

# ALTERNATIVNI IZVEŠTAJ O POLOŽAJU I POTREBAMA MLADIH U REPUBLICI SRBIJI 2022



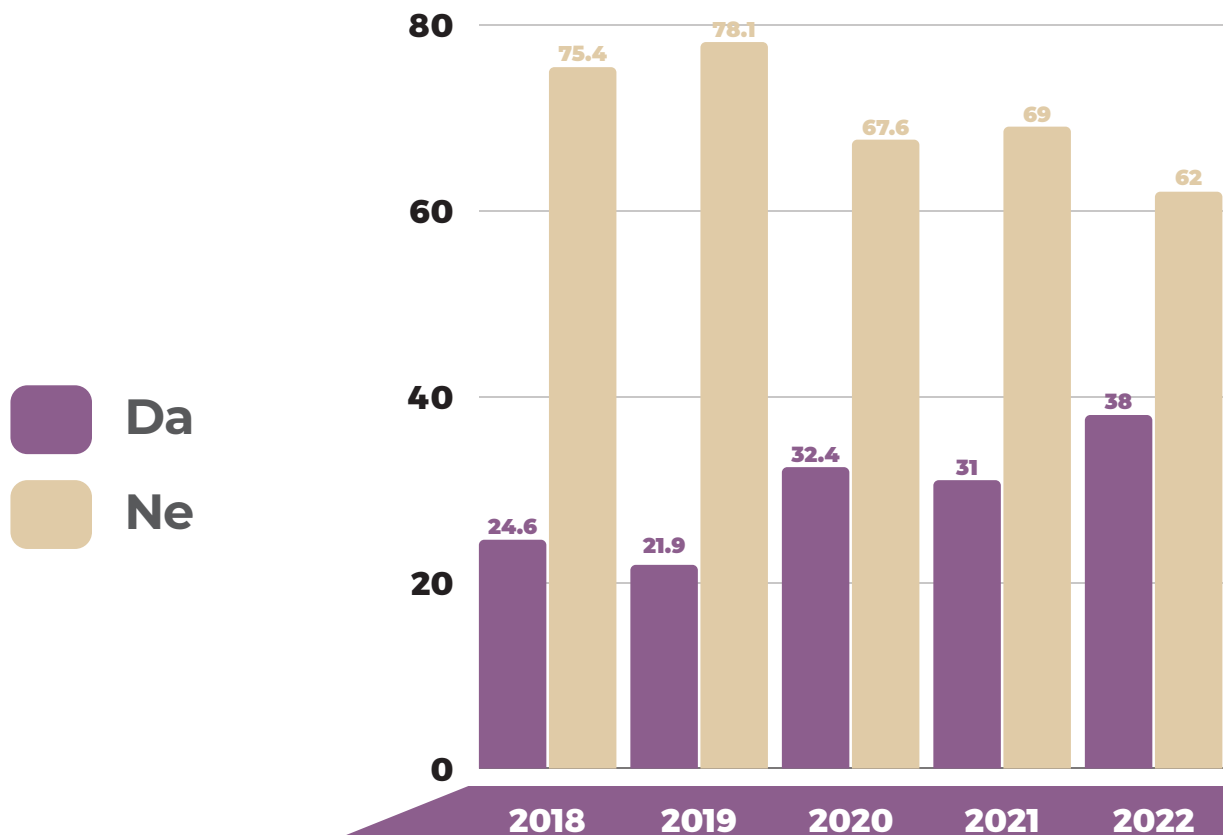
MEDIJI, DRUŠTVENE MREŽE  
**I APLIKACIJE**

# STAVOVI MLADIH PREMA MEDIJIMA, DRUŠTVENIM MREŽAMA I APLIKACIJAMA KOJE KORISTE.



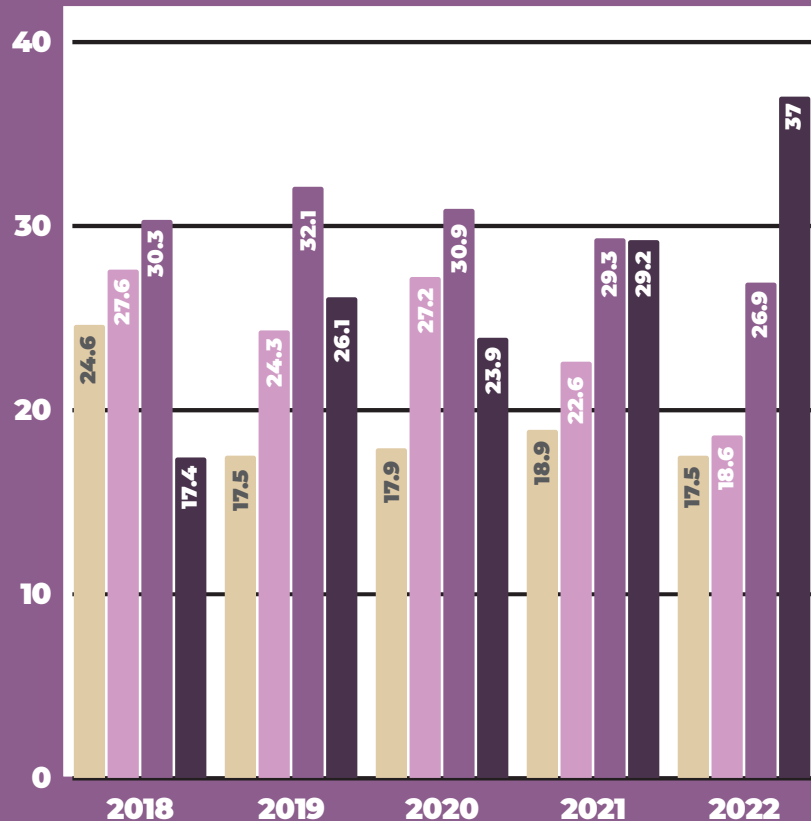
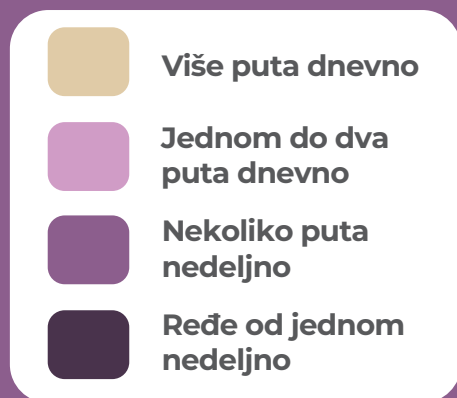
Krovna organizacija mladih Srbije već četiri godine sprovodi istraživanja o zastupljenosti mladih u medijima, a jedno takvo sprovedeno je 2020. Istraživanje koje je objavljeno u 2021. godini rađeno je u novembru 2020. i fokusiralo se na tri grupe medija. Kod mejnstrim medija uočeno je da je „tema crne hronike postala toliko sveprisutna da ostavlja u senci sve druge teme od značaja za mlade, uz rizik da ukupna slika o mlađoj populaciji u ovoj grupi medija, pod pritiskom izveštavanja o kriminalu, ostane dominantno negativna“. S druge strane, posmatrani omladinski mediji (internet portali) bili su usmereni ka mladima i pokazali su otvorenost za osetljive grupe i žanrovsku raznolikost.

## DA LI KORISTITE INSTALIRANE NJUZ APLIKACIJE NA TELEFONU ?



Pitali smo mlade da li koriste instalirane njuz aplikacije (aplikacije različitih portala, medija koje obavještavaju o aktuelnostima, vestima) na telefonu. Nešto više od trećine mladih ih koristi.

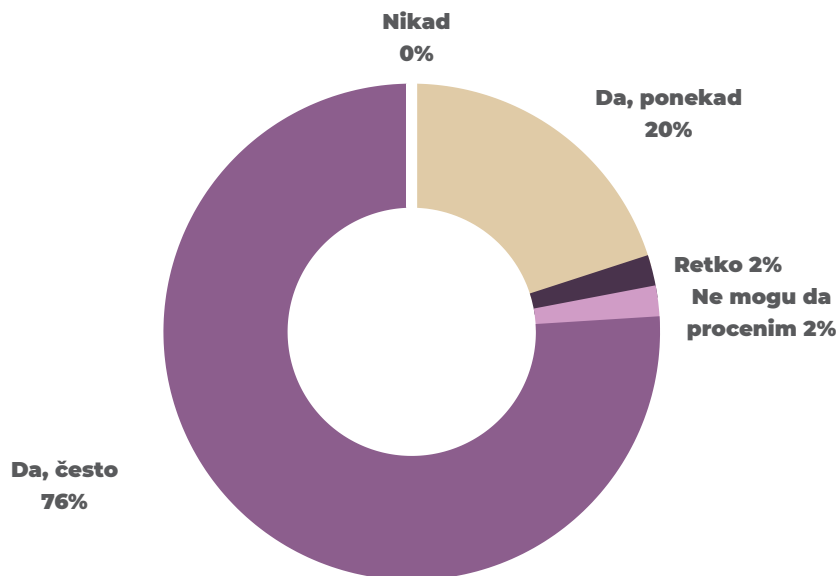
## KOLIKO ČESTO POSEĆUJETE INFORMATIVNE SAJTOVE/ APLIKACIJE?



Pitali smo mlade koliko često posećuju informativne sajtove i aplikacije i činjenica je da se više od polovine njih tek nekoliko puta nedeljno ili ređe od jednom nedeljno informiše kroz informativne sajtove i aplikacije. Procenat onih koji se informišu više puta dnevno preko informativnih sajtova i aplikacija iznosi 17,5%, što je slično kao i prethodne godine.

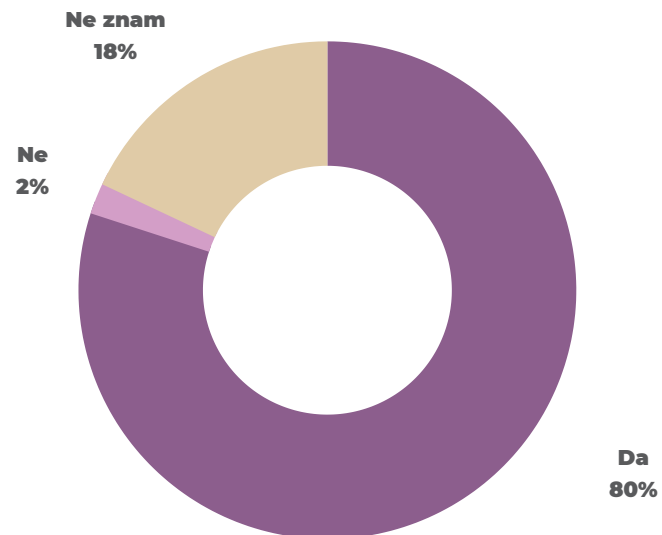
## SUSRETANJE SA LAŽNIM VESTIMA

Pitali smo mlade i da li se prilikom informisanja susreću sa vestima i informacijama koje smatraju lažnim. Takođe smo ih pitali da li smatraju da umeju da prepoznaju lažne vesti. Odgovori su sledeći:

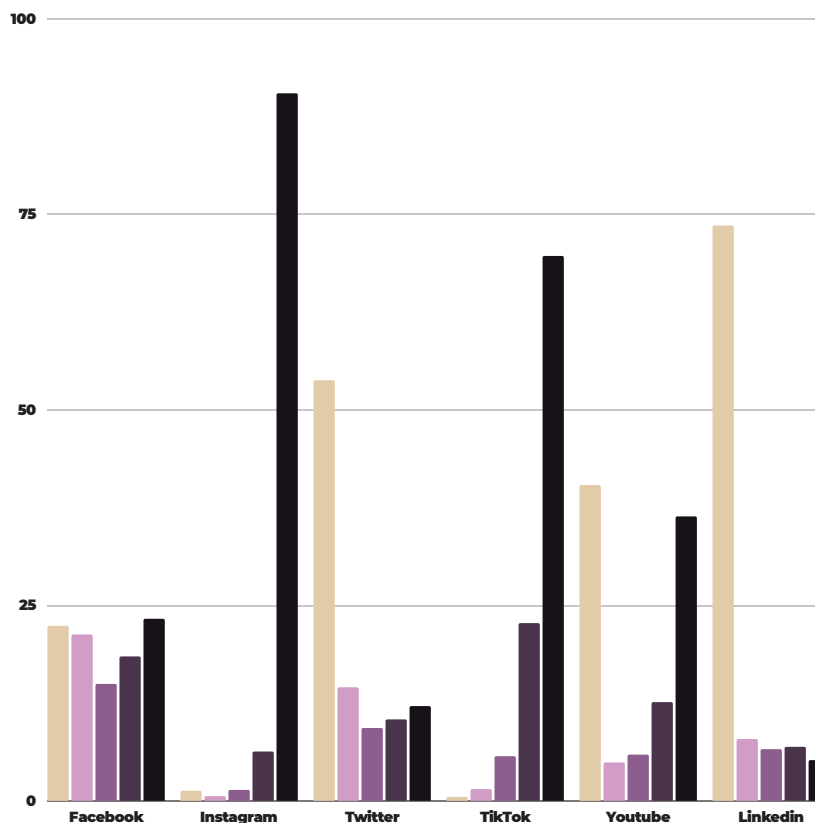


## PREPOZNAVANJE LAŽNIH VESTI

Četiri petine mladih smatraju da umeju da prepoznaju lažnu vest, da ne ume da prepozna kaže 2%, a 18% kaže da ne zna da li ume da prepozna lažne vesti. Procenti su na gotovo istom nivou kao i 2020. i 2021. godine.

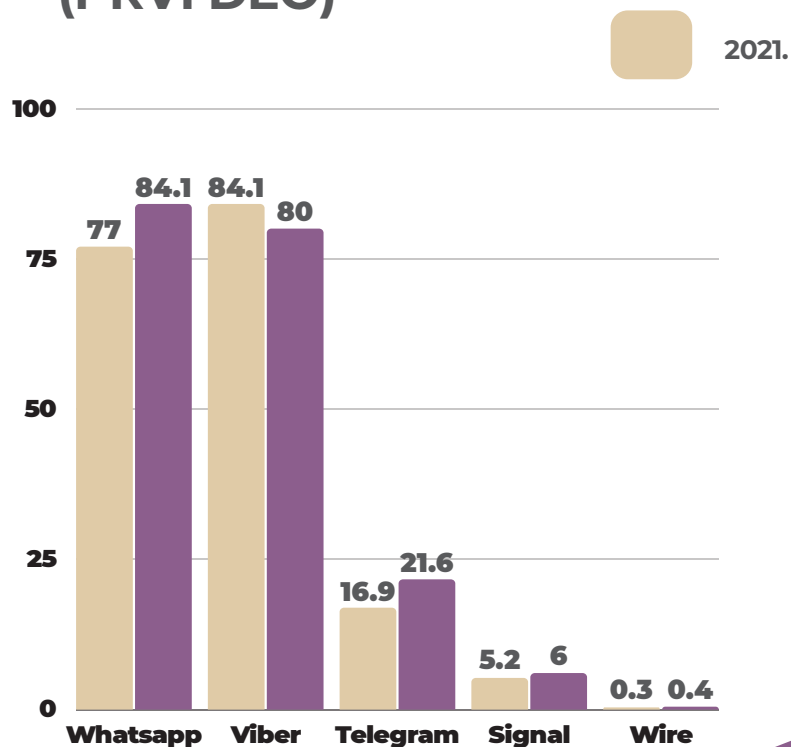


# KOLIKO ČESTO KORISTIŠ DRUŠTVENE MREŽE?



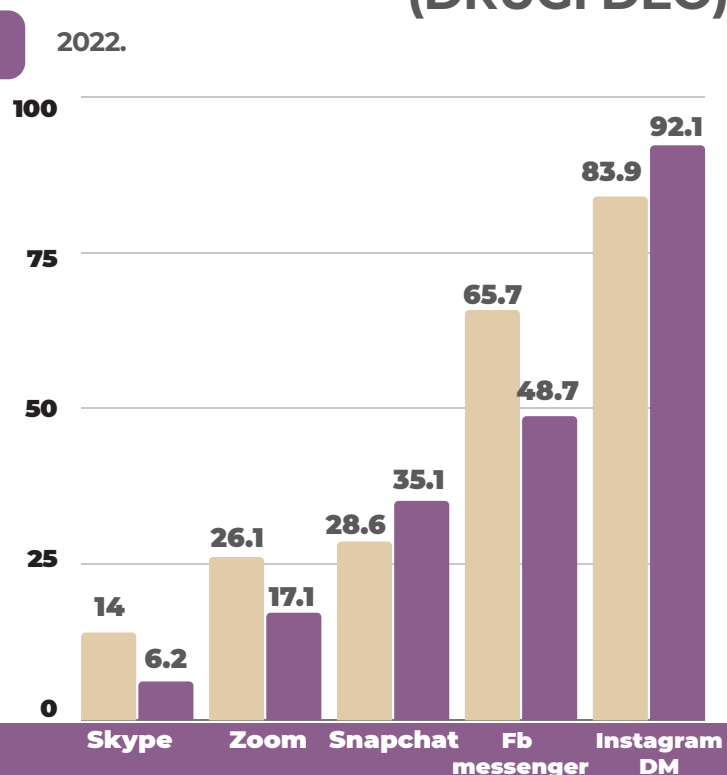
Pitali smo mlade i koliko često koriste društvene mreže ukoliko imaju profile na njima. Instagram svakodnevno koristi 9/10 ispitanika, a Tik-Tok 7/10 ispitanika. LinkedIn, Facebook i Twitter svakodnevno koristi manje od 1/4 ispitanika.

## KOJE APLIKACIJE KORISTITE ZA KOMUNICIRANJE? (PRVI DEO)



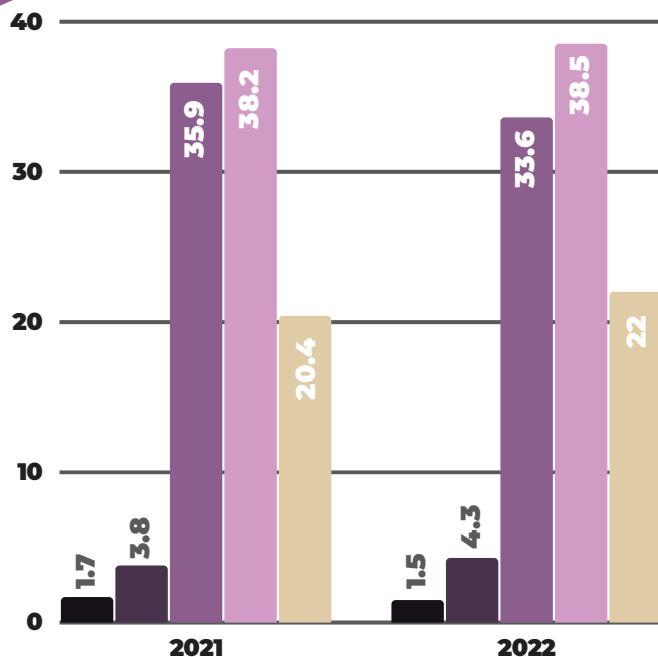
Pitali smo mlade koje aplikacije za komuniciranje koriste, najviše njih koristi Instagram direktne poruke (92,1%) i WhatsApp (84,1%), zatim Viber (80%). Korišćenje Fejsbuk mesindžera, kao i društvene mreže u celini je u padu, dok je aplikacija koja je zabeležila najveći relativni rast Telegram.

## KOJE APLIKACIJE KORISTITE ZA KOMUNICIRANJE? (DRUGI DEO)

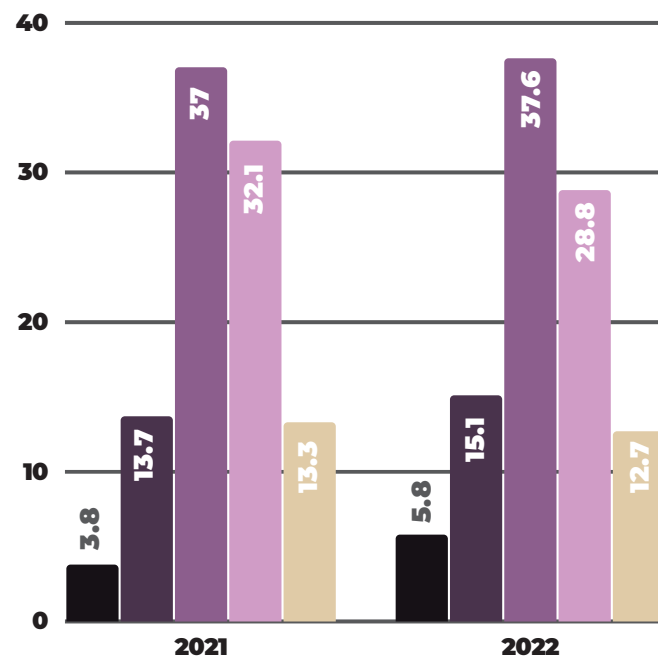


Uticaj društvenih mreža na različite aspekte života sve je češći predmet proučavanja stručnjaka, ali i tema u javnosti, pa i popularnoj kulturi. Približavamo se periodu u kojem najmlađi mladi (15 godina) neće poznavati svet bez društvenih mreža. U tom kontekstu, pitali smo mlade da ocene uticaj društvenih mreža na svoj život. Dok je kod komunikacije, obrazovanja i posla ocena pretežno pozitivna ili neutralna, postoji značajan broj mladih (45%) koji negativno ocenjuje uticaj društvenih mreža na svoje slobodno vreme.

## KAKO DRUŠTVENE MREŽE UTIČU NA VAŠU KOMUNIKACIJU SA DRUGIMA?

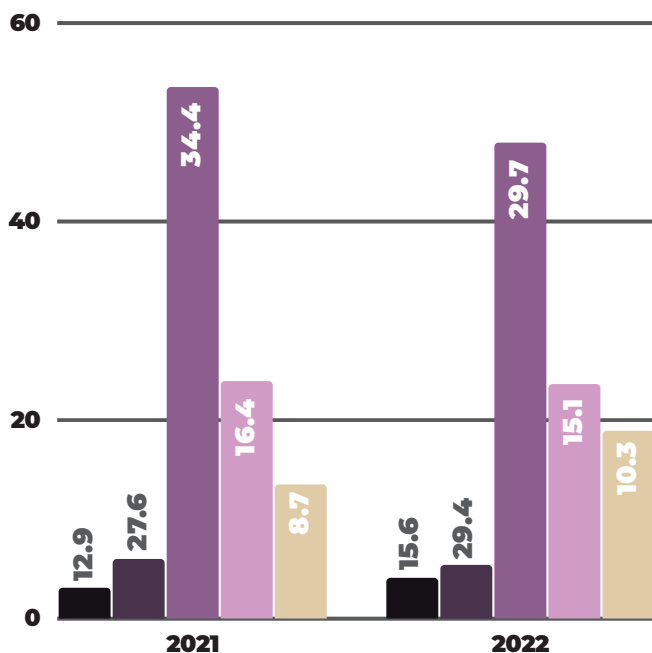


## UTICAJ DRUŠTEVNIH MREŽA NA OBRAZOVANJE

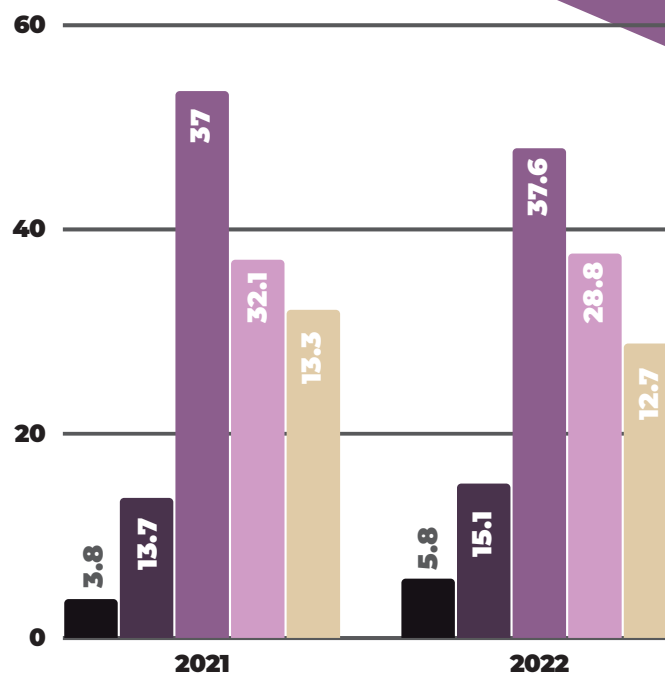




## KAKO DRUŠTVENE MREŽE UTIČU NA VAŠ POSAO?



## KAKO DRUŠTVENE MREŽE UTIČU NA VAŠE SLOBODNO VREME?





## ZAKLJUČAK



Tek nešto više od 1/3 mladih koristi njuz aplikacije na telefonima, a više puta dnevno se informiše (posećuje informativne sajtove/aplikacije) tek 17,5% mladih. Tri četvrtine mladih rekla su da se često susreću sa lažnim vestima, a četiri petine smatraju da umeju da ih prepoznaju. Od društvenih mreža, mladi najčešće koriste Instagram, Tik-Tok i Jutjub. Instagram svakodnevno koristi 9/10 mladih ispitanika. Upravo Instagram direktne poruke najčešće koriste za komuniciranje, a slede WhatsApp i Viber. U pogledu uticaja društvenih mreža na život, mladi smatraju da im negativno najviše utiču na slobodno vreme.

# PREPORUKE:



Unaprediti medijsku pismenost, posebno kada je reč o novim medijima, u skladu sa najvišim obrazovnim standardima.

**Akteri:** Vlada RS; MPNTR

02

Raditi na unapređenju informisanja mladih, kao i na kreiranju većeg i kvalitetnijeg medijskog sadržaja za mlade i o njima – oslanjati se više na činjenice i mogućnosti da se reaguje na dobijene informacije.

**Akteri:** MOS; mediji; regulatorna tela za elektronske medije; KOMS; udruženja građana; udruženja mladih i za mlade

01

Sprovesti istraživanje o uticaju društvenih mreža na sve aspekte života i psihološki razvoj mladih u Srbiji, u cilju utvrđivanja potencijalnih negativnih efekata i planiranja njihovog adresiranja.

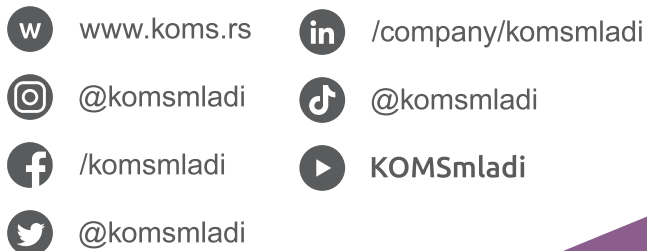
**Akteri:** Ministarstvo kulture i informisanja; eksperti; civilno društvo

04

Obučiti mlade kroz neformalno obrazovanje da kritički promatraju i prosuđuju plasirani sadržaj u medijima.

**Akteri:** MOS; KOMS; mediji; udruženja građana; udruženja mladih i za mlade; UNS; NUNS

03



Ova brošura je nastala u okviru projekta „Civilno društvo za unapređenje pristupanja Srbije Evropskoj uniji“ koji Krovna organizacija mladih Srbije realizuje u partnerstvu sa Beogradskom otvorenom školom i uz podršku Švedske. Stavovi i mišljenja autora izneti u ovoj brošuri ne predstavljaju nužno i mišljenje partnera i donatora. Ilustracije unutar brošure kreirao Storyset/Freepik.

