



NAJAVA ZA MEDIJE

DJECA CRNE GORE U PROSJEKU OKO OSAM SATI DNEVNO PROVODE ISPRED RAZNIH EKRANA

Prvo nacionalno reprezentativno istraživanje s djecom uzrasta 9–17 godina i njihovim roditeljima o korišćenju raznih medija sprovedeno je u okviru kampanje medijske pismenosti Agencije za elektronske medije i UNICEF-a „Birajmo šta gledamo“.

U ponedjeljak, 12. novembra 2018.g. u 10.00 sati, u prostorijama Agencije za elektronske medije Crne Gore (Bulevar Svetog Petra Cetinjskog br. 9, Podgorica) biće predstavljene ključni rezultati prvog nacionalno reprezentativnog istraživanja o korišćenju medija od strane djece i roditelja u Crnoj Gori.

Istraživanje je sprovedeno u okviru kampanje medijske pismenosti Agencije za elektronske medije i UNICEF-a „Birajmo šta gledamo“.

Na **pres konferenciji** će tim povodom govoriti **mladi reporteri ove kampanje Milica Vujošević i Matija Sekulić**, direktor Agencije za elektronske medije **Abaz Beli Džafić**, šef predstavništva UNICEF-a **Osama Kogali**, ambasador dobre volje UNICEF-a za Crnu Goru **Antonije Pušić (Rambo Amadeus)** i direktor istraživačke agencije Ipsos u Crnoj Gori, koja je sprovedla ovo istraživanje, **Vladimir Raičević**.

Istraživanje je, između ostalog, pokazalo da u prosjeku dijete uzrasta 12–17 godina provede oko osam sati dnevno ispred raznih ekrana – tri i po sata dnevno koristi mobilni telefon, oko dva sata dnevno gleda TV, oko sat i po je ispred kompjutera ili laptopa, nešto manje od sat vremena dnevno igra igrice i oko dvadesetak minuta dnevno provede ispred tableta.

Međutim, 6 od 10 roditelja nijesu zabrinuti količinom vremena koje njihova djeca provode uz neki od ekrana, već misle da im djeca imaju dobru ravnotežu između vremena provedenog ispred ekrana i vremena za druge aktivnosti.

Međugeneracijski jaz u korišćenju medija prisutan je u Crnoj Gori: djeca uzrasta 12–17 godina prvo se informišu preko interneta, dok njihovi roditelji prve informacije potraže na televiziji.

Ipak, televizija je medij od najvećeg stepena povjerenja i za djecu i za roditelje. Međutim, roditelji pokazuju znatno veću rezervisanost prema društvenim mrežama u odnosu na djecu.

Skoro 40% djece smatra da je teško prepoznati netačnu vijest na televiziji, dok to isto priznaje jedna trećina roditelja.

Za termin *fake news* čulo je 38% djece uzrasta 12 do 17 godina i 49% roditelja, ali većina ne zna njegovo značenje.

Svako drugo dijete kaže da se dešava da roditelji, kada su zauzeti, upale TV ili you-tube i puste ga/je da gleda šta hoće da bi završili svoje obaveze na miru, dok oko 40% roditelja priznaje da to radi često ili s vremena na vrijeme.

Svako drugo dijete kaže da je gledalo TV sadržaj s oznakom da nije za njegov/njen uzrast.

Kada je porodica na okupu i gleda TV, i djeca i roditelji kažu da je u većini slučajeva daljinski upravljač kod oca, pa samim tim i odgovornost biranja medijskih sadržaja adekvatnih za djecu.

Kada su u pitanju najomiljeniji TV sadržaji djece, oni su prvenstveno zabavnog i sportskog karaktera: mlađa djeca (4–11 godina) najviše vole da gledaju dječji program, dok stariji uzrast (12–17) najviše prati filmove, sport i muziku.

Djeca procjenjuju da medijske sadržaje koji odgovaraju njihovim potrebama, interesovanjima i uzrastu mogu najprije pronaći na internetu, pa na inostranim kablovskim TV kanalima, što domaćoj medijskoj produkciji postavlja nove izazove.

Svako drugo dijete (47%) zainteresovano je da učestvuje u produkciji TV programa za djecu, a svaki drugi roditelj (49%) bi podržao svoje dijete u tome.

Međutim, polovina roditelja ne bi poslala dijete na TV takmičenja u pjevanju, plesu, glumi i slično, jer smatra da je za dijete bolje da kritiku stručnjaka dobije bez pritiska javnosti.

Zabrinjavajuće je da svako peto dijete uzrasta 9–17 godina nije pročitalo nijednu knjigu (van školskih zadataka) u posljednjih godinu dana, kao ni 43% njihovih roditelja.

Konačno, većina djece i roditelja tokom posljednjih godinu dana nijednom nijesu bili u pozorištu, bioskopu, muzeju ili na izložbi slika, što ukazuje na krizu kulture za djecu, mlade i roditelje.

Istraživanje o korišćenju medija sprovedeno je na nacionalno reprezentativnom uzorku od 1050 roditelja i 655 djece uzrasta 9–17 godina kroz upitnik koji se popunjavao u domaćinstvima širom Crne Gore tokom avgusta 2018.

Istraživanje je sprovedeno u okviru kampanje medijske pismenosti „Birajmo šta gledamo”, koju je Agencija za elektronske medije pokrenula uz podršku UNICEF-a s ciljem podsticanja razvoja medijske pismenosti djece i roditelja, kao i jačanja kapaciteta medija da prave kvalitetne medijske sadržaje s djecom i mladima i da na etički korektan način izvještavaju o svim pitanjima prava djeteta u Crnoj Gori.

###

PREZENTACIJA KLJUČNIH NALAZA ISTRAŽIVANJA O DJECI, RODITELJIMA I MEDIJIMA U CRNOJ GORI

Press konferencija

12. novembar 2018.

Agencija za elektronske medije, (Bulevar Svetog Petra Cetinjskog br. 9, Podgorica)

10.00-10.20 Govori:

- mladi reporteri kampanje medijske pismenosti „Birajmo šta gledamo” **Milica Vujošević i Matija Sekulić**
- direktor Agencije za elektronske medije Crne Gore **Abaz Beli Džafić**
- šef predstavništva UNICEF-a za Crnu Goru **Osama Kogali**
- ambasador dobre volje UNICEF-a za Crnu Goru **Antonije Pušić (Rambo Amadeus)**

10.20-10.35 • Presentacija ključnih nalaza istraživanja – direktor istraživačke agencije Ipsos u Crnoj Gori **Vladimir Raičević**

10.35-10.50 • Pitanja medija

Za više informacija kontaktirati:

Elviru Ceković, rukovoditeljku službe za odnose s javnošću i opšte poslove Agencije za elektronske medije Crne Gore, 067 815 168, elvira.cekovic@aemcg.org

Jelenu Perović, koordinatorku komunikacija UNICEF-a CG, 069 225 315, jperovic@unicef.org