



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE
Broj: 02-277
Podgorica, 17.02.2017. godine

PROGRAM RAZVOJA
MEDIJSKE PISMENOSTI U CRNOJ GORI

SADRŽAJ

1. Uvod	3
2. Cilj Programa	4
3. Ciljne grupe	4
4. Vremenski i finansijski okvir za sprovođenje Programa	5
5. Partneri	5
6. Aktivnosti	6
7. Evaluacija i izvještavanje	9

1. Uvod

U sferi informisanja, u Crnoj Gori smo posljednjih godina svjedoci ekspanzije različitih medija i izvora informisanja koji, na dnevnoj osnovi, plasiraju velike količine informacija javnosti. Istovremeno, evidentan je pad u kvalitetu medijskog izvještavanja i poštovanju profesionalnih standarda u ovoj oblasti. Javnosti su sve dostupnije različite platforme za distribuciju informacija i razmjenu medijskih sadržaja što sve pred konzumente ovih sadržaja različitih generacija stavlja značajne izazove u smislu adekvatne recepcije i korišćenja podataka do kojih dolaze ovim putem. Paradoksalno, povećanjem količine informacija i diverzifikacijom izvora i distributivnih kanala, nije došlo do poboljšanja kvaliteta informisanja javnosti. Štaviše, može se reći da postoji opšti konsenzus da se situacija u ovoj oblasti stalno pogoršava, bez naznaka da bi u doglednom periodu moglo doći do pozitivnih promjena.

Obrazovni sistem, koji se tradicionalno temelji na učenju činjenica, potaje sve manje relevantan u svijetu kada su informacije dostupne mnogo brže i u mnogo većem obimu nego ranije. Zato je u današnje vrijeme neophodno steći znanja o tome kako pronaći željenu i pouzdanu informaciju. Osim toga, potrebno je posjedovati vještine za analiziranje i procjenu da li je informacija koju smo pronašli korisna i eliminaciju svih pogrešnih i suvišnih podataka.

Ova znanja i vještine, koje su ljudima potrebni još od djetinjstva, ne stiču se u dovoljnoj mjeri kroz formalno obrazovanje i vaspitanje. U današnje vrijeme, kada su ljudi izloženi velikom broju medija i ogromnoj količini informacija, ova vrsta vještina postaje sve potrebna u svakodnevnom životu.

Kada govorimo o izloženosti medijima, u najširem smislu riječi, koji uključuje i digitalne, onlajn medije i društvene mreže koje igraju sve značajniju ulogu u našem svakodnevnom informisanju, osim oštećenja obrazovanja, potreban nam je sasvim specifičan set vještina, koje možemo nazvati medijskom pismenošću. U srži ove vrste pismenosti leže kritičke i kreativne vještine i znanja koji su potrebni za povezivanje složenih ideja, prepoznavanje dezinformacija, manipulacija i formiranje mišljenja na osnovu nepristrasnih i pouzdanih informacija. Pritom, posebne vještine potrebne su za različite formate medijskih poruka kojima smo svakodnevno izloženi: pisane, audio, vizuelne, ili njihove kombinacije.

Između ostalog, medijska pismenost uključuje sljedeće elemente ili ishode učenja:

- Razumijevanje uloge i funkcije medija u demokratskim društvima;
- Razumijevanje uslova pod kojima mediji mogu ispuniti ovu funkciju;

- Kritička evaluacija medijskih sadržaja;
- Vještine neophodne za proizvodnju sadržaja od strane korisnika.

Ovim pitanjima se posvećuje sve veća pažnja od strane međunarodnih institucija i organizacija. Evropska komisija smatra da je sa naglim razvojem tehnologije i njenim sve većim korišćenjem u biznisu, obrazovanju i kulturi, važno obezbijediti da svako može razumjeti digitalne medije i ostvariti interakciju ovim putem. U tom smislu, smatra se da je medijska pismenost od ključnog značaja za ekonomski razvoj i otvaranje novih radnih mjesta. Digitalne tehnologije su glavni pokretač konkurentnosti i inovacije u medijskom, informacionom i sektoru komunikacionih tehnologija. Evropska komisija stoga posvećuje posebnu pažnju ovoj oblasti u smislu podrške koju pruža brojnim istraživanjima na ovu temu, kao i projektima i kampanjama koji se bave promocijom medijske pismenosti.

Kao nezavisni regulatorni organ u audiovizuelnom medijskom sektoru, Agencija za elektronske medije je od osnivanja posvećivala posebnu pažnju promovisanju značaja medijske pismenosti u Crnoj Gori. Poseban focus u prethodnom periodu bio je stavljen na podizanje nivoa svijesti u vezi sa značajem zaštite maloljetnika od negativnog uticaja određenih medijskih sadržaja. Agencija planira da se i u narednom periodu bavi ovim pitanjima, a osim svojih redovnih planira i određene promotivne aktivnosti usmjerene na podizanje stepena svijesti o značaju i potrebi unaprjeđenja medijske pismenosti u Crnoj Gori.

2. Cilj programa

Krajnji cilj ovog programa je podizanje medijske pismenosti u Crnoj Gori na veći nivo, kroz sprovođenje različitih aktivnosti. Veoma važan aspekt ovog procesa je obezbjeđivanja šire društvene podrške i učešća najrelevantnijih subjekata u njihovom sprovođenju.

Osim toga, obazbjeđivanje kontinuiteta čitavog procesa zahtijeva i stručno osposobljavanje kako zaposlenih u Agenciji, tako i drugih subjekata i pojedinaca za kompetentno i efikasno unaprjeđivanja nivoa medijske pismenosti u Crnoj Gori.

Sredstva za ostvarivanje ovih ciljeva biće detaljnije razrađena u o ovom dokumentu, kao i u posebnim projektima koji će se pripremiti na osnovu njega.

3. Ciljne grupe

Promotivna kampanja i ostale komunikacione aktivnosti definisane ovim programom, za koje će se koristiti tradicionalni i interaktivni kanali komunikacije, biće usmjerena na opštu

crnogorsku javnost, sa fokusom na određene ciljne grupe: djecu, omladinu i roditelje maloljetne djece.

Izbor je pao na ove ciljne grupe zbog značaja zaštite maloljetnika od štetnih audiovizuelnih sadržaja kojima mogu biti izloženi, kao i zbog informisanja roditelja o najznačajnim aspektima ovog problema, i uspostavljanja komunikacije u cilju pronalaženja najboljih rješenja za stvaranje okruženja koje će biti stimulativno za mentalni i fizički razvoj maloljetnika u audiovizuelnom medijskom okruženju.

Agencija smatra da, osim značajne uloge koju i sama ima u ovom procesu, mora imati i aktivnu komunikaciju sa širom društvenom zajednicom u vezi sa svakodnevnim promjenama na tržištu audiovizuelnih medija, na koje treba usmjeriti neophodnu pažnju. U tom smislu, smatra se nezamjenjivim i neposredan odnos sa samim roditeljima i maloljetnicima, osim uobičajenog djelovanja na ove grupe putem tradicionalnih jednosmjernih kanala komunikacije.

4. Vremenski i finansijski okvir za sprovođenje programa

Vremenski okvir za sprovođenje ovih aktivnosti je tri godine, a neophodna finansijska sredstva biće definisana godišnjim finansijskim planovima Agencije, i planovima javnih nabavki.

Implementacija programa počinje odmah po usvajanju, a prve aktivnosti se planiraju već od drugog kvartala 2017. godine, u skladu sa finansijskim i ljudskim resursima kojima Agencija trenutno raspolaže i interesovanjem ostalih subjekata za učešće u planiranim aktivnostima.

5. Partneri

U cilju najdjelotvornije promocije medijske pismenosti u Crnoj Gori, Agencija planira da uspostavi partnerstvo sa određenim subjektima i organizacijama čiju saradnju smatra neophodnom za uspjeh jednog ovakvog programa.

Kao glavne partnere u ovom poslu Agencija vidi državne institucije, međunarodne organizacije, nevladine organizacije, udruženja roditelja, obrazovne institucije, a ostaje otvorena za saradnju i sa ostalim subjektima i pojedincima koji su zainteresovani za ovaj proces.

Na osnovu prethodne uspješne saradnje sa Ministarstvom kulture Crne Gore, kao i ekspertize i iskustva koji njegov Direktorat za medije posjeduje u ovoj oblasti, Agencija smatra da bi

učešće predstavnika ovog Ministarstva bilo od posebnog značaja za uspjeh određenih planiranih aktivnosti.

Još jedan značajan izvor ekspertize i iskustva neophodnih za uspješnu promociju medijske pismenosti Agencija vidi u međunarodnim organizacijama koje se bave ovim pitanjima, kao i u ostalim regulatornim organima u regionu i Evropi.

Kao što je već pomenuto, neizmjenjiv doprinos ovom procesu Agencija očekuje od samih konzumenata medijskih sadržaja, primarno od roditelja, omladine i djece. U tom smislu, planira se osmišljavanje i organizacija zajedničkih aktivnosti sa udruženjima roditelja i drugim javnim i nevladinim organizacijama koje se bave zaštitom njihovih prava.

Konkretni modeli saradnje biće detaljnije obrađeni u pojedinačnim projektima pripremljenim na bazi ovog dokumenta, a zasnivaće se na memorandumima o saradnji koje će Agencija potpisati sa zainteresovanim partnerima.

U cilju obazbeđivanja što šireg fronta za podršku implementaciji ovog programa, Agencija planira da objavi poziv svim zainteresovanim subjektima da se u svojstvu partnera uključe u ovaj proces.

Trenutni program zasnovan je na preliminarnim razgovorima i planovima sa međunarodnim organizacijama, regulatorima iz drugih država i nevladinim organizacijama, kao drugim potencijalnim partnerima u implementaciji pojedinih aktivnosti.

6. Aktivnosti

Za potrebe ovog dokumenta, aktivnosti na razvoju i promociji medijske pismenosti podijeljene su na sljedeće 4 grupe:

- Istraživanja
- Izrada i distribucija audiovizuelnog i drugog promotivnog materijala
- Organizovanje različitih događaja
- Onlajn promocija

6.1. Radi utvrđivanja nivoa medijske pismenosti u ciljnim grupama, a u cilju jasnijeg definisanja i lakše realizacije aktivnosti na promociji medijske pismenosti, neophodno je sprovesti određena istraživanja. Na samom početku implementacije programa, planira se sprovođenje početnog istraživanja na reprezentativnom primjerk u cilju prikupljanja podataka neophodnih za utvrđivanja stanja u ovoj oblasti.

Po završetku programa, planira se sprovođenje završnog istraživanja na istom uzorku ispitanika, kako bi se utvrdio napredak postignut u toku sprovođenja programa i dobili mjerljivi indikatori uspješnosti sprovedenih aktivnosti.

Smatra se da će rezultati dobijeni kroz ova istraživanja biti od velike koristi prilikom planiranja budućih aktivnosti usmjerenih na razvoj medijske pismenosti u Crnoj Gori. Metodologija ovih istraživanja biće dogovorena sa organizacijom specijalizovanom za istraživanje javnog mnjenja, koja će u ime Agencije sprovoditi ove aktivnosti istraživanja.

- 6.2. Vrlo važan segment u promociji medijske pismenosti u Crnoj Gori predstavlja izrada promotivnog materijala. Vrsta promotivnih materijala biće određena kanalima njihove distribucije, pa će se za potrebe ovog programa, oni dijeliti na štampane, digitalne i video materijale.

Izrada logotipa, kao jednog od najznačajnijih elementa vizuelnog identiteta kampanje, poslužiće kao osnova za izradu ostalih štampanih materijala, a koristiće se i na promotivnim video spotovima kampanje, kao i na banerima.

Štampani materijali koji će biti prepremljeni za potrebe promotivne kampanje za medijsku pismenost, uključujući liflete, postere i brošure, sadržiće osnovne poruke vezane za neophodnost razvoja medijske pismenosti i ostale elemente vizuelnog identiteta kampanje.

Baneri koji budu dizajnirani u okviru izrade promotivnog materijala, biće korišćeni za onlajn promociju medijske pismenosti, na zvaničnom sajtu Agencije za elektronske medije, kao i na informativnim i drugim internet portalima u Crnoj Gori.

U cilju promovisanja medijske pismenosti na elektronskim medijima, biće izrađeni radijski i televizijski spotovi usmjereni na isticanje značaja pažljivog odabira medijskih sadržaja za djecu, dosljednog korištenja programskih oznaka o primjerenosti sadržaja i podsticanja djece i omladine na kritičko prihvatanje medijskih sadržaja.

Izrada promotivnog materijala, uključujući kreiranje promotivnih poruka i produkciju spotova, biće povjerena specijalizovanoj agenciji u skladu sa procedurama definisanim Planom javnih nabavki Agencije.

- 6.3. Među najznačajnije aktivnosti u okviru implementacije programa promocije medijske pismenosti spada i organizacija različitih događaja, koja se planira u dvije faze. Prva faza uključuje obuku budućih nosilaca obuke, koji će u drugoj fazi vršiti edukaciju ciljnih grupa definisanih programom.

U okviru prve faze, obuku će vršiti međunarodni eksperti sa velikim iskustvom iz oblasti medijske pismenosti, čije će se učešće u ovim aktivnostima obezbijediti kroz međunarodnu saradnju Agencije sa međunarodnim institucijama i partnerskim organizacijama. Obuka će se fokusirati na osnovne pojmove vezane za medijsku pismenost, kao i na najefikasnije metode i aktivnosti vezane za njenu promociju u periodu implementacije programa.

Polaznici prve faze obuke biće zaposleni u Agenciji za elektronske medije i ostali zainteresovani subjekti koji, na osnovu javnog poziva, pokažu interesovanje za ovu vrstu aktivnosti.

Obuka će se obaviti u prostorijama Agencije za elektronske medije ili u prostorijama partnerskih organizacija, na osnovu programa obuke koje predlože eksperti zaduženi za obuku, odobrenih od strane Agencije.

Druga faza obuke uključuje praktičnu primjenu znanja i vještina stečenih u okviru prve faze obuke. Polaznici prve faze obuke će na različitim seminarima i radionicama prenijeti znanja i iskustva eksperata iz ove oblasti na različite ciljne grupe.

Ova vrsta obuke će se obavljati na osnovu programa obuke koje će treneri iz partnerskih organizacija pripremiti u saradnji sa Agencijom.

Po realizaciji svih aktivnosti predviđenih ovim programom, kao i sprovođenja završnog istraživanja, biće organizovan odgovarajući događaj, na kome će se predstaviti rezultati istraživanja i ostalih aktivnosti, uključujući i aktivnosti vezane za obuku ciljnih grupa.

- 6.4. U okviru onlajn prezentacije redovnih aktivnosti Agencije za elektronske medije, posebna pažnja biće posvećena pitanjima vezanim za medijsku pismenost, kako onih u koje je uključena Agencija kroz implementaciju ovog programe, tako i vijesti i informacija vezanih za ovu oblast uopšte.

Najznačajnijiju plaformu za ovu vrstu promocije medijske pismenosti predstavlja internet sajt Agencije za elektronske medije.

U okviru redovnih aktivnosti na unapređivanju internet sajta Agencije, planira se uvođenje posebnog dijela sajta koji bi bio posvećen medijskoj pismenosti. Na ovom mjestu, bće omogućen pristup javnosti pisanim, video i audio materijalima vezanim za teme iz oblasti medijske pismenosti.

Svi zaposleni u Agenciji imaju mogućnost da predlažu ili učestvuju u izradi ovih materijala (analize, studije slučajeva, nastavni programi, promotivni materijali, itd.),

dok će se ažuriranje ovog dijela sajta obavljati u koordinaciji sa Savjetom, direktorom ili kolegijumom Agencije.

Ostale planirane aktivnosti na promociji medijske pismenosti na sajtu Agencije i putem interneta uopšte, uključuju pokretanje foruma posvećenog javnoj diskusiji na teme vezane za medijsku pismenost. Ova vrsta foruma, čije se pokretanje planira u kasnijim fazama implementacije programe, imaće za cilj uključivanje šire javnosti u diskusiju na teme vezane za medijsku pismenost.

Posjetiocima foruma biće ponuđena platforma za razmijenu mišljenja o pitanjima vezanim za rad medija, radio i TV program, povjerenje u medije, i ostalim relevantnim temama, a svoje komentare će moći da daju u skladu sa pravilima foruma koje će propisati Agencija.

Ova aktivnost zahtijeva dodatno angažovanje Agencije na moderiranju diskusija na forumu, kao i sredstva neophodna za izradu i administraciju, u slučaju otvaranja posebnog sajta.

Ostale aktivnosti na promociji medijske pismenosti biće uključene u redovne poslove vezane za komunikaciju Agencije sa javnošću, putem saopštenja za medije, biltena i ostalih sredstava komunikacije, u skladu sa dinamikom realizacije planiranih aktivnosti.

Detaljan opis svih aktivnosti biće obuhvaćen posebnim projektima koji će za pojedine tematske oblasti biti pripremljeni na osnovu ovog programa, u saradnji sa partnerima koji budu pokazali interesovanje za učešće u njegovoj implementaciji. Određene aktivnosti definisane ovim programom realizovaće Agencija na osnovu svog Programa rada i Plana javnih nabavki.

7. Evaluacija i izvještavanje

Po završetku svake individualne aktivnosti predviđene ovim projektom, izvršiće se analiza postignutih rezultata i evaluacija efikasnosti preduzetih mjera. Postignuti rezultati i detaljan opis realizovanih aktivnosti biće predstavljeni u godišnjem Izvještaju o radu Agencije za elektronske medije.

Na osnovu analize postignutih rezultata i efikasnosti realizovanih aktivnosti, pristupiće se planiranju budućeg pristupa razvoju i promociji medijske pismenosti u Crnoj Gori. U saradnji sa medijima, rezultati programa biće predstavljeni široj javnosti, dok će Agencija ostati otvorena za sve sugestije i komentare vezane za planiranje budućih aktivnosti.

DIREKTOR

Abaz Beli Džafić

