

Самир Х. Љајић
Универзитет у Нишу
Филозофски факултет
Студент докторских студија

УДК 37.03-057.874:654.1
316.774:371.68/69
Стручни рад
Примљен: 1. март 2018.
Прихваћен: 8. јун 2018.

МЕДИЈСКА ПИСМЕНОСТ УЧЕНИКА СРЕДЊИХ ШКОЛА

Апстракт: Савремено друштво обележено је брзим и интензивним развојем нових технологија које су постале део човекове свакодневице. У условима када су медији све присутнији у свим сферама живота човека, неспорно је да се може говорити о утицају медија на понашање људи, њихове ставове и уверења. Утицаји медија су још израженији када је реч о младима људима, посебно онима који се још увек налазе у фази развоја и чија се личност тек формира. У том смислу, све чешће се постављају питања која се баве односом младих и медија, како у делу утицаја медија на развој и формирање личности младих, тако и у делу превентивног деловања у смислу заштите младих личности од непожељних медијских садржаја. Досадашња искуства на овом пољу показују да цензура медијских садржаја није дала очекиване ефекте, као и да се упозорење коме су медијски садржаји намењени а коме забрањени неретко од стране младих не поштује. У жељи за превазилажењем проблема негативног деловања на младе људе који су још увек у процесу образовања тежи се различитим решењима, међу којима значајно место заузима медијско описмењавање. Развој медијске писмености и медијско описмењавање младих се може сматрати најадекватнијим начином заштите младих од непожељних медијских садржаја, али и путем за формирање и развој критичког односа према богатој понуди различитих врста савремених медија.

Кључне речи: медијска писменост, млади, критички однос, нови медији.

1. УВОД

Сложени однос ученика средњих школа и медија предмет је многих истраживања која покушавају да осветле деловање савремених медија, као и развој медијске писмености као механизма за превентивно деловање медијских садржаја. Имајући у виду да је реч о комплексној проблематици, у овом раду покушали смо да анализом истраживачких радова дамо одговоре на два кључна питања: Колико су ученици средњих школа медијски описмењени за коришћење нових медија и које медије и колико често користе?

У првом делу рада се са теоријског становишта разматрају питања медијске писмености ученика средњих школа, деловање медија на формирање личности и идентитета, на формирање ставова, вредносних система, мишљења и уопште на начин живота средњошколаца. Други део рада је истраживачког карактера и обухвата преглед и анализу истраживања која се односе на коришћење нових медија, њихову врсту и учесталост коришћења. На крају рада дат је закључак у коме су приказани главни резултати овог теоријског истраживања.

1.1. ДЕФИНИСАЊЕ МЕДИЈСКЕ ПИСМЕНОСТИ

Медијска писменост је појам који је постао веома актуелан са појавом нових медија. Дефинисање појма медијске писмености почело је на истоименој конференцији 1992. године, када је она дефинисана као „способност приступа, анализе, вредновања и одашиљања порука посредством медија” (Aufderheide 1992, према: Булатовић, Булатовић Арсенијевић 2012). Дефиниција садржи четири елемента и они се односе на писменост уопште и представљају вештине које су неопходне за одговорно приступање, разумевање и креирање медијских порука. Четири кључна појма изворне дефиниције су постала предмет разматрања ауторке Соње Ливингстон (2004). Она их је анализирала у оквиру питања колико та знања и вештине могу да одговоре на захтеве нових медијских технологија. Тако, медијска писменост у новом окружењу мора да омогући сваком појединцу да ствара и шири медијске поруке. Све традиционалне дефиниције медијске писмености не укључују и креирање симболичких текстова, док су корисници медија углавном позиционирани као примаоци порука, али не и као пошиљаоци и креатори порука. Управо због тога, ауторка Ливингстон се залаже да се у програме медијске писмености уведу и вештине креирања како би деца лакше схватила правила и суштину медијских садржаја, стављајући нагласак између корисника и технологије. „Писменост зависи од дизајна интерфејса и мења се како се и сама технологија мења” (Livingstone 2003, према: Матовић 2011: 23–66).

У књизи *Ресетовање стварности* (2008) Милетић наводи да је најједноставније одређење медијске писмености садржано у тврдњи да је то „способност разумевања семиотичких система који су иманентни одређеним медијима, творећи њихов посебан језик, односно специфичне језике” (Милетић 2008: 148). Суштина медијске писмености се огледа у томе да се особе које користе медије одговорно понашају при коришћењу тих порука које примају, да их критички преиспитују и анализирају. Очекивања од медијске писмености су велика и иду у правцу „оснаживања деце у остваривању ових права и оспособљавања да се критички и одговорно односе према медијима и медијским садржајима” (Матовић 2011: 53–66).

Још од 1982. године, када је потписана Декларација о медијском васпитању, концепт медијске писмености се мењао. Оно што је у свему томе остало исто јесте идеја о комуникацијским правима која леже на основама Повеље Уједињених народа о људским правима (1965) и Европске конвенције о заштити људских права и темељних слобода (1950) (Зграбљић 2005).

Један од савремених аутора који се баве медијском писменошћу је Џејмс Потер (James Potter). У својој књизи *Медијска писменост* Потер дефинише медијску писменост и наводи битна својства овог појма: „Медијска писменост је скуп гледишта које у коришћењу медија активно примењујемо да бисмо протумачили значење порука које примамо” (Потер 2011: 47). Овај аутор сматра да сва гледишта формирамо на основу знања које поседујемо, а за стицање тог знања потребна су нам помоћна средства која представљају вештине и сировине – информације из медија и света. Прво својство је то да медијска писменост представља појам који има вишеструке аспекте, па јој због тога треба приступати из више различитих углова. Друго својство представља медијску писменост као процес који је динамичан, а не као категорију која представља статистику (Булатовић, Булатовић Арсенијевић 2013).

У свом делу *Медијска педогогија* Баке (Diter Bake) истиче значај медијске компетенције младих, наводећи да је „данас најважнији задатак ширење комуникацијске и медијске компетенције” која је уско повезана са појмом медијске писмености (Баке 2013: 106). Упоредо са појмом медијска писменост користи се и појам *медијско описмењавање*. Он представља напор да се медијска писменост уведе у школске програме. „Медијско описмењавање може много да допринесе процесу мењања положаја корисника медија од пасивних у активне, од примаоца порука до учесника у јавној комуникацији и од потрошача до грађанина” (Матовић 2011: 53–66). Циљ медијског описмењавања јесте да корисници који примају информације преко медија развију своје комуникационе способности, да препознају опасности и ризике које са собом носе медији, као и да науче да критички партиципирају у данашњем животу.

Закључно са овим, увиђамо да медијска писменост има улогу критичке анализе порука које стварају традиционални медији као што су радио, телевизија и штампа. Са развојем нових медија, развија се нова медијска култура комуницирања у друштву, па самим тим се јављају и нове дефиниције медијске писмености.

1.2. РАЗВОЈ МЕДИЈСКЕ ПИСМЕНОСТИ КОД УЧЕНИКА СРЕДЊОШКОЛСКОГ УЗРАСТА

Свакодневно коришћење нових технологија од стране средњошколске популације отвара низ питања на која медији, родитељи, педагози и, на крају, друштвена заједница покушавају да одговоре. Проблем је што се нове тех-

нологије развијају много бржим темпом и што стручњаци заинтересовани за ову област не успевају да испитају све њихове позитивне и негативне утицаје на децу. Још нису ни резултати многобројних истраживања у свету у вези са утицајем телевизије на децу усаглашени, а интернет је већ додатно окупирао популацију средњошколаца. Као посебан сегмент нових технологија, појавили су се друштвени медији или друштвене мреже које су за младе постале „бити или не бити”, те се Декартова мисао „Мислим, дакле постојим” међу припадницима нових генерација може конвертовати у „Конектован сам, дакле постојим” (Марков Чикић 2013: 435–448). Користећи нове технологије, млади задовољавају своју потребу за новим сазнањима и проналазе одговоре на разна питања. Међутим, поред забавне, информативне и едукативне улоге, коришћење медија оставља последице на психички и емотивни развој младих, иако они тога нису ни свесни. Зато треба бити пажљив у формирању програма и садржаја за децу, јер последице нису ни мало безазлене. Постоји широк дијапазон негативних последица код младих које настају неадекватним и лошим медијским садржајима. Међутим, ниједан садржај за децу неће оставити на њих велики утицај ако поред себе имају неког ко ће им истаћи оно што је важно и које поруке из тог садржаја треба да усвоје. Опасност управо лежи у њиховом неразумевању тих садржаја, тако да медијско описмењавање добија на значају у савременом добу. Изградња критичке рефлексije насупрот пасивном примању садржаја нових медија чини саставни део медијске писмености и води ка неопходном медијском образовању.

У времену у коме медији имају велики утицај на младе не може се игнорисати и демантовати да су и медији постали један од чинилаца васпитног деловања. Најчешћи корисници медијских садржаја су млади и самим тим млади потврђују да медији обликују њихов живот. Не може се занемарити важност медијске писмености и сам процес описмењавања, како младих тако и одраслих, јер се утицај медија, поготово нових медија, повећава са развојем науке, технике и технологије. Аутори скрећу пажњу на постојање медијске манипулације (Толић 2009) која је све више заступљена, а подаци до којих се долази путем истраживања су забрињавајући. Све је већи број младих људи који користе интернет и друге актуелне медијске облике. Са друге стране, многи од њих нису медијски писмени и самим тим представљају потенцијалне жртве медијских манипулатора и превараната. Млади неминовно велики део свог времена проводе уз медије и одговоре на своја питања из знатижеље проналазе у медијима. Врло често се дешава да родитељи, наставници и други одрасли не представљају довољну подршку за неку дилему са којом се суочава млади човек. Из свега наведеног можемо закључити да је неопходно оспособити младе да партиципирају у медијском животу. „Учешће у разним облицима медијске културе укључује, између осталог, способност схватања критичког односа према порукама и значењима који леже у њиховој основи” (Ђерић, Студен 2006: 456–471). Прецизније, млади треба да развију критички однос према медијским садржајима. Потребно је да не

дозволе само да медији врше утицај на њих, већ да они на своју иницијативу искористе медије за друштвене промене, за демократизацију друштва.

Медијско описмењавање је један од нужних корака у формирању појединца који жели да размишља и делује самостално, без обзира на притиске који су присутни у медијима. Са развојем науке, технике и технологије, развила се нова мрежа комуницирања и то све захваљујући интернету. Како су млади ти који велики део свог времена проводе користећи интернет, неопходно је едуковати кориснике нових технологија како би се заштитили од ризика које интернет носи са собом. Иако је генерација младих људи медијски образованија, они врло често нису свесни опасности које вребају и које им се непрестано пласирају путем нових технологија.

Медијско описмењавање је дуг и комплексан процес који почиње од најранијег детињства и траје током читавог живота.

„Оно подразумева различите сегменте, који се могу засебно проучавати, а то су: утицај медијских садржаја као важан начин разумевања последица изложености медијима; технолошко медијско описмењавање: информатизација и компјутеризација; нивои медијске писмености; школовање стручних кадрова из области медија; стварање курикулума за предмет медијске писмености; концепти медијске писмености у појединачним земљама” (Марков Чикић 2013: 435–448).

Сваки овај сегмент је битан јер многа деца не праве разлику између стварног и онлајн света. Иако постоје многи програми који су специјализовани за децу, средњошколци користе сајтове који су за одрасле као што су You Tube, Facebook, Twitter, Instagram и други. Све информације које млади остављају својом непажњом преко постављања фотографија, аплодовања видео записа и чланака могу бити злоупотребљене.

Сви наведени аргументи указују да постоји потреба за медијским описмењавањем које ће младе научити да на прави начин разумеју поруке које добијају путем медија, да их критички анализирају и да о њима размишљају.

2. СРЕДЊА ШКОЛА И УВОЂЕЊЕ МЕДИЈСКЕ ПИСМЕНОСТИ

Питање медијске писмености и образовања младих захтева укључивање целокупног школског система, а пре свега школа као установа за васпитање и образовање. Промене у школском систему које се јављају у виду реформи довеле су до новог промишљања медијске писмености ученика. Савремену школу није могуће замислити без коришћења медија који се активно користе на часовима. Посебно су значајна средства нових технологија јер

она модернизују школски контекст и доводе до позитивних промена. Међутим, за примену нових медија у школи такође је потребно медијско образовање, како ученика тако и самих наставника. Посматрано са овог становишта, медијска писменост младих је све неопходнија, јер и само школовање има задатак да ученика медијски описмени и развије код њих комуникационе компетенције.

Мада је препознат значај медијске писмности у нашој земљи, још увек се мало ради на њеном развијању у контексту школе. То је и парадоксално јер је познато да су нове медијске технологије извор нових сазнања и едукације младих. У складу са тим, треба се бавити и развојем медијске културе деце због утиска који остављају разноврсни, променљиви и шаренолики садржаји који су у савременом добу присутни. Трендови у области медијског описмењавања односе се на усвајање широког репертоара вештина и компетенција које ће омогућити да млади разумеју свет комуникација и медија. Оно што је потребно јесте анализа и рефлексија медијских садржаја, идентификација извора садржаја медија, интерпретација порука и вредности које шаљу медији, активно учешће младих у друштву путем медија и друго (Зиндовић Вукадиновић 2008).

Млади су посебно осетљива група јер немају изграђен критички однос према медијским садржајима који су им доступни. Психолози објашњавају да малишани једноставним принципом учења по моделу могу да претпоставе да је оно што виде у медијима сигурно и прихватљиво (Милетић 2009). Није све што се нуди у медијима корисно и добро, тако да се не сме допустити да медији управљају младим особама и да оне буду средства у рукама медија. Не само да се разним утицајима врши перманентна контрола, већ после неког времена и сами појединци постају свесни колико је значајно знање у општењу са медијима. У том контексту, медијско описмењавање има за циљ да младе од малих ногу учи на који начин треба да приступају медијима, како да користе и шта да очекују од садржаја које пласирају медији. У ту сврху се развијају образовни програми за медије и то у оквиру образовно-васпитног процеса у школи.

У развоју медијске писмености младих јављају се многе дилеме: да ли медијско описмењавање треба да буде посебан предмет или је неопходно спојити га са другим садржајем, односно да буде у склопу осталих предмета, па да се садржај медијског описмењавања изучава на тај начин? Прво што је потребно јесте да се одреди статус школских програма за медије у школском систему. Друго, да се одреди начин на који наставници треба да буду професионално образовани за даље ширење медијског образовања. Трећа ставка представља обим и структуру програма медијског образовања. На крају, треба да се одреди да ли ће медијско описмењавање бити обавезан, изборни, или факултативни наставни предмет. Увођење медијског описмењавања као самосталног предмета могло би бити отежано из следећих разлога (Ђерић, Студен 2006: 456–471):

- преобимности наставног плана и програма;
- оптерећености ученика градивом и великим бројем часова;
- недостатка професионалног кадра и неадекватног професионалног образовања наставника;
- неостваривања сарадње школе са представницима медија и
- додатних финансијских трошкова за опрему, уџбенике и др.

У Русији је организација медијског описмењавања почела 2002. године професионалном припремом наставника у области медија и то на педагошким универзитетима. Путем различитих активности као што су семинари, предавања, скупови, курсеви, сарадња са стручњацима из области развија се медијско описмењавање (Ђерић, Студен 2006).

У Швајцарској се медијско образовање и развој медијске компетенције остварују већ скоро петнаест година и то постепено, од лакшег ка тежем. Постоје три поља деловања и то: употреба медијских производа, размена медијских порука која подразумева комуникацијске медије и медијска рефлексја и медијска критика (Милиша, Толић 2010). У Великој Британији су веома значајне културне студије које су дале допринос развоју медијског образовања (Матовић 2011). У поменутиим студијама се писало о томе да медији доприносе демократизацији друштва и да пажња треба да се усредсредди ка слободном времену младих, јер се на тај начин може доста утицати на њихово образовање.

На основу поменутих искустава развијених земаља може се закључити да постоји више разлога за увођење медијске писмености у школе. Први и најважнији је тај што су наука и технологија у XXI веку достигле значајан прогрес. У таквом друштву медијско образовање је неопходно, поготово у популацији младих, али не само њих већ и одраслих, који највише користе медије. Описмењавање за медије не представља данас привилегију, већ део нужних компетенција свих чланова друштва. „Потребно је постићи одређен степен медијске писмености код младе генерације да би могли да постану интерактивни партнери у медијском простору, а не само пасивни потрошачи медијских производа. Циљ је медијски писмена особа која ће свесно одлучивати коме да поклони своју пажњу, врло драгоцен ресурс у ери поплаве информација” (Стаменковић 2012: 65–77).

Медијска писменост и медијска култура спадају међу важне проблеме савременог образовања и представљају један од главних фактора развоја личности појединца. Школа се налази у кризи и, као много пута раније, суочава се са проблемима који се одражавају у оквиру прилагођавања савременом друштву. Медијско образовање је добар начин да се отпочне са унапређењем школског система и уједно имплементацијом медијских иновација у образовне сврхе.

3. ПРИКАЗ ДОСАДАШЊИХ ИСТРАЖИВАЊА О МЕДИЈСКОЈ ПИСМЕНОСТИ УЧЕНИКА СРЕДЊИХ ШКОЛА

Истраживања медијске писмености младих су веома актуелна тема последњих година, те се у складу са тим може наћи већи број радова у домаћим и страним часописима. Преглед литературе указује на то да постоји низ истраживања о медијској писмености која су битна за даља проучавања ове области у циљу даљег развоја и увођења медијске писмености у школама. На основу њих се могу надograђивати даља знања и начини практичног увођења и развоја медијске писмености код младих. С обзиром на то да није могуће извршити преглед свих истраживања, за потребе овог рада изабрали смо радове домаћих аутора који су објављени у часописима или званичним извештајима. Анализа радова и извештаја заснива се на два истраживачка питања:

- 1) Колико су ученици медијски описмењени за коришћење нових медија?
- 2) Које медије и колико често користе средњошколци?

У обимнијем истраживању под називом „Медијска писменост у Србији” које је спровео Биро за друштвена истраживања у октобру и новембру 2013. године, могу се наћи подаци који указују на медијску писменост ученика средњих школа. Истраживање је спроведено путем онлајн упитника и у штампаној форми на узорку од 58 средњих школа и то у градовима: Београд, Нови Сад, Ниш, Чачак, Ваљево, Крагујевац, Врање, Лесковац, Бујановац, Суботица, Ковачица, Нови Пазар, Зајечар, Бор и Пожаревац. Узорак је чинило 2.453 ученика. Од укупног броја испитаника 58,5% је женског пола, а 41,5% мушког пола, равноправно је заступљен број ученика трећег и четвртог разреда. Главни резултати добијени овим истраживањем су следећи:

На питање из којег предмета су ученици разговарали о утицају медија на живот грађана, 60% њих каже да је то случај са часовима грађанског васпитања, док је сваки други ученик мишљења да су то часови социологије. Следеће питање се односило на време које дневно проводе на друштвеним мрежама. Резултат показује да проводе отприлике један до два часа дневно (34,8%), затим следе одговори два до четири сата (25,6%), један сат (23,5%), а на последњем месту се налази одговор више од четири часа које је одабрало 15,8% испитаника. Интересан је податак да је 54,8% испитаника одабрало фејсбук као доминантну друштвену мрежу коју користе, док је 57,1% рекло да има више од седам „пријатеља” које никада лично није упознало. Оно што се могло претпоставити јесте да се највећи број средњошколаца информише путем интернета (60,4%), док се на другој страни најређе информишу преко новина и радија. Овакав податак говори да се са развојем нових медија сма-

њује и број оних који редовно читају штампане новине. Када је у питању став о утицају медија на њихово мишљење, средњошколци утицај оцењују као релативно мали и можемо запазити да 63% ученика мисли да је фотографија коју су поставили на фејсбук њихова и да је нико не може користити без њихове дозволе.

Резултати овог истраживања говоре у прилог томе да је неопходно радити на развоју медијске писмености и буђењу свести о томе да као корисници нових медија не можемо контролисати медије. Статистичком анализом података је утврђено да су ученици гимназија знатно више критички настројени од својих вршњака из техничких школа, а појавила се и разлика између трећег и четвртог разреда средње школе која указује на то да су млади на завршним годинама зрелији. Закључак који можемо донети на основу резултата овог истраживања је да млади обично прате забавне, едукативне и спортске садржаје у земљи и свету, да им недостаје едукативни програм, да би, иако нису имали прилику да учествују у креирању и уређивању неког медија, они то радо прихватили (Биро за друштвена истраживања 2013).

Релевантне податке о медијској писмености средњошколаца у Србији даје и истраживање које је обављено од стране Завода за проучавање културног развика 2011. године. У истраживању је анкетирано 2.439 средњошколаца путем стандардизованог упитника. Резултати на које ћемо се усредсредити су медијске навике средњошколаца које показују да се ученици најчешће информишу путем телевизије (31,3%), затим путем интернета (29,7%), док се остали информишу преко дневне штампе и пријатеља/ познаника. Испитивањем медијских навика средњошколаца у Србији дошло се до података да највећи број ученика гледа телевизију до три сата, док се тај број сати значајно повећава преко викенда. Такође, 26,1% гледа ТВ мање од једног сата, што представља последицу недостатка слободног времена условљеног обавезама у школи (Мрђа 2011: 93). Забрињавајући податак је да су омиљени телевизијски програми средњошколаца филмови, серије и спортске емисије, а након тога музички и образовни програм. Управо због свега наведеног, треба радити на развијању свести ученика о важности образовних и едукативних програма који им могу користити како у образовању тако и у сналажењу у свакодневним животним ситуацијама. Нови медији представљају један од важнијих фактора образовања младих имајући у виду да је технолошка писменост значајна за омладину. Као редовни корисници, скоро сви испитаници (99,8%) користе интернет, док је само неколико средњошколаца навело да не користи интернет. Најчешће активности за које испитаници користе интернет су забава, дружење, информисање, али и комуникација.

С обзиром на то да су подељена схватања истраживача о утицају савремених медија на младе, спроведено је истраживање о томе какав утицај имају медији на младе у процесу њиховог развоја. На основу теоријске разраде медијске писмености, за потребе истраживања састављен је инструмент који је испитивао три фактора: практичне компетенције медијске пи-

смености, критички приступ медијским садржајима и дигиталну писменост (Максимовић, Станисављевић Петровић 2014). Резултати овог истраживања говоре о томе да адолесценти највише користе интернет, затим да медији код адолесцената развијају антисоцијално понашање попут насиља и агресије, да познате личности које се промовишу путем медија представљају узор младима, као и да је повећана физичка неактивност код младих услед прекомерног коришћења медија.

4. ЗАКЉУЧАК

Медијска писменост је веома значајно питање, не само за младе, већ и за друштво у целини. Истраживања која су приказана, као и добијени резултати, указују на то да млади проводе велики део свог времена користећи медијске технологије, што подразумева одређени ниво развоја медијске писмености, посебно када је реч о новим медијима. У складу са тим, значајно је и истраживачко питање које се односи на развој медијске писмености код ученика средњих школа. На основу приказаних истраживања, која су обухватила већи део средњошколске популације на нивоу целе Србије, може се рећи да медијска писменост ученика средњих школа није на завидном нивоу и да се напори морају усредсредити на медијско описмењавање младих, посебно када је реч о критичком приступу медијским садржајима. Како би се боље развијала медијска писменост неопходно је у образовање младих укључити медијске садржаје који подстичу и развијају критички однос младих.

У односу на друго истраживачко питање, које медије и колико често користе средњошколци, у приказаним истраживањима јасно је истакнута наклоност младих према новим медијским технологијама. Међутим, податак да највећи број ученика гледа телевизију до три сата дневно и да се током викенда то време повећава указује на то да ученици средњих школа активно прате и традиционалне медије. С друге стране, резултати истраживања показују да готово сви испитани средњошколци користе интернет, као и да је од друштвених мрежа међу средњошколцима најпопуларнији фејсбук. Велико интересовање младих за коришћење нових медијских технологија указује на то да је овом питању потребно посветити више пажње, пре свега у смислу увођења предмета из области медијске писмености у оквиру средњошколског образовања.

ЛИТЕРАТУРА

Бакe (2013): Дитер Бакe, *Медијска његаџија*, Београд: Центар за медије и комуникације.

Булатовић, Булатовић, Арсенијевић (2012). Љиљана Љ. Булатовић, Горан Булатовић, Оља Арсенијевић, Мултимедијска писменост у педагошкој пракси у постмодернизму, у: 4. *Интернационална конференција Техника и информатика у образовању*, одржана 1–3. јуна 2012. у Чачку.

Булатовић, Булатовић, Арсенијевић (2013). Љиљана Љ. Булатовић, Горан Булатовић, Оља Арсенијевић, Индикатори мултимедијске писмености као основа медијског образовања, у: Д. Валић Недељковић, Д. Пралица (ур.), *Дигиталне медијске технологије и друштво-образовне промене 3*, Нови Сад: Филозофски факултет, 149–159.

Ђерић, Студен (2006): Ивана Ђерић, Рајка Студен, Стереотипи у медијима и медијско описмењавање младих, *Зборник Института за педагошка истраживања*, 38(2), 456–471.

Зграбљић (2005): Ротар Зграбљић, Медијска писменост, медијски садржаји и медијски утјецаји, у: Ротар Н. Зграбљић (ур.), *Медијска писменост и цивилно друштво*, Сарајево: Медиацентар, 9–43.

Зиндовић Вукадиновић (2008): Гордана Зиндовић Вукадиновић, образовање за медије – прилог концепту за средње школе, у: Дивна Вуксановић (ур.), *Књига за медије – медији за књију*, Београд: Клио, 167–172.

Максимовић, Станисављевић Петровић (2014): Јелена Максимовић, Зорица Станисављевић Петровић, Теоријска методолошка заснованост истраживања утјецаја медија на адолесценте, *Ин Медиа Рес*, 3(4), Центар за филозофију медија, 472–486.

Матовић (2011): Маријана Матовић, Медијска писменост и деца у новом медијском окружењу, *Часопис за управљање комуницирањем*, 6(19), 53–66.

Марков Чикић (2013): Ивана Марков Чикић, Деца и медијски садржаји нових технологија, у: Б. Димитријевић (ур.), *Знање и користи: Тематски зборник радова*, Ниш: Филозофски факултет, 435–448.

Милетић (2008): Мирко Милетић, *Ресетовање стварности*, Нови Сад: Протокол.

Милиша, Толић (2010): Златко Милиша, Мирела Толић, Криза одгоја и експанзија сувремених овисности, *Медијани*, 4(8), 135–164.

Мрђа (2011): Слободан Мрђа, *Културни живот и потребе ученика средњих школа у Србији*, Београд: Завод за проучавање културног развоја.

Медијска писменост у Србији. Извештај. (2013). Београд: Биро за друштвена истраживања.

Потер (2010): Џејмс Потер, *Медијска писменост*, Београд: Досије.

Стаменковић (2012): Слађана Стаменковић, Медијска писменост као неопходан услов разумевања нових медија, *Култура*, 135, 65–77.

Толић (2009): Мирела Толић, Медијска компетенција као превенција при спречавању медијске манипулације у основним школама, *Медијани*, 3(6), 195–212.

Samir H. Ljajić
University of Niš
Faculty of Philosophy
PhD Student

PhD Student HIGH SCHOOL STUDENTS' MEDIA LITERACY

Summary: The contemporary society is characterized by a very fast and intense development of new technologies which have become a part of everyday life. Therefore, the impact of media on people's behavior, attitudes and beliefs is significant. Speaking of adolescents, whose personality development is still ongoing, the impact is even more notable. This fact raises the question of the relationship between adolescents' development and media, as well as the question of prevention and protection from the undesirable media contents. The experience shows that media censorship does not give the expected results and that adolescents usually ignore content warnings. In order to overcome the problem of the negative effects of media on adolescents, different solutions have been offered. Improving media literacy is considered to be the most appropriate way to protect adolescents from undesirable media contents and to develop their critical attitude towards different media contents.

Key words: media literacy, adolescents, critical attitude, new media.