta, gde najmlađi prihvataju modele onih koji ništa značajno nisu postigli, neobrazovani, koji nama nanose više štete.

5. ZAKLJUČCI I PREPORUKE

5.1. Ugrožavanje prava deteta putem medija i poverenje u medije

Iako za sebe lično smatraju da su imuni na štetne medijske sadržaje, ovi sadržaji, po mišljenju naših ispitanika, itekako utiču na njihove vršnjake i društvo u celini. Skoro dve trećine njih (63%) smatra da plasiranje štetnog sadržaja u medijskim sadržajima namenjenim deci i mladima, predstavlja vid zloupotrebe i kršenja prava deteta. Zbog uzrasnih karakteristika, nedostatka iskustva, znanja i obaveštenosti, deca su podložnija uticajima medija nego odrasli, i zapravo predstavljaju najranjiviju grupu korisnika medija. Stoga, rizici koji se dovode u vezu sa izlaganjem dece neadekvatnim, neprimerenim i štetnim sadržajima mogu dovesti do kršenja njihovih prava zagarantovanih Konvencijom o pravima deteta. U procesu preveniranja takvih rizika značajnu ulogu imaju domaće i međunarodne organizacije koje se bave zaštitom prava deteta. Prilikom donošenja odluka od interesa za decu svakako je obavezno uzeti u obzir mišljenja i stavove dece o sadržajima u medijima i načinima zaštite, o čemu nas je informisalo ovo istraživanje. Inače, u Srbiji je nedovoljno istraživanja koja za cilj imaju sticanje uvida u načine na koje deca i mladi opažaju ostvarivanje sopstvenih prava u medijima, i stoga predlažemo da ubuduće bude više ovakvih istaživanja.

Više od tri četvrtine (78%) dece i mladih iz našeg uzorka smatra da u medijima ima više štetnih sadržaja nego korisnih, a još veći procenat (82%) njih smatra da u medijima ima više lažnih vesti nego pravih vesti. Zbog prisustva lažnih vesti, 89% ispitanika sve manje veruje medijima. Dakle, današnji mediji, nemaju kredibilitet za većinu dece i mladih iz našeg uzorka. Uloga medija jeste da pravovremeno i verodostojno informišu javnost o aktuelnim zbivanjima. Prema Ustavu RS, Zakonu o javnom informisanju i medijima ovo je i obaveza medija. Sa masovnom pojavom lažnih vesti, počev od 2016. godine, uloga medija ozbiljno se dovodi u pitanje i na neki način

obesmišljava, jer mediji ne doprinose boljoj obaveštenosti svojih korisnika, već, naprotiv, njihovom dezinformisanju. Mediji, pogotovu oni sa nacionalnom frekvencijom, da budu veoma oprezni ukoliko emituju štetne sadržaje i lažne vesti, naročito one koji mogu da nanesu štetu deci i mladima. Kako bi povećali svoj kredibilitet, od medija se očekuje da olakšaju svojim korisnicima (a pogotovu deci) konzumiranje medijskih sadržaja, podstiču njihovu otpornost na dezinformacije upozoravajući ih na pojavu lažnih vesti, pomognu prilikom izbora sadržaja koji su kvalitetni i primereni uzrastu i doprinose razvoju veština medijske pismenosti (upozoravaju na lažne vesti i načine njihovog prepoznavanja).

Preporuka 1: Vlada Republike Srbije treba da preduzme sve neophodne mere radi osiguranja poštovanja prava deteta na zaštitu od sadržaja koji su štetni po njihov razvoj i ispunjavanje preporuka Komiteta za prava deteta koji se odnose na ovu oblast.

5.2. Korišćenje medija i veštine medijske pismenosti

Deca i mladi češće koriste digitalne medije (pre svega, mobilni telefon) nego tradicionalne medije (televizija, štampani mediji). Više od polovine dece i mladih iz uzorka (58%) nikada ne čita štampane medije, skoro 30% nikada ne koristi računar, laptop ili netbuk, dok 20% nikada ne gleda televiziju. Svakodnevno, mobilni telefon koristi 99% ispitanih, računar, laptop ili netbuk 50%, televiziju gleda 47% a štampane medije čita 8% dece i mladih.

Deca i mladi provode više vremena na internetu tokom vikenda nego tokom radnog dana. Dok tokom radnog dana polovina njih provodi na internetu između 2 i 4 sata, tokom vikenda skoro polovina provodi između 5 i 7 sati dnevno, neki čak i više. Iako su veštine medijske pismenosti stečene u izvandigitalnom kontekstu, itetako su važne za korišćenje (selekciju, analizu i

procenjivanje) informacija u digitalnom formatu, sudeći na osnovu nalaza ovog istraživanja, a s obzirom na specifičnost digitalnih medija, neophodno je sistemski podržati razvoj veština informacione i medijske pismenosti dece i mladih u digitalnom kontekstu.

Većina ispitanika (77%) izjavljuje da ih u školi ne podučavaju veštinama medijske pismenosti i načinima na koje treba da razlikuju prave vesti od lažnih vesti. Veštine digitalne medijske pismenosti moraju se sticati u okviru sistema formalnog obrazovanja, kao što je to praksa u drugim evropskim zemljama. S obzirom na uzrast u kojem deca počinju da koriste digitalne medije, neophodno je što ranije započeti sa podučavanjem ovih veština, i to kontinuirano, na svim nivoima formalnog obrazovanja. Medijsku pismenost nije dovoljno izučavati u okviru pojedinih predmeta (pogotovu ne samo u okviru izbornih predmeta, kao što je to sada slučaj), već bi trebalo da bude inkorporirana u sadržaje većine školskih predmeta. U procesu podučavanja dece i mladih veštinama informacione i medijske pismenosti od suštinskog značaja jeste razvoj njihovih veština kritičkog mišljenja. Decu i mlade bi trebalo osnaživati, ne samo da budu kritički primaoci informacija, već i njihovi kreatori, u domenu u kojem oni doprinose stvaranju medijskih sadržaja. Kritičko razumevanje i kritički pristup medijskim sadržajima nisu samo ključni element medijske pismenosti, već i nužan preduslov za aktivno učešće mladih u javnom životu i demokratizaciji društva. U sticanju veština medijske pismenosti, značajnu ulogu trebalo bi da imaju i sami mediji.

Preporuka 2: Preporučujemo Ministarstvu prosvete, nauke i tehnološkog razvoja da uključi sadržaje u funkciji razvoja veština informacione i medijske pismenosti za svu decu i mlade, na svim nivoima obrazovanja u okviru redovnog nastavnog procesa, u okviru svih predmeta, a ne samo izbornih.

S obzirom na nalaz da deca i mladi tokom vikenda provode više vremena uz medije, neophodno je, pogotovu kada je reč o tradicionalnim medijima (pre svega televiziji) prilagoditi medijske sadržaje njihovim potrebama (kontrola emitovanja štetnog sadržaja, više sadržaja edukativnog i zabavnog karaktera, namenjenim ovoj ciljnoj grupi).

Preporuka 3: Televizijske stanice trebalo bi da prilagode postojeće i razviju nove sadržaje za decu i mlade koji su u skladu sa njihovim potrebama i u funkciji njihovog razvoja, sa posebnim osvrtom na edukativne i zabavne sadržaje i da uspostave i/ili preispitaju interne procedure kontrole štetnog sadržaja.

5.3. Izloženost dece i mladih štetnim sadržajima i lažnim vestima u medijima

Među ispitanim, samo 4% njih, tokom poslednjih godinu dana, nikada nije srelo u medijima sadržaj koji im je zasmetao ili ih je uznemirio, uplašio, naljutio ili izazvao neku negativnu emociju, trećina (33%) ovakav sadržaj sreće svakodnevno, a četvrtina (25%) barem jednom nedeljno. Deca i mladi se u medijima najčešće sreću sa nepristojnim i vulgarnim jezikom, obmanjujućim sadržajima i lažnim vestima kojima se dezinformiše javnost u različite svrhe (skoro polovina njih svakodnevno). Većina, oko 90%, tokom poslednjih godinu dana, sretala je u medijima govor mržnje, fizičko nasilje, eksplicitne seksualne i pornografske sadržaje (četvrtina svakodnevno), zatim opasno ponašanje i zastrašujuće scene i iskustva sa štetnim supstancama (16% svakodnevno).

Skoro tri četvrtine dece i mladih (70%), češće devojke nego mladići, sretalo se sa medijskim sadržajima kojima se promovišu različiti problemi u vezi sa ishranom (anoreksija, bulimija ili „inspiracija da se bude mršav” - petina svakodnevno). Približno dve trećine ispitanih susrelo se u medijima sa terorističkim sadržajima i aktivnostima, seksualnim nasiljem i zlostavljanjem dece, najveći procenat je ovakve sadržaje video nekoliko puta. Približno

polovina sretala je u medijima štetne sadržaje kojima se promoviše prodaja ilegalne robe, načini na koje može da se izvrši samoubistvo (5% svakodnevno), načini na koje čovek može sebe fizički da poredi.

Pravilnikom o zaštiti prava maloletnika u oblasti pružanja medijskih usluga, donetim 2015. godine od strane Saveta Regulatornog tela za elektronske medije (REM), „pružalac medijske usluge dužan je da preduzme sve neophodne mere kako njegov programski sadržaj ne bi naškodio razvoju maloletnika, imajući pri tom u vidu da maloletnici uživaju pravo na veći stepen zaštite slobodnog razvoja ličnosti nego punoletna lica”. Iako postoji zakonodavni okvir, u praksi se on, sudeći prema nalazima ovog istraživanja, ne primenjuje, što ukazuje na činjenicu da odgovarajuća tela, odnosno institucije koje su zadužene za sprovođenje regulative, ne reaguju adekvatno i pravovremeno.

Preporuka 4: Regulatorno telo za elektronske medije (REM) treba da preduzme mere iz svoje nadležnosti i primeni ovlašćenja iz postojećeg zakonskog i podzakonskog okvira radi efikasne zaštite dece i mladih od negativnog uticaja izloženosti štetnim sadržajima plasiranim kroz elektronske medije.

S obzirom na naučno potvrđen negativan uticaj nasilnih i drugih vrsta neprimerenih medijskih sadržaja na decu i mlade, neophodno je uvesti oštrije sankcije za prikazivanje (što postaje praksa u svetu) i nepoštovanje zabrana emitovanja takvih sadržaja u određenim vremenskim intervalima (pre kasnih večernjih sati). Iako su deca i mladi podeljeni po pitanju stava da se zabranom plasiranja određenih sadržaja u medijima ugrožava sloboda medija (41% se slaže i isti procenat se ne slaže sa ovom tvrdnjom), ipak čak 93% njih smatra da bi država trebalo da sankcioniše one koji šire lažne vesti. Posebno su zabrinjavajući podaci koji govore o tome da mediji koji prednjače u

objavljivanju lažnih vesti⁵ istovremeno dobijaju značajna sredstva na konkursima koje sprovodi država. Ovim država ne samo da ne sprečava širenje lažnih vesti, već aktivno doprinosi njihovom širenju.

Veoma je važno da svi mediji prihvate i poštuju važeće međunarodne standarde (uzrasna upozorenja, ograničen pristup nekim sadržajima, itd.) u cilju kreiranja bezbednog medijskog okruženja za decu i mlade. Isto tako od izuzetnog je značaja usvajanje i poštovanje nacionalnih dokumenata koji se tiču dece i njihovih prava u medijima. Neophodno je osigurati poštovanje važećih zakona kojima se propisuju uloga, uslovi i način pružanja medijskih usluga. U zaštiti dece i mladih od štetnih sadržaja i lažnih vesti od suštinskog je značaja uloga države. Ona se ogleda u domenu uspostavljanja pravnog okvira, ali još više u domenu njegove primene i sprovođenja. Ratifikujući Konvenciju UN o pravima deteta, država se obavezala da će zaštititi decu od svih vrsta sadržaja koji mogu da naškode njihovom fizičkom, psihičkom i socijalnom razvoju. U ovom procesu nužno je kontinuirano usklađivanje domaćeg zakonodavnog okvira sa međunarodnim dokumentima.

Preporuka 5. Vlada Republike Srbije da preispita postojeći zakonski okvir kojim se regulišu pitanja ograničavanja i/zabrane prikazivanja za decu štetnih sadržaja u medijima, kao i predviđene sankcije za kršenje ovih odredaba i predlože izmene odgovarajućih zakona radi osiguranja efikasnije zaštite dece i mladih i efikasniju primenu odredaba u praksi.

Preporuka 6. Vlada Republike Srbije da izmeni odredbe Zakona o informisanju koji se odnosi na finansiranje medija i to tako što će onemogućiti konkurisanje za sredstva države (iz republičkog i budžeta lokalnih samouprava) onim medijima kojima je izrečena mera od strane regulatornih i samoregulatornih medija na osnovu kršenja odredaba kojima se štite prava deteta.

5

5.4. Mediji u kojima mladi sreću štetne sadržaje i lažne vesti

Sa štetnim sadržajima mladi se najčešće susreću: na televiziji, konkretno u rijaliti programskim sadržajima (59% svakodnevno), ali i u serijama i filmovima (28% svakodnevno), zatim u sadržajima koji im „iskaču” tokom pretraživanja interneta (39% svakodnevno), na veb-sajtovima odnosno onlajn novinama (36% svakodnevno), društvenim mrežama (26% svakodnevno), veb-sajtovima za deljenje fotografija (24% svakodnevno) ili na video-snimcima (24% svakodnevno).

Neophodna je znatno restriktivnija kontrola medija (kako „starih” tako i „novih”) u pogledu vrste medijskih sadržaja koji su dostupni deci. Čak i mediji sa nacionalnom frekvencijom ne poštuju zakonski regulisana pravila o vrsti sadržaja i načinu njihovog emitovanja. Ovo se posebno odnosi na tzv. „rijaliti programe” koji obiluju neprimerenim sadržajem, verbalnim sukobima i nasiljem, pa čak i pornografskim scenama, a kao što pokazuju nalazi ovog istraživanja, upravo je to mesto na kome se mladi najučestalije sreću sa štetnim sadržajem. U današnje vreme, digitalni mediji, zbog svoje participativne prirode i mogućnosti korisnika da kreiraju i distribuiraju vlastite sadržaje, predstavljaju dodatni izvor neprimerenih sadržaja. Posebno ističemo neophodnog uređivanja politike ove vrste medije, s obzirom na njihovu privlačnost i stepen korišćenja među mladima.

Preporuka 7: Regulatorno telo za elektronske medije (REM) trebalo bi da posebnim aktom reguliše uslove emitovanja „rijaliti programa” koji sadrže za decu i mlade štetne sadržaje i onemogući njihovo emitovanje na televizijama sa nacionalnom frekvencijom, kao i da pooštri uslove za emitovanje istih na drugim televizijama.

PREPORUKA 8: Savet za štampu trebalo bi da intenzivira monitoring štampanih i onlajn medija kroz saradnju sa organizacijama civilnog društva u pogledu izloženosti dece i mladih štetnim sadržajima i lažnim vestima i da redovno publikuje izveštaje o kršenju Kodeksa i izrečenim merama.

5.5. Reagovanje na štetne sadržaje i lažne vesti

Skoro dve trećine dece i mladih oseća se veoma iznervirano i ljuto zbog prisustva štetnih sadržaja u medijima, polovina je veoma zabrinuta i nemoćna. Manji procenat smatra da su prevareni, osećaju strah i krivicu. Polovina dece i mladih ne ume da proceni koja vest je „prava” a koja „lažna”, a četvrtini njih dešavalo se da podele neku vest za koju se kasnije ispostavi da je lažna. Skoro svi ispitanici (96%) izjavljuju da im smeta kada im na internetu „iskoči” neki sadržaj za kojim nisu ciljano tragali. Ipak, dve trećine njih odgledalo je takav sadržaj.

Kada se sretnu sa štetnim sadržajima, većina se ponaša nekonstruktivno – ignorišu ih, napuštaju veb-stranice, zatvaraju aplikaciju ili prozor. Polovina nikada ili skoro nikada nije prijavila štetan medijski sadržaj (npr. na društvenim mrežama ili platformama za deljenje video-sadržaja). Skoro polovina dece i mladih (46%) ni ne zna kome može da prijavi štetne sadržaje na internetu, dok nešto manje od tri četvrtine (72%) ne zna kome može da prijavi lažne vesti sa kojima se sreće u medijima. Deca i mladi retko spontano traže podršku i pomoć u situacijama kada su izloženi štetnom sadržaju, bilo da je reč o tehničkoj podršci ili podršci članova porodice ili prijatelja. Više od polovine nikada ne razgovara sa roditeljima o ovome.

Iz dobijenih nalaza proizilazi činjenica da je neophodno mlade sistemski osnaživati, odnosno pružati im informacije na koje načine i kome mogu da prijave štetan medijski sadržaj. Deca i mladi bi trebalo da imaju znatno veću podršku od strane odraslih (kako u porodici, tako i u obrazovno-vaspitnoj

ustanovi), i tom smislu neophodno je podsticati ih da prijavljuju štetne sadržaje i lažne vesti, kako bi i sami doprineli poboljšanju kvaliteta medija.

Preporuka 9: Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja da preduzme mere u cilju osnaživanja dece i roditelja da prepoznaju, reaguju i prijavljuju situacije izloženosti neželjenim sadržajima sa kojima se sreću u medijima, kao i da sistemski osnažuju nastavnike da pružaju adekvatnu podršku deci u tim situacijama. Takođe, Ministarstvo da preduzme sistemske mere da i roditelji/staratelji steknu veštine medijske pismenosti.

5.6. Ograničavanje pristupa štetnim sadržajima u porodici i školi

Čak 88% ispitanika kažu da lako mogu da pristupe štetnim sadržajima na internetu. Većini mladih (80%) roditelji nikada ne ograničavaju niti zabranjuju pristup određenim sadržajima na internetu. Nešto više od trećine ispitanika (38%) izjavljuje da im je na školskim računarima onemogućen pristup štetnim sadržajima i određenim veb-stranicama. Veoma je važno, pogotovu kada je reč o deci mlađeg uzrasta, ograničiti njihov pristup štetnim sadržajima u medijima. Ovo se odnosi, kako na porodični kontekst, tako i na školski. Danas je dostupan veliki broj oruđa za roditeljsku kontrolu (neka su čak i besplatna) kojima se može ograničiti, filtrirati ili blokirati pristup određenim sadržajima na internetu. Ipak, trebalo bi imati na umu da ne postoji tehnička zaštita koja je potpuno efikasna, pa je samim tim najvažnija mera podučavanje dece veštinama medijske pismenosti kao i razvijanje sposobnosti za samoregulaciju.

Preporuka 10: Roditelji i staratelji da preduzmu aktivnosti sa ciljem ovladavanja veštinama neophodnim za efikasnu zaštitu svoje dece od štetnih i neželjenih sadržaja u digitalnom okruženju i pružanje podrške deci u korišćenju digitalnih uređaja i tehnologija.

Prilog 1. Upitnik

Ovaj upitnik sadrži pitanja o štetnim sadržajima i lažnim vestima koje se u današnje vreme mogu sresti u medijima.

Kada kažemo **mediji**, mislimo na tradicionalne medije (televiziju, novine, časopise), ali i digitalne medije, odnosno internet i društvene mreže.

Pod **štetnim sadržajem** podrazumevamo onaj sadržaj koji prouzrokuje uznemirenost ili štetu i negativno doprinosi zdravlju i opštoj dobrobiti osobe koja mu je izložena.

Lažna vest (engl. fake news) jeste neistinita, često senzacionalna informacija koja se širi pod maskom novinskog izveštavanja.

Imaj na umu da u ovom upitniku ne postoje tačni i pogrešni odgovori. Važno nam je da saznamo tvoje lično mišljenje i zato te molimo da iskreno odgovaraš na pitanja, kako bismo svi zajedno doprineli da medijski sadržaji budu kvalitetniji i primereniji potrebama i interesovanjima mladih.

Popunjavanje upitnika je anonimno i traje oko 15 minuta.

Hvala ti mnogo što učestvuješ u ovom istraživanju! ☺

1. Koliko godina imaš? _____

2. Kog si pola? **Ž** **M**

3. Koliko često radiš sledeće stvari:

	Nikada	Skoro nikada	Barem jednom mesečno	Barem jednom nedeljno	Svaki ili skoro svaki dan	Više puta dnevno
a) Čitaš štampane medije (novine, časopise)	1	2	3	4	5	6
b) Koristiš mobilni telefon	1	2	3	4	5	6
c) Koristiš desktop računar, laptop ili netbuk	1	2	3	4	5	6
d) Koristiš tablet	1	2	3	4	5	6
e) Gledaš televiziju	1	2	3	4	5	6

4. Koliko, otprilike vremena dnevno provodiš na internetu tokom uobičajenog radnog dana (kada se ide u školu)? (Označi samo jedan odgovor.)

- ☐ Malo ili nimalo
- ☐ Oko pola sata
- ☐ Oko 1 sat
- ☐ Oko 2 sata

- ☐ Oko 3 sata
- ☐ Oko 4 sata
- ☐ Oko 5 sati
- ☐ Oko 6 sati
- ☐ Oko 7 sati i duže
- ☐ Ne mogu tačno da procenim

5. Koliko, otprilike vremena dnevno provodiš na internetu tokom uobičajenog dana za vikend? (Označi samo jedan odgovor.)

- ☐ Malo ili nimalo
- ☐ Oko pola sata
- ☐ Oko 1 sat
- ☐ Oko 2 sata
- ☐ Oko 3 sata
- ☐ Oko 4 sata
- ☐ Oko 5 sati
- ☐ Oko 6 sati
- ☐ Oko 7 sati i duže
- ☐ Ne mogu tačno da procenim

6. U poslednjih godinu dana, koliko često si u medijima viđao/la nešto što ti je zasmetalo ili te je uznemirilo, uplašilo, naljutilo ili izazvalo neku negativnu emociju? (Označi samo jedan odgovor.)

- ☐ Nikada
- ☐ Nekoliko puta
- ☐ Barem jednom mesečno
- ☐ Barem jednom nedeljno
- ☐ Svaki ili skoro svaki dan
- ☐ Ne znam
- ☐ Ne želim da odgovorim

7. U poslednjih godinu dana, koliko često si u medijima viđao/la navedene sadržaje: (U svakom redu označi jedan odgovor.)

	Nikada	Nekoliko puta	Barem jednom mesečno	Barem jednom nedeljno	Svaki ili skoro svaki dan
a) Nepristojan i vulgaran jezik, ružne i okrutne poruke, psinke, uvrede, itd.)	1	2	3	4	5
b) Govor mržnje, odnosno poruke mržnje kojima se napadaju i diskriminišu određene grupe ljudi	1	2	3	4	5

(druge boje kože, veroispovesti, nacionalnosti, seksualne orijentacije)					
c) Sadržaji u kojima su prikazani fizičko nasilje i krv, povređivanje drugih (ljudi ili životinja)	1	2	3	4	5
d) Eksplicitni seksualni i pornografski sadržaji	1	2	3	4	5
e) Seksualno nasilje, seksualna eksploatacija i zlostavljanje dece	1	2	3	4	5
f) Opasno ponašanje i zastrašujuće scene	1	2	3	4	5
g) Teroristički sadržaji i aktivnosti (npr. podsticanje na terorizam)	1	2	3	4	5
h) Sadržaji kojima se promovišu anoreksija, bulimija ili „inspiracija da se bude mršav“	1	2	3	4	5
i) Iskustva drugih u vezi sa uzimanjem droga, alkohola ili drugih štetnih supstanci	1	2	3	4	5
j) Načini na koje čovek može sebe fizički da povredi (samopovređivanje)	1	2	3	4	5
k) Načini na koje može da se izvrši samoubistvo	1	2	3	4	5
l) Obmanjujući sadržaji (tzv. „fake news“ ili lažne vesti, političko oglašavanje, manipulacija i dezinformisanje javnosti u različite svrhe)	1	2	3	4	5
m) Sadržaji kojima se promovise prodaja ilegalne robe (npr. droge, oružja, itd.)	1	2	3	4	5

8. Koliko često si gorenavedene sadržaje viđao/la na sledećim mestima: (U svakom redu označi jedan odgovor.)

	Nikada	Nekoliko puta	Barem jednom mesečno	Barem jednom nedeljno	Svaki ili skoro svaki dan
a) U štampanim medijima (npr. novinama ili časopisu)	1	2	3	4	5
b) Na televiziji, u seriji ili filmu	1	2	3	4	5

c) Na televiziji, u rijaliti programu (npr. Zadruga, Parovi, itd.)	1	2	3	4	5
d) Na nekom veb-sajtu na internetu (npr. onlajn novinama)	1	2	3	4	5
e) Na platformi ili sajtu za deljenje video-snimaka na internetu (npr. You Tube)	1	2	3	4	5
f) Na platformi za deljenje fotografija na internetu (npr. Instagram, Fliker)	1	2	3	4	5
g) Na nekoj društvenoj mreži (npr. Fejsbuk, Tviter)	1	2	3	4	5
h) Na sajtu koji je označen kao sajt samo za odrasle (npr. pornografskog sadržaja)	1	2	3	4	5
i) U sadržajima koji „iskaču“ na internetu (neželjeni prozori koji se pojavljuju tokom pretraživanja interneta)	1	2	3	4	5
j) U poruci koja ti je poslata preko nekog servisa za četovanje (npr. Viber, Whatsapp, Messenger)	1	2	3	4	5
k) U imejlu	1	2	3	4	5
l) U reklami na internetu	1	2	3	4	5
m) Na neki drugi način	1	2	3	4	5

9. Kada pomisliš na poslednji put kada si video/la štetan sadržaj u medijima, kako si se osećao/la u vezi sa tim? (U svakom redu označi jedan odgovor.)

	Nimalo	Malo	Prilično	Veoma
f) uznemireno	1	2	3	4
g) uplašeno	1	2	3	4
h) zabrinuto	1	2	3	4
i) krivo	1	2	3	4
j) prevareno	1	2	3	4

k) nemoćno	1	2	3	4
l) ljuto	1	2	3	4
m) iznervirano	1	2	3	4

10. Šta radiš kada se tokom korišćenja interneta susrećeš sa štetnim ili neprimerenim sadržajem? (U svakom redu označi jedan odgovor.)

	Nikada	Retko	Povremeno	Često
a) Ignorišem ga, jer sam se navikao/la na to	1	2	3	4
b) Odgledam ga, iako me to prvobitno nije zanimalo	1	2	3	4
c) Odmah napustim tu veb-stranicu, zatvorim prozor ili aplikaciju	1	2	3	4
d) Blokiram tu veb-stranicu ili reklamu kako mi se ubuduće ne bi pojavljivala	1	2	3	4
e) Razgovaram sa svojim prijateljima o tome što sam video/la	1	2	3	4
f) Razgovaram o tome sa roditeljima ili drugim bliskim odraslim osobama	1	2	3	4
g) Prijavim štetan sadržaj (npr. na društvenoj mreži ili na platformi za deljenje video-sadržaja)	1	2	3	4
h) Tražim tehničku podršku od platforme ili servisa na kojem se nalazi takav sadržaj	1	2	3	4

11. Po tvom mišljenju, u kojoj meri štetni sadržaji na internetu NEGATIVNO utiču na: (U svakom redu označi jedan odgovor.)

	Nimalo	Malo	Prilično	Veoma
a) TEBE LIČNO	1	2	3	4
b) TVOJE VRŠNJAKE	1	2	3	4
c) DRUŠTVO U CELINI	1	2	3	4

12. Po tvom mišljenju, u kojoj meri lažne vesti na internetu NEGATIVNO utiču na: (U svakom redu označi jedan odgovor.)

	Nimalo	Malo	Prilično	Veoma
a) TEBE LIČNO	1	2	3	4
b) TVOJE VRŠNJAKE	1	2	3	4
c) DRUŠTVO U CELINI	1	2	3	4

13. **U kojoj meri se slažeš sa navedenim tvrdnjama koje se odnose na štetne sadržaje u medijima:** (U svakom redu označi jedan odgovor.)

	Uopšte se ne slažem	Ne slažem se	Neodlučan/na sam	Delimično se slažem	U potpunosti se slažem
a) U medijima ima više štetnih nego korisnih sadržaja	1	2	3	4	5
b) Smeta mi kada mi na ekranu „iskoči” neki sadržaj koji nisam tražio/la	1	2	3	4	5
c) Lako mogu da pristupim štetnim sadržajima na internetu	1	2	3	4	5
d) Znam kako da blokiram neželjene sadržaje i reklame	1	2	3	4	5
e) Znam kome mogu da prijavim štetne sadržaje na internetu	1	2	3	4	5
f) Roditelji mi ograničavaju ili zabranjuju pristup određenim sadržajima na internetu	1	2	3	4	5
g) Na školskim računarima nam je onemogućen pristup štetnim sadržajima i određenim veb-sajtovima	1	2	3	4	5
h) Plasiranjem štetnih sadržaja u medijskim sadržajima koji su namenjeni mladima ugrožavaju se njihova prava	1	2	3	4	5

14. **U kojoj meri se slažeš sa navedenim tvrdnjama koje se odnose na lažne vesti:**

	Uopšte se ne slažem	Ne slažem se	Neodlučan/na sam	Delimično se slažem	U potpunosti se slažem
a) U medijima ima više „lažnih” nego „pravih” vesti	1	2	3	4	5
b) Teško mi je da procenim koja vest je „lažna” a koja „prava”	1	2	3	4	5
c) Dešavalo mi se da na internetu podelim neku vest za koju kasnije saznam da je lažna	1	2	3	4	5
d) Znam kome mogu da prijavim vest za koju	1	2	3	4	5

sumnjam da je lažna					
e) U školi nas podučavaju veštinama medijske pismenosti, odnosno kako da razlikujemo lažne vesti od pravih vesti	1	2	3	4	5
f) Zbog prisustva lažnih vesti sve manje verujem medijima	1	2	3	4	5
g) Mislim da bi država trebalo da sankcioniše one koji šire lažne vesti	1	2	3	4	5
h) Zabranom plasiranja određenih sadržaja u medijima ugroziće se sloboda medija	1	2	3	4	5

Hvala ti mnogo na popunjavanju upitnika!

Ovaj instrument (upitnik) vlasništvo je Užičkog centra za prava deteta. Nije dozvoljeno umnožavanje, kopiranje, korišćenje ili distribuiranje upitnika ili bilo kog njegovog dela bez prethodnog pisanog odobrenja Užičkog centra za prava deteta. Nepoštovanje uslova korišćenja smatra se povredom autorskog prava u skladu sa odredbama važećeg Zakona o autorskom i srodnim pravima, te podleže materijalnom i krivičnom gonjenju.