

# Odjeci digitalnog doba: percepcije mladih i interakcije s medijima u zelenim temama

Sažetak istraživanja s preporukama: Hrvatska



# Sažetak istraživanja i preporuke

## Medijska pismenost i mladi

Medijska pismenost postala je ključna kompetencija u digitalnom dobu, posebno za mlade generacije koje su najviše izložene medijskim sadržajima.

Prema Europskom indeksu medijske pismenosti, **Hrvatska se nalazi na 25. mjestu među 41 europskom zemljom s ocjenom 45, od 0 do 100**, pri čemu viša ocjena znači višu razinu medijske pismenosti (OSI Sofija, 2023). Stoga se **Hrvatska nalazi u trećoj skupini zemalja označenih kao "tranzicijske", što uključuje zemlje s rizikom od daljnjeg pada medijske pismenosti**. Ovaj indeks ocjenjuje zemlje prema različitim kriterijima, uključujući razinu obrazovanja, slobodu medija, povjerenje u društvo i participaciju na novim medijskim platformama. Ovaj rezultat pokazuje da je Hrvatska ostvarila značajan napredak, no postoje značajni izazovi u borbi protiv dezinformacija i promicanju demokratskih mehanizama.

Istraživanje provedeno u siječnju i veljači 2024. godine u okviru projekta „**Medijska i informacijska pismenost za klimatske promjene i ekološke teme**” pokazalo je važnost teme medijske pismenosti za mlade, a pogotovo u temama vezanim za ekološke teme, o kojima imaju pretežito neutralno mišljenje.

U nastavku donosimo neke od najvažnijih zaključaka istraživanja, kao i relevantne preporuke koje se mogu koristiti u daljnjim zagovaračkim naporima.

*Napomena: ovaj sažetak sadrži rezultate istraživanja iz Hrvatske, a komparativno izvješće iz Estonije, Portugala i Hrvatske može se pronaći na mrežnim stranicama partnera.*

## Ključni nalazi istraživanja

Cilj istraživanja bio je **istražiti odnose između mladih i medija, s posebnim fokusom na zelene teme**. Konkretno, fokus istraživanja bio je otkriti kritičko razmišljanje mladih o različitim aspektima medija, njihove vještine u proizvodnji medijskog sadržaja i korištenju interneta te prisutnost zelenih tema u medijima.

Podaci su prikupljeni pomoću upitnika, koji je pripremljen u mrežnom obliku te je distribuiran sudionicima putem raznih promotivnih kanala (direktna e-mail komunikacija, Facebook, Instagram i ostale društvene mreže).

Ukupna veličina uzorka sastojala se od 731 ispitanika:ce iz Hrvatske, Portugala i Estonije. U **Hrvatskoj je sudjelovalo 295 ispitanika:ca, uglavnom u dobi od 15 do 30 godina**.

Navike korištenja digitalnih medija među mladima pokazuju visoku upotrebu interneta na pametnim telefonima. Tako **92.4% mladih svakodnevno koristi internet** na svojim pametnim telefonima, dok 64.3% koristi internet na drugim uređajima svakodnevno. **Gledanje televizije svakodnevno prakticira 41% mladih**, dok samo 28% mladih svakodnevno čita on-line vijesti. S druge strane, tradicionalni mediji poput tiskanih novina i radija imaju manju učestalost korištenja. **Čak 60.6% mladih nikada ne čita tiskane novine**, dok radio svakodnevno sluša 24.2% mladih. Ovi trendovi ukazuju na značajan pomak prema digitalnim medijima.



Mladi u Hrvatskoj pokazuju visoku razinu kritičnosti prema medijskim sadržajima. Više od **70% mladih smatra da vlasnici medija značajno utječu na sadržaj koji se objavljuje**. Osim toga, 53% ispitanika vjeruje da vijesti utječu na ljude, bili oni toga svjesni ili ne. Više od polovice mladih smatra da **medijske kompanije biraju sadržaj kako bi privukle publiku, dok većina vjeruje da ljudi više pažnje posvećuju vijestima koje su u skladu s njihovim uvjerenjima**. Ovi podaci pokazuju svjesnost mladih o utjecaju i pristranosti medija. Istovremeno se suočavaju s poteškoćama u prepoznavanju i procjeni točnosti informacija. Na primjer, **40.2% mladih ima poteškoća s provjerom točnosti informacija koje pronalaze na internetu, dok 29% priznaje da se ponekad nađu na web stranici bez da znaju kako su tamo stigli**. Nedostatak ovih vještina može rezultirati izloženošću lažnim informacijama i dezinformacijama, što naglašava važnost edukacije. **Više od polovice mladih izjavilo je da bi im trebao tečaj o pretraživanju informacija na internetu, a samo 38.3% zna procijeniti sigurnost softvera ili aplikacije koju preuzimaju**.

Osim toga, veliki broj mladih ima poteškoća s osnovnim digitalnim zadacima, poput pretraživanja informacija i proizvodnje sadržaja. Na primjer, **samo 34.1% mladih zna izraditi novi sadržaj od postojećih resursa kao što su slike, glazba ili video. Znanje o intelektualnom vlasništvu također je oskudno**, gdje polovica mladih zna na koje se online sadržaje primjenjuju prava intelektualnog vlasništva. Ovi podaci pokazuju potrebu za većim naglaskom na edukaciji o digitalnim vještinama i pravima intelektualnog vlasništva.

**Percepcija mladih u medijima često je negativna, iz pozicije sami mladih. Mladi su, prema njihovom mišljenju, često prikazani kao pasivni, neobrazovani, nepristojni i neorganizirani.**

Ovi negativni stereotipi mogu imati štetan utjecaj na samopouzdanje mladih i njihovu percepciju vlastitih sposobnosti. Postoji potreba za uravnoteženijim i realističnijim prikazom mladih u medijima, koji bi prepoznao i pozitivne aspekte njihovih života i doprinosa društvu.

**Gotovo polovica (49.8%) ispitanika je koristilo umjetnu inteligenciju za stvaranje sadržaja**, a 31% ih je koristilo 2-5 puta. Zbog uporabe umjetne inteligencije, gotovo **trećina mladih smatra da će zbog upotrebe umjetne inteligencije medijima biti sve teže vjerovati**.

Mladi su **svjesni ekoloških problema, ali mediji često ne pružaju dovoljno informacija o praktičnim rješenjima**. Na primjer, 50.4% mladih smatra da mediji nedovoljno informiraju o obnovljivim izvorima energije, a 52.6% smatra da **mediji ne daju dovoljno uputa o tome kako smanjiti zagađenje zraka**. Kada govorimo o povjerenju informacija koje dobivaju, a vezano za ekološke probleme i zelene teme, može se vidjeti indiferentnost mladih te da su nesigurni oko tema koje se generalno tiču ekoloških problema te nisu sigurni jesu li ili nisu informacije koje dobivaju važne.

Dvije trećine ispitanika (66%) **ne razumije razliku između greenwashinga (zelenog manipulativnog marketinga) i održivog zelenog pristupa**. Specifično, može se vidjeti kako su mladi nesigurni u to koliko mediji transparentno izvještavaju o zelenim korporativnim praksama. Poboljšanje načina na koji mediji izvještavaju o ekološkim temama može pomoći mladima da bolje razumiju i djeluju u smjeru održivosti.

# Preporuke

## Sistemska razina

Na sistemskoj razini može se preporučiti da **formalni obrazovni sustav uvede sveobuhvatne programe medijske pismenosti**. Ovi programi trebali bi razvijati kritičko mišljenje mladih o proizvodnji i konzumaciji medijskog sadržaja, kao i vještinu razlikovanja lažnih i stvarnih vijesti. Nadalje, programi medijske pismenosti trebali bi se baviti negativnim stranama pretjerane uporabe interneta, budući da sadržaj prikazan na društvenim mrežama može uzrokovati ozbiljne probleme mentalnog zdravlja među mladima. Također, značajna pažnja trebala bi biti posvećena (zlo)upotrebi umjetne inteligencije. Umjetna inteligencija nije nova tehnologija, ali razvoj interneta i računala olakšao je njezino širenje u posljednjih nekoliko godina. To implicira da bi mladi, kroz programe medijske pismenosti u formalnom obrazovanju, trebali naučiti kako pronaći stvaran, valjan i pouzdan izvor specifičnih informacija u medijima i osloniti se na vlastito znanje i zdrav razum u donošenju zaključaka o različitim pitanjima. **Više fokusa treba staviti na teme vezane uz klimu, okoliš, bioraznolikost, zagađenje zraka i druge zelene teme, jer percepcija mladih ljudi u ovim pitanjima je općenito neutralna.**

## Medijska razina

Nadalje, formalno obrazovanje, kao i medijske tvrtke, trebali bi **osposobiti svoje novinare da koriste umjetnu inteligenciju cum grano salis i da bi trebali pružiti oba aspekta iste priče**, što je posebno važno kako bi se smanjile pristrane odluke koje čitatelji mogu donijeti. Posljedično, ova intervencija može pozicionirati medijsku tvrtku kao pouzdan izvor informacija. Mediji bi također trebali **poticati svoje čitatelje da sudjeluju u demokratskim procesima** kao što su javne rasprave koje se mogu provesti online, budući da mediji ponekad vrlo aktivno izvještavaju o određenim zakonodavnim promjenama. U domeni zelenih tema, **mediji bi mogli intenzivirati izvještavanje o nekim temama, kao što su energetske troškovi reciklaže, što je u skladu s preporukom da mediji trebaju izvještavati obje strane iste priče.**

## Obiteljska razina

Obiteljske preporuke impliciraju da bi **roditelji trebali naučiti svoju djecu da su (društveni) mediji platforme gdje se mogu izraziti nečije misli**, ali da sve što kažemo ima određene posljedice. Dodatno, roditelje bi trebalo poticati da **razgovaraju sa svojom djecom o istinitosti informacija** predstavljenih u medijima.

## Individualna razina

Na individualnoj razini, pojedinci bi trebali **istražiti istu temu u različitim medijskim izvorima**, budući da svaki izvor pruža aspekte priče koji su zanimljivi njihovim čitateljima i usklađeni s njihovim poslovnim modelom i strateškim planovima. Dodatno, prije objavljivanja na društvenim mrežama i različitim (mikro)bloging uslugama, mladi bi trebali **naučiti kakav sadržaj se objavljuje i koja su pravila ponašanja na toj društvenoj mreži**. U slučaju da mladi ljudi žele koristiti umjetnu inteligenciju u proizvodnji sadržaja, **trebali bi provjeriti je li sadržaj koji pruža umjetna inteligencija pouzdan**. U slučaju potrebe za savjetovanjem, pomoć se može potražiti u programima medijske pismenosti unutar formalnog obrazovanja ili nekog drugog neformalnog obrazovnog programa. Također, mladi mogu potražiti pomoć od drugih stručnjaka, uključujući osobe koje rade s mladima.

# O projektu „Medijska i informacijska pismenost za klimatske promjene i ekološke teme”

„Medijska i informacijska pismenost za klimatske promjene i ekološke teme” naziv je projekta kojemu je cilj povećanje kapaciteta i pružanje praktičnih alata osobama koje rade s mladima, a sve s početnom aktivnosti – provedbom istraživanja koje prikazuje situaciju u tri uključene zemlje: Hrvatskoj, Estoniji i Portugalu. Provedba projektnih aktivnosti provodi se uz potporu Europske unije, a u okviru programa Erasmus+.

Konzorcij koji provodi projekt sastoji se od iskusnih organizacija koje se bave medijskom pismenosti, ali ovim projektom žele još i više unaprijediti svoje kapacitete. Projektni partneri su sljedeći:

- **DOMAS iz Hrvatske**, malo poduzeće specijalizirano za neformalno obrazovanje, rad s mladima i medijsku pismenost;
- **AgoraAveiro, neprofitna organizacija iz Portugala** usmjerena na rad s mladima na lokalnoj razini i teme povezane s okolišem;
- **Learning Library, edukacijsko i tehnološko poduzeće iz Estonije** specijalizirano za e-učenje u neformalnom okruženju.

## Aktivnosti projekta su sljedeće:

1. **Istraživanje „Mladi i mediji u zelenim i okolišnim temama”**: Cilj je istraživanja procijeniti razinu medijske pismenosti među mladima u dobi od 15 do 30 godina.
2. **Priručnik za edukatore i osobe koje rade s mladima „Medijska i informacijska pismenost mladih u zelenim temama (s fokusom na klimatske promjene i teme povezane s okolišem)”**: Navedene će radionice obuhvaćati teme medijske i informacijske pismenosti, a sastojat će se od 20 radionica sa spremnim materijalima za upotrebu od strane osoba koje rade s mladima i edukatora.
3. **Pilot-radionice (sveukupno 21 sesija po 90 minuta) za mlade**: Na temelju razvijenog Priručnika, projektni partneri će u svakoj zemlji provesti sedam radionica (u trajanju od 90 minuta) s mladima i prikupiti povratne informacije za daljnji razvoj na temelju potreba mladih.
4. **E-learning tečaj za mlade „Medijska pismenost i zelene teme”**: E-learning će se sastojati od osam modula, od kojih će svaki imati četiri nastavne jedinice, a temeljit će se na igrifikaciji te neformalnom pristupu u obrazovanju.
5. **Lokalne edukacije osposobljavanja za osobe koje rade s mladima**: Razvijeni i unaprijeđeni set radionica bit će osnova za provedbu lokalnih edukacija osposobljavanja za 60 edukatora (trenera, edukatora, nastavnika, stručnih suradnika) s naglaskom na medijskoj pismenosti, lažnim vijestima i načinu uključivanja mladih u te teme.
6. **Lokalne konferencije u tri zemlje**: U svakoj zemlji organizirat će se jednodnevne lokalne konferencije na kojima će se predstaviti rezultati projekta svima kojima koji su zainteresirani, a posebice organizacijama mladih i za mlade.

Zanimaju vas detaljniji rezultati istraživanja te ostali rezultati projekta? Skenirajte QR kod ili posjetite mrežnu stranicu [www.domas.hr](http://www.domas.hr) kako biste dobili više informacija!



