

PROCENA MEDIJSKE I INFORMACIONE PISMENOSTI JAVNOSTI

Prezentacija rezultata



Objavljivanje ovog izveštaja podržala je Misija OEBS-a na Kosovu. Stavovi izneti u ovoj publikaciji su stavovi autora i ne predstavljaju nužno stavove OEBS-a.

SADRŽAJ

SADRŽAJ	3
Skraćenice.....	4
Spisak tabela.....	5
Spisak grafikona.....	6
Pregled izveštaja.....	7
Uvod	8
Metodologija anketiranja.....	8
Dizajn uzorka.....	9
Izrada upitnika	9
Prikupljanje podataka	9
Prezentacija rezultata	10
Deo 1: Konzumiranje, korišćenje i učestalost posećivanja medija	10
Deo 2: Medijska pismenost	13
Deo 3: Bezbednost informacija	18
Deo 4: Uvredljivi sadržaj u medijima	21
Deo 5: Privatnost i onlajn sigurnost	23
Zaključci	27
Preporuke	29
Aneks 1 - Raspodela uzoraka po opštinama.....	30
Prikaz demografskih podataka	30
Aneks 2: Anketni upitnik	33

Skraćenice

CAPI	Kompjuterski podržano anketiranje uživo
EDUFI	Finska nacionalna agencija za obrazovanje
GC&DA	Global Consulting & Development Associates
MIP	Medijska i informaciona pismenost
MONTI	Ministarstvo obrazovanja nauke, tehnologije i inovacija
MO	Ministarstvo obrazovanja
OEBS	Organizacija za evropsku bezbednost i saradnju

Spisak tabela

Tabela 1 - Raspodela stanovništva po opštinama	30
Tabela 2 - Raspodela prema etničkoj pripadnosti	31

Spisak grafikona

Grafikon 1 - Imate li pristup internetu?	10
Grafikon 2 - Imate lični uređaj koji možete da povežete na internet?	11
Grafikon 3 - Koji izvor informacija koristite i koliko često?.....	11
Grafikon 4 - Koje društvene mreže koristite i koliko često	12
Grafikon 5 - U koje doba dana obično proveravate svoj izvor informacija?	12
Grafikon 6 - Kako ocenjujete svoju veštinu snalaženja među različitim onlajn izvorima?.....	13
Grafikon 7 - Da li vam je poznat termin „medijska pismenost“?	14
Grafikon 8 - Šta mislite da su glavni izazovi digitalnog medijskog okruženja?	14
Grafikon 9 - Da li ste ikada naišli na naslov članka koji ne odražava njegov sadržaj?	15
Grafikon 10 - Šta mislite da čini informacije/vesti verodostojnim?	15
Grafikon 11 - Da li mislite da se mediji na Kosovu koriste za promociju neadekvatnog sadržaja?	16
Grafikon 12 - Ko je po vašem mišljenju najranjiviji na medijskim kanalima?	16
Grafikon 13 – Smatrate li da formalno obrazovanje treba da koristi medijsku pismenost u svojim nastavnim planovima i programima?	17
Grafikon 14 – Smatrate li da nadležno ministarstvo treba da izradi obrazovne strategije u oblasti medijske edukacije?	17
Grafikon 15 – Da li pratite medije na drugim jezicima?	17
Grafikon 16 - Da li znate za neku vest koja je različito prenetu u albanskim i srpskim medijima?	18
Grafikon 17 - Verujete li sadržaju informacija koje dobijate putem različitih medijskih kanala?	18
Grafikon 18 - Koliko često ste u medijima naišli na sadržaj koji nije bio istinit?	19
Grafikon 19 - Da li ste ikada prijavili neki medij ili medijski kanal za objavljivanje lažnih vesti?	19
Grafikon 20 - Da li ste vi ili neko od članova vaše porodice ikada bili žrtva lažnih vesti ili dezinformacija u medijskim izvorima?	20
Grafikon 21 - Recite nam kojem medijskom izvoru najviše verujete?.....	20
Grafikon 22 - Koliko često nailazite na uvredljiv sadržaj u medijskim izvorima koje koristite?	21
Grafikon 23 - Smatrate li da vas ugrožava sadržaj na koji nailazite na različitim medijskim kanalima?	22
Grafikon 24 – Smatrate li treba zabraniti uvredljive sadržaje u svim medijskim izvorima?...22	22
Grafikon 25 - Da li na Kosovu treba da budu rešena sledeća pitanja u vezi sa medijima?	23
Grafikon 26 - Da li mislite da medijske mreže moraju da traže dozvolu pre korišćenja ličnih podataka?	24
Grafikon 27 - Da li su vas medijski izvori koje koristite ikad obavestili o politici privatnosti?	24
Grafikon 28 - Ukoliko su vas obavestili, da li ste pročitali i razumeli sadržaj politike privatnosti?.....	25
Grafikon 29 - Da li, po vašem mišljenju, medijski izvori imaju ustanovljenu politiku privatnosti i da li je sprovode?	25
Grafikon 30 – Da li ste kao subjekt podataka upoznati sa svojim pravima prema Zakonu o zaštiti ličnih podataka?.....	26
Grafikon 31 - Da li ste ikada bili izloženi informacijama koje su uključivale nešto od sledećeg?	26

Pregled izveštaja

Ovo istraživanje o javnoj oceni medijske i informacione pismenosti sproveo je „Global Consulting & Development Associates“ u svih 38 opština na Kosovu, sa veličinom uzorka od 2.500 obavljenih razgovora. Okvir uzorka istraživanja bio je reprezentativan uzorak koji je razvrstan prema rodu, starosnoj dobi, polu, opštini, urbanoj/ruralnoj raspodeli i stepenu obrazovanja.

Anketa je sprovedena pomoću kompjuterski podržanog anketiranja uživo (CAPI), pri čemu je upitnik pripremljen u tesnoj saradnji sa Misijom Organizacije za evropsku bezbednost i saradnju (OEBS) na Kosovu. Proces prikupljanja podataka trajao je tri sedmice, a u njemu je učestvovalo 15 anketara i četiri supervizora. Nakon procesa prikupljanja podataka, svi podaci su prikazani u tabelama i grafikonima dostupnim u delu ovog izveštaja koji prikazuje rezultate.

Rezultati ankete pokazuju da stanovnici Kosova imaju razvijene veštine korišćenja mobilnih i kompjuterskih uređaja i da su veoma aktivni na različitim medijskim kanalima, posebno na društvenim medijima. Najčešći društveni mediji koji se koriste među ispitanicima su: Viber, Facebook, Instagram i WhatsApp. Ispitanici takođe smatraju da su upoznati sa terminom medijska pismenost. Naime, u velikom procentu su izjavili da su nailazili na lažne informacije na različitim društvenim medijima, da su bili izloženi lažnim vestima, dezinformacijama, jeziku mržnje, teorijama zavere itd. Što se tiče praćenja medija na drugim jezicima, 61% ispitanika prati medije na drugim jezicima.

Podaci pokazuju da ispitanici smatraju da odgovorne institucije treba odmah da se pozabave ovim pitanjima, a da medijsku pismenost treba uvrstiti u sistem formalnog obrazovanja. Štaviše, ispitanici su izjavili da medijski kanali treba da traže dozvolu pre korišćenja ličnog sadržaja i da se pridržavaju Zakona o zaštiti podataka o ličnosti.

Podaci iz ankete takođe pokazuju da 80% stanovništva Kosova ima pristup internetu i poseduje lični uređaj sa kojeg mogu da pristupe različitim informacijama na različitim medijskim kanalima. Rezultati ankete pokazuju da sadržaj informacija kojima su stanovnici izloženi nije uvek adekvatno predstavljen niti se doživljava kao tačan. Zbog toga su građani često primorani da dodatno proveravaju izvore ili potvrđuju vesti na kredibilnijim onlajn medijima.

Preporuke zasnovane na rezultatima ankete predstavljene su u poslednjem delu ovog izveštaja.

Uvod

Anketu o javnoj oceni medijske i informacione pismenosti finansirala je Misija OEBS-a na Kosovu, a sprovedla kompanija Global Consulting & Development Associates LLC. Glavni cilj ovog istraživanja bio je proceniti stavove javnosti o medijskoj i informacionoj pismenosti, što bi poslužilo kao alat za identifikaciju područja intervencije i oblikovanje budućih aktivnosti OEBS-a u oblasti MIP-a.

Ova anketa se sprovodi kao deo najnovijih inicijativa Misije OEBS-a na Kosovu u oblasti medijske pismenosti, organizovanih u okviru projekta „Unapređenje medijske i informacione pismenosti na Kosovu (2024)“, koje obuhvataju rad sa obrazovnim institucijama, aktivnosti podizanja svesti i smernice o praktičnoj politici. Ova nastojanja su usmerena na promovisanje medijske i informacione pismenosti na Kosovu osnaživanjem učenika, nastavnika, roditelja i šire zajednice osnovnim veštinama za odgovorno snalaženje u digitalnom dobu kako bi donosili informisane odluke pri tumačenju medijskih sadržaja i informacija. Ona predstavlja prirodan nastavak rada Misije OEBS-a na Kosovu u oblasti medijske pismenosti od 2017. godine.

Stoga je svrha ove ankete bila sprovođenje javne procene medijske i informacione pismenosti. Ova anketa je analizirala otpornost javnosti na izazove digitalnog medijskog okruženja, uključujući dezinformacije, onlajn sigurnost, teorije zavere i lažne vesti, pri čemu su utvrđene prednosti i nedostaci.

Rezultati ankete doneli su i praktične preporuke za politiku unapređenja medijske pismenosti u široj javnosti, sa posebnim naglaskom na mlade ljude, kao i za integraciju medijske pismenosti u formalno obrazovanje. Date preporuke će poslužiti relevantnim agencijama i institucijama u formulisanju politika za dalju integraciju medijske pismenosti u formalno obrazovanje.

U ovoj anketi ispitali smo reprezentativan uzorak od 2.500 osoba, od kojih su 48% bile žene, a 52% muškarci. Anketa je sprovedena u sedam regiona (Priština, Prizren, Mitrovica, Peć, Gnjilane, Uroševac i Đakovica) sa proporcionalnom distribucijom uzorka na Kosovu prema podacima koje je predstavila Kosovska agencija za statistiku. Celokupan terenski rad je završen za dve sedmice, a rezultati u daljem tekstu predstavljaju realan uvid u percepciju stanovnika Kosova o medijskoj i informacionoj pismenosti uopšte.

U daljem tekstu dato je detaljno objašnjenje rezultata.

Metodologija anketiranja

Metodologija anketiranja zasnivala se na slučajnom odabiru uzorka koji je obuhvatao 2.500 obavljenih razgovora kroz reprezentativnu distribuciju stanovnika na Kosovu i njihovih varijabli. Podaci su uneti putem kompjuterski podržanog anketiranja (CAPI), pri čemu su razgovori obavljeni uživo, a istovremeno podaci unošeni onlajn u softver. Ova metoda se smatrala najprikladnijom za ovu vrstu ankete, s obzirom na to da se podaci prikupljaju uživo, ali se sve unosi onlajn, što znatno olakšava praćenje, posmatranje i generisanje kvantitativnih podataka.

Rad na terenu je završen za dve sedmice (od 25. novembra do 6. decembra 2024. godine), a na celom Kosovu angažovano je petnaest anketara za obavljanje razgovora. Tačna raspodela uzorka i sve njegove varijable prikazane su u tabelama u Aneksu 1, a upitnik je dostupan u Aneksu 2.

Dizajn uzorka

Uzorak ankete je obuhvatio 38 opština na Kosovu, a ciljane populacija su bile osobe starije od 15 godina. Okvir uzorka je bio reprezentativan uzorak zasnovan na podacima o demografskoj raspodeli, i obuhvatio je 2.500 razgovora u okviru ove ankete. Korišćena tehnika uzorkovanja bila je višefazno probabilističko uzorkovanje sa slučajnim odabirom ispitanika, kroz stratifikovanu metodologiju uzorkovanja sprovedenu putem CAPI-ja. Uzorak je raspoređen po opštinama na osnovu reprezentativnog procenta ključnih sociodemografskih karakteristika.

Podaci su razvrstani prema ključnim demografskim karakteristikama, uključujući: starosne grupe, pol, opštinu, urbanu/ruralnu sredinu, etničku pripadnost, obrazovanje i ekonomsko stanje. Detaljnija raspodela uzorka prikazana je u Aneksu 1 gde su navedeni svi demografski podaci.

Izrada upitnika

Upitnik je pripremljen i završen u tesnoj saradnji sa Odsekom za medije Misije OEBS-a na Kosovu. Upitnik je bio zasnovan na ciljevima projekta „Unapređenje medijske i informacione pismenosti na Kosovu (2024)“ i bavio se pitanjima koja su od interesa za ovaj projekat. Sadržao je sedam demografskih pitanja i 31 pitanje o glavnoj temi ankete, a popunjavan je korišćenjem metode CAPI.

Prikupljanje podataka

Za proces prikupljanja podataka bilo je angažovano 15 anketara tokom tri uzastopne nedelje rada na terenu. Tokom prikupljanja podataka nisu zabeleženi nikakvi izazovi ili problemi.

Nadzor nad terenskim radom vršila su četiri supervizora, koji su svakodnevno bili na terenu kako bi pratili proces prikupljanja podataka.

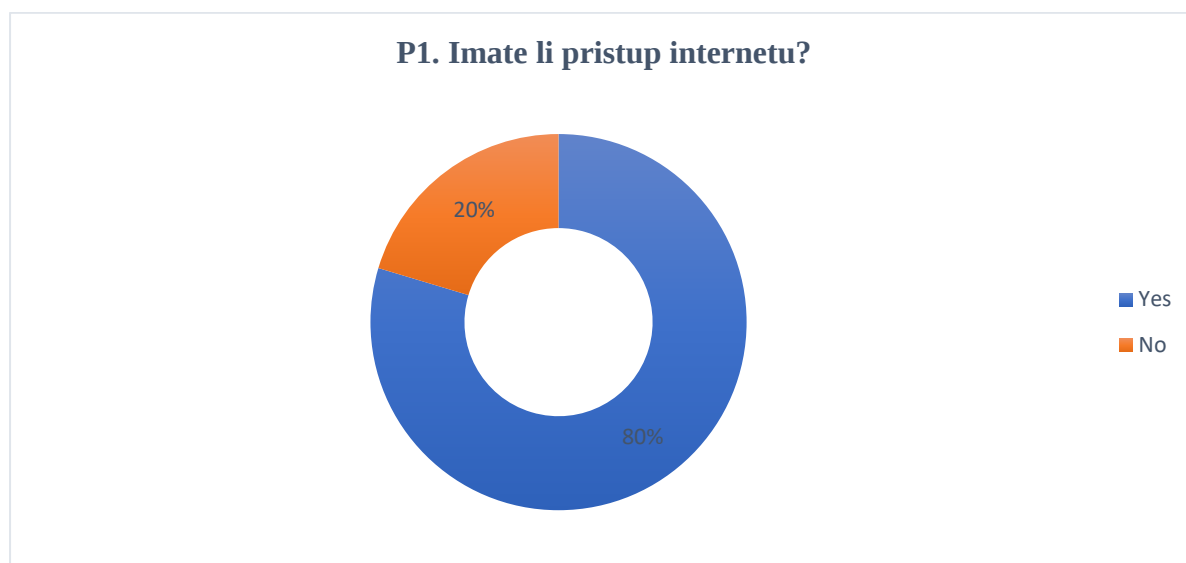
Prezentacija rezultata

Podaci u daljem tekstu predstavljaju rezultate ankete urađene sa 2.500 ispitanika, koja je sprovedena korišćenjem metode CAPI, kao i upitnika osmišljenog u tesnoj saradnji sa OEBS-om.

Deo 1: Konzumiranje, korišćenje i učestalost posećivanja medija

Rezultati u daljem tekstu predstavljaju podatke o konzumiranju, upotrebi i učestalosti posećivanja medija.

Na početku, ispitanicima je postavljeno pitanje da li imaju pristup internetu, a rezultat pokazuje da 80% ispitanika ima pristup internetu.

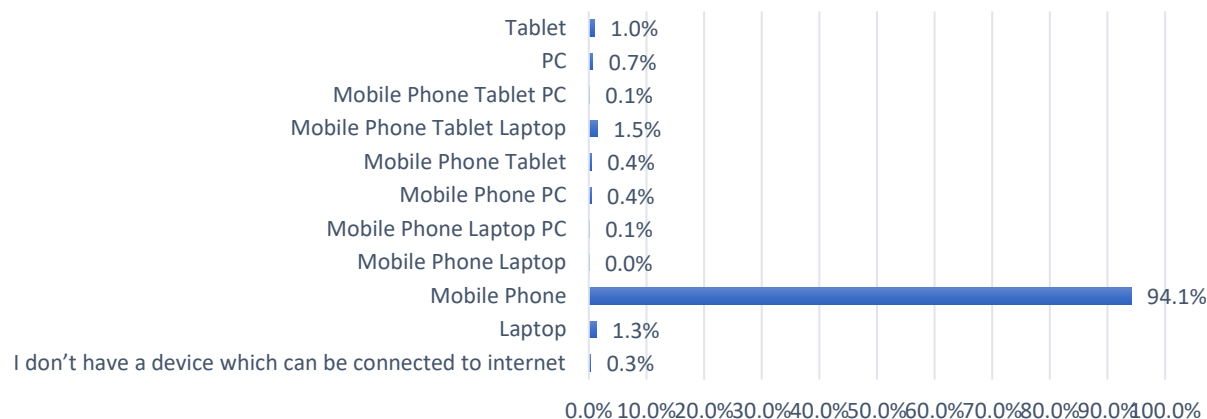


Grafikon 1 - Imate li pristup internetu?

Zatim, ispitanici su upitani da li imaju lični uređaj koji im omogućava povezivanje na internet, a od 2.500 ispitanika, 94,1% je reklo da ima samo mobilni telefon, dok je 1,5% reklo da ima mobilni telefon, tablet i laptop koji koriste za povezivanje na internet. Međutim, samo 8 ispitanika (0,3%) je reklo da nema uređaj koji može da se poveže na internet. Kao takvi, ovi podaci pokazuju da većina ispitanika ima uređaj koji mogu da koriste za pretraživanje na internetu i gotovo svi imaju pristup internetu.

U tabeli u daljem tekstu predstavljeni su drugi uređaji koje ispitanici imaju, ali u znatno manjem procentu.

P2. Imate li lični uređaj koji možete da povežete na internet?

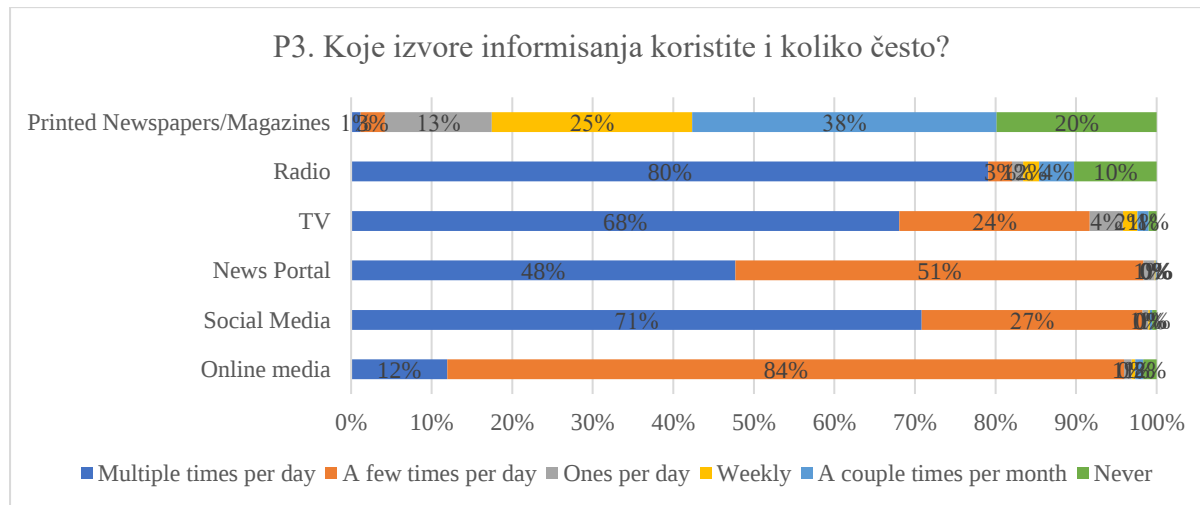


Grafikon 2 - Imate lični uređaj koji možete da povežete na internet?

Postavljeno je i pitanje o izvoru informacija koji koriste i koliko često se informišu iz tog izvora. Primarni izvori informacija su radio, društveni mediji, televizija i informativni portali. Štampane novine su poslednji izvor informacija koji ispitanici koriste, i to retko.

Vrlo česti izvori koje ispitanici koriste su društveni mediji i informativni portali, koje posećuju više puta dnevno ili nekoliko puta dnevno, a zatim radio koji često koriste više puta dnevno.

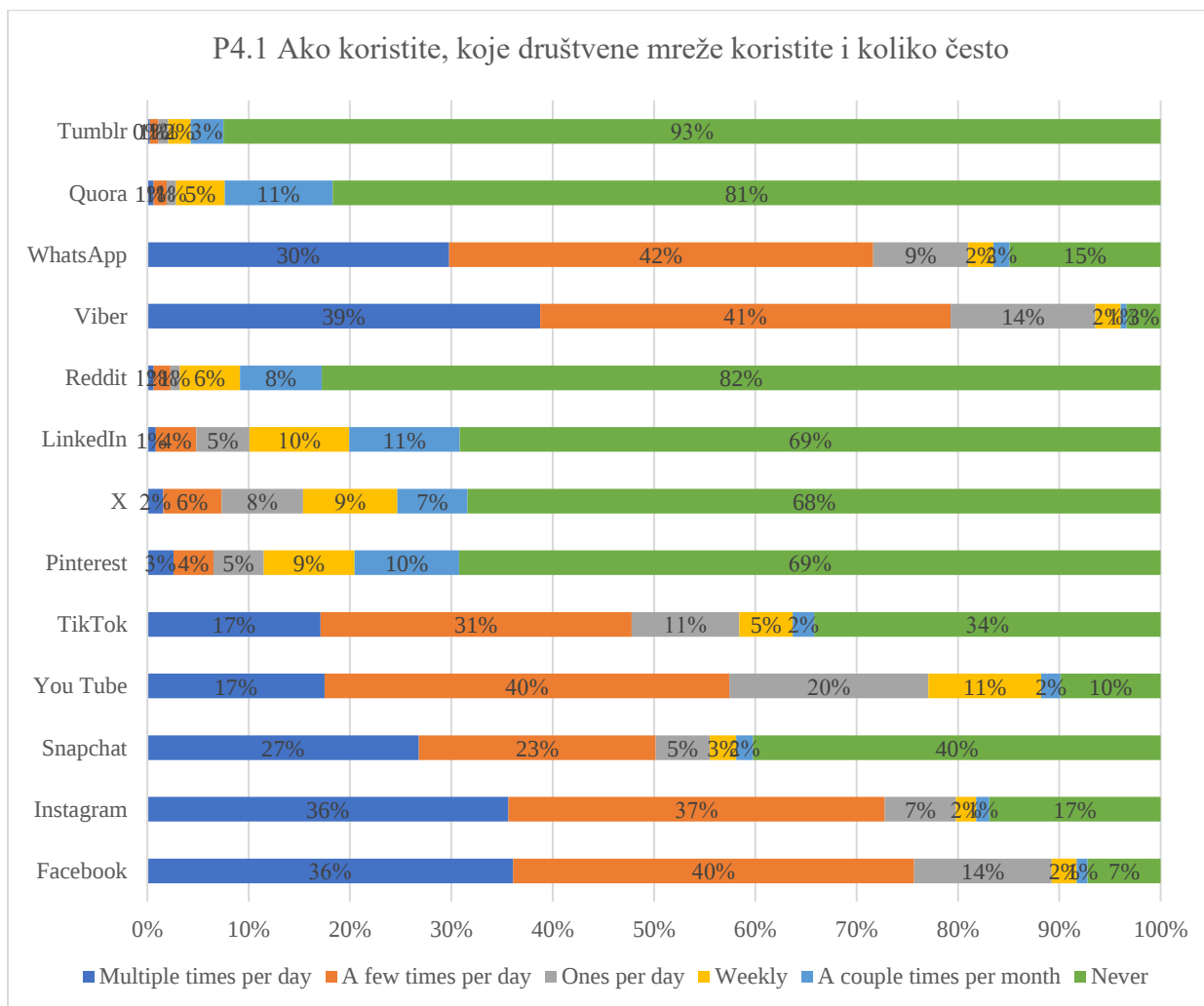
Koriste se i drugi izvori, ali u mnogo manjem procentu, a detaljni rezultati su predstavljeni u tabeli koja sledi.



Grafikon 3 - Koji izvor informacija koristite i koliko često?

Navedeni rezultati pokazuju da veliki deo stanovništva koristi društvene medije. S tim u vezi, sprovedena je dodatna analiza kako bi se utvrdilo koje aplikacije društvenih medija najčešće koriste.

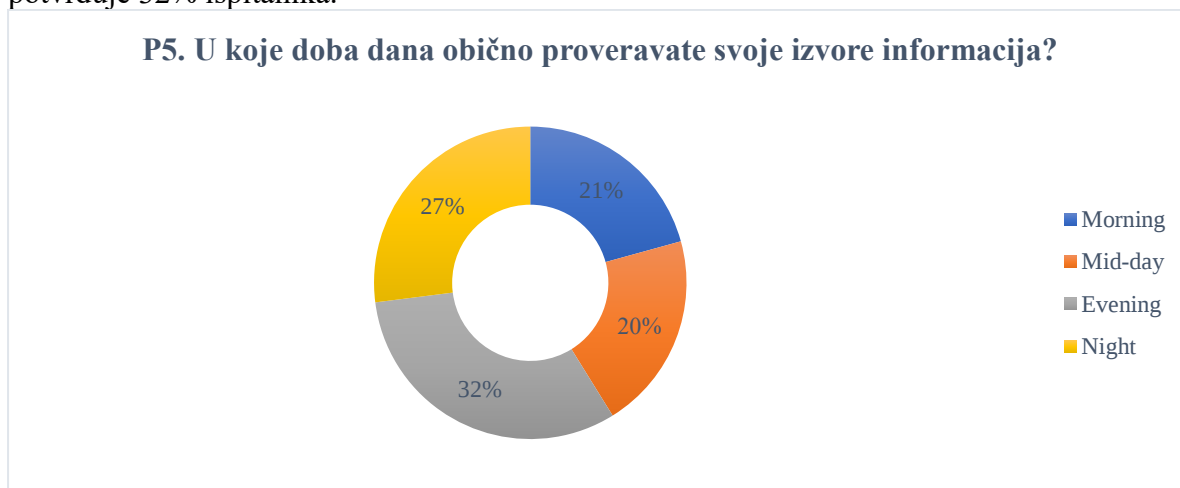
Rezultati pokazuju da su najčešće korišćene mreže Facebook, Instagram, Viber i WhatsApp. Učestalost korišćenja sve četiri mreže je veoma visoka, pri čemu najveći procenat ispitanika koristi ove aplikacije više puta dnevno ili nekoliko puta dnevno.



Grafikon 4 - Koje društvene mreže koristite i koliko često

Društvene mreže koje nisu toliko popularne na Kosovu su Tumblr, Quora i Reddit. Za ove mreže je više od 80% odgovorilo da ih „nikada ne koristi“, dok su LinkedIn, X i Pinterest druga najveća grupa za koju ne postoji interesovanje i procenat onih koji nikada ne koriste ove mreže je iznad 65%.

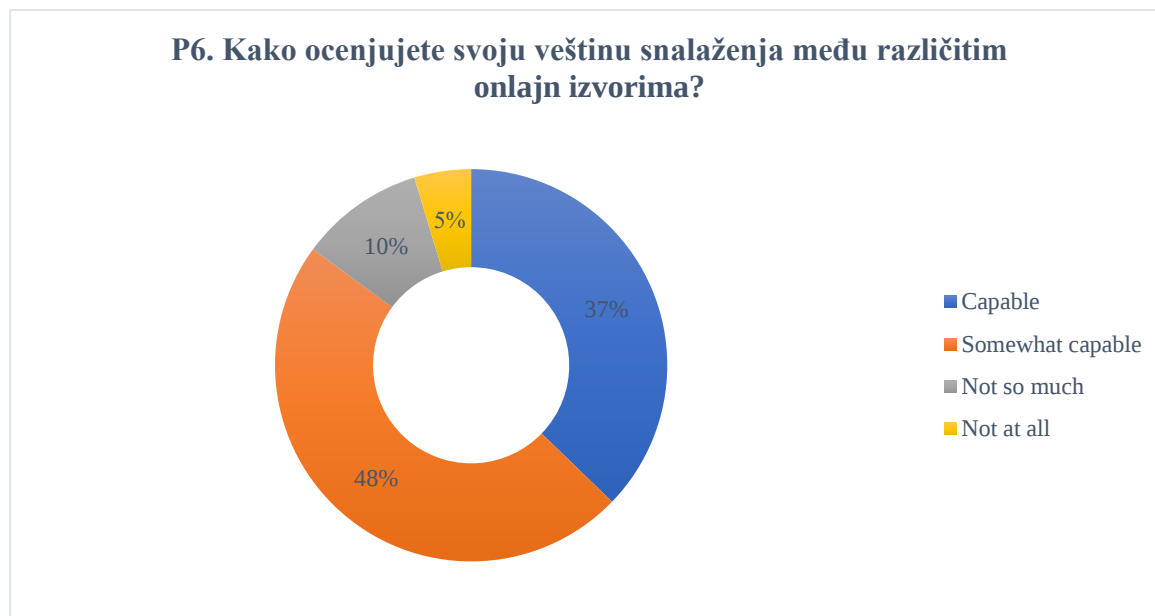
Smatra se da je veće najčešće doba dana kada stanovnici Kosova koriste društvene mreže, što potvrđuje 32% ispitanika.



Grafikon 5 - U koje doba dana obično proveravate svoj izvor informacija?

Što se tiče veštine snalaženja među različitim onlajn izvorima, 48% ispitanih stanovnika Kosova je reklo da su donekle vešti, a 37% da su vešti, što znači da je ostalo samo 15% ispitanika koji su odgovorili sa „ne baš toliko“ i „uopšte nisam vešt/a“.

S tim u vezi, možemo zaključiti da velika većina stanovnika Kosova zna da koristi različite uređaje za kretanje kroz onlajn izvore.



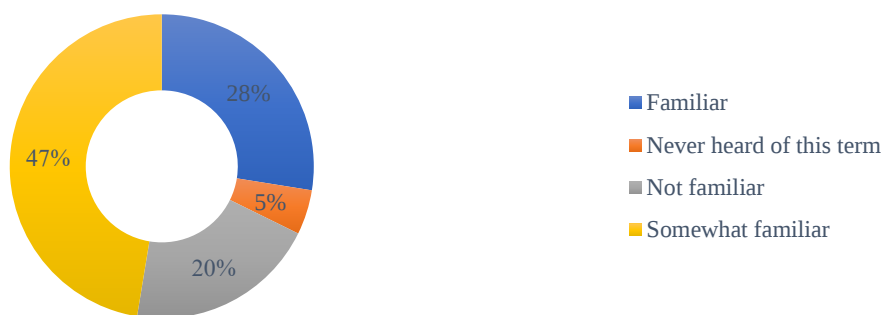
Grafikon 6 - Kako ocenjujete svoju veštinu snalaženja među različitim onlajn izvorima?

Deo 2: Medijska pismenost

Drugi deo ankete analizira aspekt medijske pismenosti. Pitanja u daljem tekstu odnose se na stepen medijske pismenosti među stanovnicima Kosova. Osim toga, analiziraju se glavni izazovi digitalnog medijskog okruženja, šta ispitanici misle o informacijama dobijenih sa medijskih kanala, veruju li takvim informacijama i treba li medijska pismenost da bude deo obrazovnih programa.

Što se tiče poznavanja termina „medijska pismenost“, 28% stanovnika Kosova je reklo da je upoznato sa tim terminom, a 47% da je donekle upoznato sa medijskom pismenošću. Manji broj ispitanika je rekao da nije upoznat sa terminom, a samo 5% je reklo da nikada nije čulo za ovaj termin. Dakle, može se zaključiti da su stanovnici Kosova generalno upoznati sa tim šta znači medijska pismenost.

P7. Da li vam je poznat termin „medijska pismenost“?

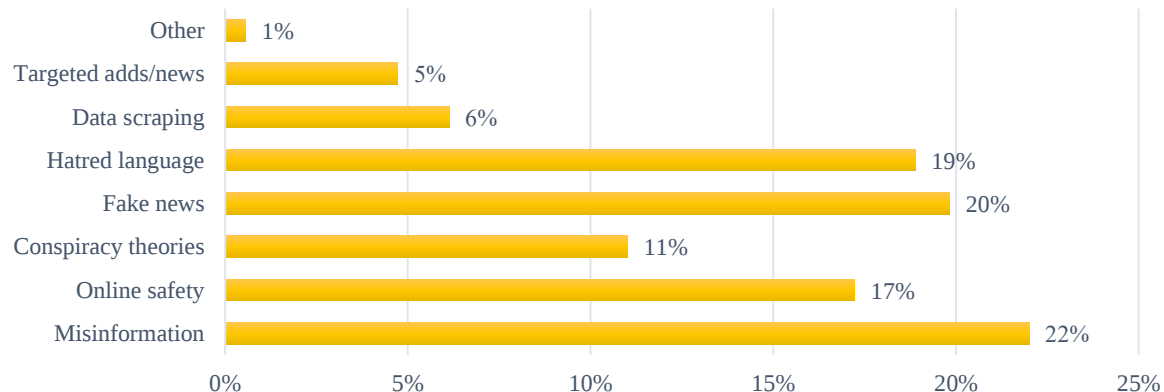


Grafikon 7 - Da li vam je poznat termin „medijska pismenost“?

Dezinformacije se smatraju glavnim izazovom digitalnog medijskog okruženja, sa 22% ispitanika koji podržavaju ovu tvrdnju, a lažne vesti se smatraju drugim najvećim izazovom.

Veruje se da su i drugi faktori poput „govora mržnje“ i „onlajn sigurnosti“ veliki izazovi, a slede ih „teorije zavere“. Struganje podataka i ciljani oglasi/vesti se mnogo manje doživljavaju kao izazov, sa malim procentom ispitanika koji veruju da ova dva faktora predstavljaju izazov (6% odnosno 5%).

P8. Šta mislite da su glavni izazovi digitalnog medijskog okruženja?

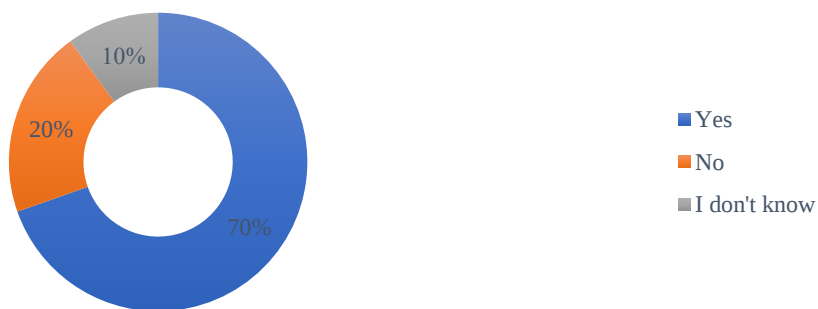


Grafikon 8 - Šta mislite da su glavni izazovi digitalnog medijskog okruženja?

Što se tiče broja stanovnika Kosova koji su naišli na naslove koji ne odražavaju sadržaj članka, 70% ispitanika smatra da su naišli na takve naslove. 20% njih je reklo da nisu naišli na takve primere, a 10% ne zna da li su ikada naišli na naslove koji ne odražavaju sadržaj članka.

S tim u vezi, medijski kanali često ističu naslove članaka samo radi povećanja broja pregleda, čak i kada sadržaj nije toliko važan kao naslov objave.

P9. Da li ste ikada naišli na naslov članka koji ne odražava njegov sadržaj?

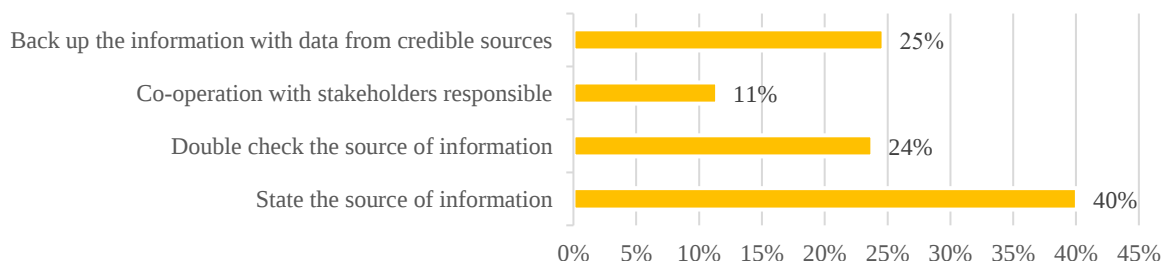


Grafikon 9 - Da li ste ikada naišli na naslov članka koji ne odražava njegov sadržaj?

Faktor koji se smatra najvažnijim za verodostojnost informacija/vesti jeste navođenje izvora informacija; 40% ispitanika veruje da je to tačno. Slično tome, potkrepljivanje informacija podacima iz pouzdanih izvora je drugi najvažniji faktor, a to smatra 25% ispitanika.

Dvostruka provera izvora informacija je na trećem mestu, sa 24% ispitanika koji je smatraju važnim faktorom. Saradnja sa odgovornim zainteresovanim stranama je najmanje zastupljena kao faktor verodostojnosti.

P10. Šta mislite da čini informacije/vesti verodostojnim?



Grafikon 10 - Šta mislite da čini informacije/vesti verodostojnim?

Podaci iz ankete govore da 62% smatra da se mediji na Kosovu koriste za promociju neadekvatnih sadržaja. 19% ispitanika ne veruje da se mediji koriste za promociju neadekvatnih sadržaja, dok sličan procenat ne zna da li je to tačno. To znači da se mnogi izvori informacija koriste za promociju neadekvatnog sadržaja.

P11. Da li mislite da se mediji na Kosovu koriste za promociju neadekvatnog sadržaja?



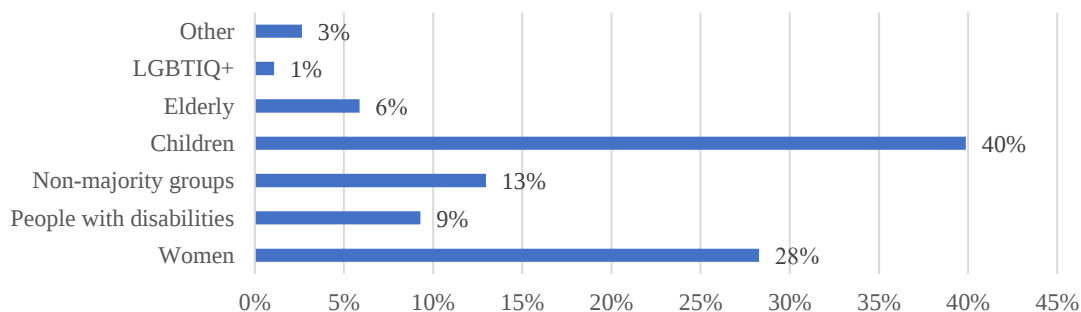
Grafikon 11 - Da li mislite da se mediji na Kosovu koriste za promociju neadekvatnog sadržaja?

Najranjivijom grupom na medijskim kanalima smatraju se deca i žene, sa 40% odnosno 28% ispitanika koji su to naveli kao problem.

Nevećinske zajednice čine treću grupu koja se smatra ranjivom na medijskim kanalima sa 13%, i osobe sa invaliditetom sa 9%

Druge grupe, uključujući starije osobe i LGBTQI+ zajednicu, u znatno manjoj meri se smatraju ranjivom grupom na medijskim kanalima.

P12. Ko je po vašem mišljenju najranjiviji na medijskim kanalima?



Grafikon 12 - Ko je po vašem mišljenju najranjiviji na medijskim kanalima?

Uključivanje medijske pismenosti u nastavne planove i programe formalnog obrazovanja bio je još jedan aspekt koji je analiziran u ovoj anketi. 77% ispitanika smatra da medijska pismenost treba da bude deo nastavnog plana i programa formalnog obrazovanja, dok 15% ne zna da li treba da bude uključena. Međutim, samo 8% smatra da medijska pismenost ne treba da bude deo nastavnog plana i programa.

P13. Smatrate li da formalno obrazovanje treba da koristi medijsku pismenost u svojim nastavnim planovima i programima?



Grafikon 13 – Smatrate li da formalno obrazovanje treba da koristi medijsku pismenost u svojim nastavnim planovima i programima?

Na pitanje: „Da li nadležna ministarstva treba da izrade strategije u oblasti medijske edukacije?“, 77% ispitanika je odgovorilo sa „da, treba“, a 16% sa „ne znam“ da li nadležna ministarstva treba da izrade takve obrazovne strategije. Samo 7% ne smatra da ministarstva treba da izrade strategije u oblasti medijske edukacije.

Q14. Smatrate li da nadležno ministarstvo treba da izradi obrazovne strategije u oblasti medijske edukacije?



Grafikon 14 – Smatrate li da nadležno ministarstvo treba da izradi obrazovne strategije u oblasti medijske edukacije?

Na pitanje da li prate medije na drugim jezicima, 61% ispitanika je odgovorilo sa „da“, dok je 39% reklo da ne prati medije na drugim jezicima osim na maternjem jeziku.

P15. Da li pratite medije na drugim jezicima?



Grafikon 15 – Da li pratite medije na drugim jezicima?

U anketi je analizirano da li se o vestima različito izveštava u medijima na albanskom i srpskom jeziku, i rezultati pokazuju da je samo 36% ispitanika reklo da su primetili razlike u izveštavanju na albanskom i srpskom jeziku.

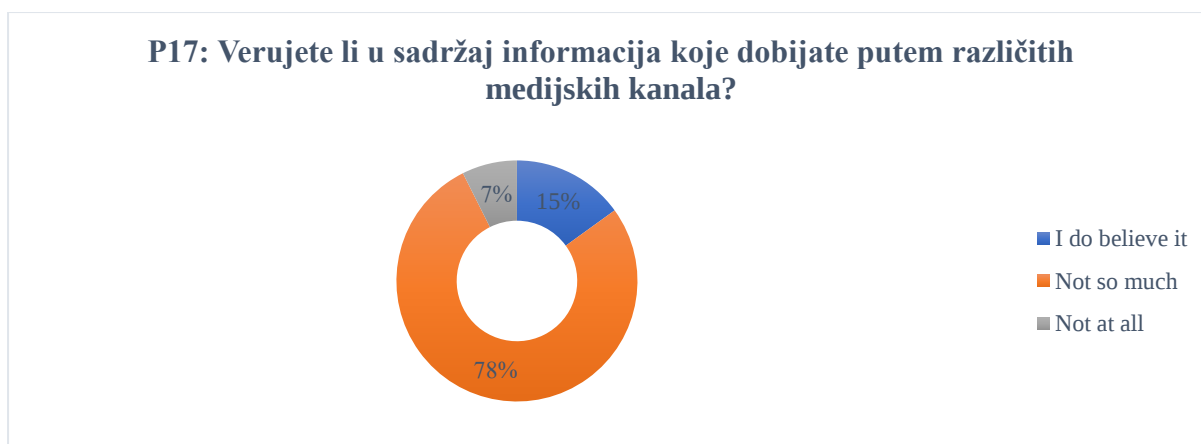
Međutim, 30% ispitanika potvrđuje da nisu primetili razlike u medijskom izveštavanju na albanskom i srpskom jeziku; dok preostalih 34% ne zna da li takav slučaj postoji.



Grafikon 16 - Da li znate za neku vest koja je različito prenetu u albanskim i srpskim medijima?

Deo 3: Bezbednost informacija

U anketi je analiziran i aspekt bezbednosti informacija u vezi sa podacima dobijenim putem medija: koliko često su građani nailazili na informacije u medijima koje nisu bile istinite, ko su glavne žrtve lažnih vesti i koji su medijski kanali kojima se najviše veruje. Rezultati u nastavku predstavljaju mišljenje ispitanika.

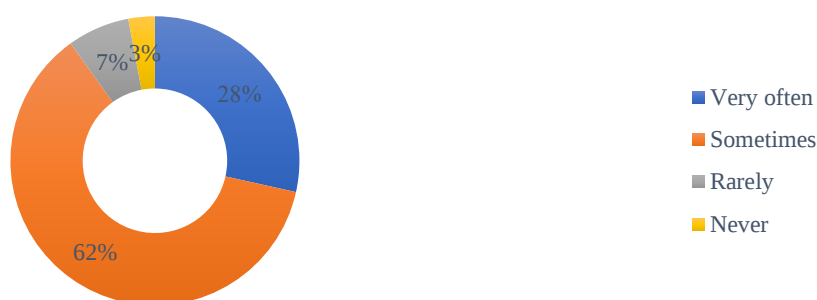


Grafikon 17 - Verujete li sadržaju informacija koje dobijate putem različitih medijskih kanala?

Od 2.500 ispitanika na Kosovu, 78% njih je odgovorilo sa „ne toliko“ na pitanje da li veruju sadržaju informacija koje dobijaju putem različitih medijskih kanala. Dakle, većina ispitanika u stvari ne veruje u sadržaj informacija dobijenih sa medijskih kanala.

Od preostalih 22%, njih 15% je navelo da veruje, dok je 7% ispitanika navelo da uopšte ne veruje u sadržaj informacija koje dobijaju sa različitih medijskih kanala.

P18: Koliko često ste u medijima naišli na sadržaj koji nije bio istinit?



Grafikon 18 - Koliko često ste u medijima naišli na sadržaj koji nije bio istinit?

Što se tiče učestalosti nailaženja na informacije u medijima koje nisu bile istinite, 28% ispitanih građana Kosova je reklo da vrlo često nailazi na lažne informacije, dok je 62% njih odgovorilo da ponekad nailazi na informacije koje nisu istinite. Ovo je povezano sa prethodnim pitanjima, gde 78% ispitanika ne veruje toliko u sadržaj informacija dobijenih sa različitih medijskih kanala.

Samo 3% ispitanika je navelo da nikada nisu naišli sa informacije koje nisu istinite, dok je preostalih 7% navelo da su retko bili izloženi informacijama u medijima koje nisu bile istinite.

P19. Da li ste ikad prijavili neki medij ili medijski kanal za objavljivanje lažnih vesti?

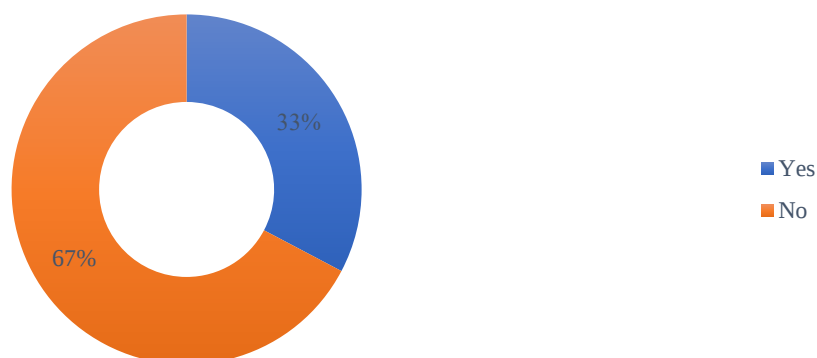


Grafikon 19 - Da li ste ikada prijavili neki medij ili medijski kanal za objavljivanje lažnih vesti?

Oni koji su bili izloženi lažnim informacijama upitani su da li su ikada prijavili neki medij ili medijski kanal za objavljivanje lažnih vesti, i 62% njih je odgovorilo da su ih prijavili, dok je 38% reklo da nisu prijavili takve slučajeve.

Osim toga, ispitanici su upitani gde su prijavili takve vesti, pri čemu je većina njih rekla da su to uradili „odgovorom na njihovu veb stranicu“ ili „ostavljanjem komentara na te vesti“, dok je samo nekoliko njih reklo „da su prijavili vest relevantnim institucijama“.

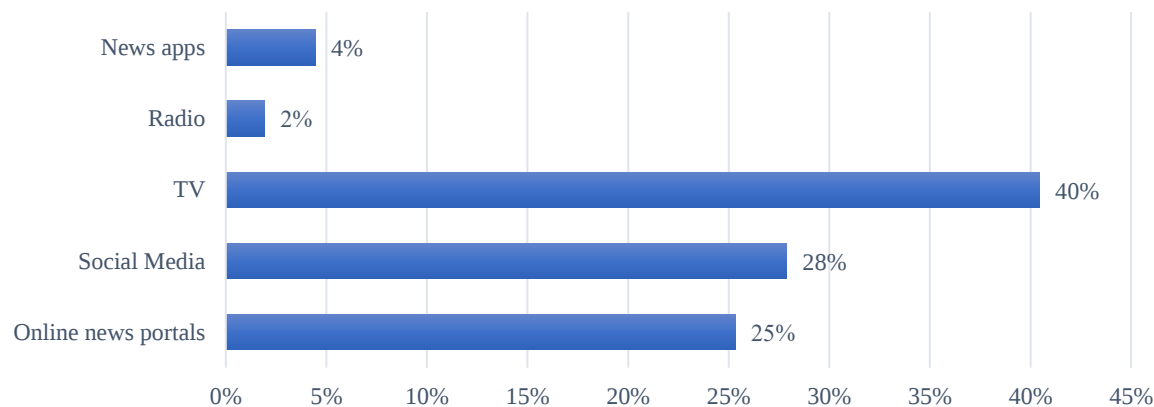
P20: Da li ste vi ili neko od članova vaše porodice ikada bili žrtva lažnih vesti ili dezinformacija u medijskim izvorima?



Grafikon 20 - Da li ste vi ili neko od članova vaše porodice ikada bili žrtva lažnih vesti ili dezinformacija u medijskim izvorima?

Na pitanje da li su oni ili neko od članova njihovih porodica bili žrtve lažnih vesti u medijima, ili dezinformacija u medijskim izvorima, 67% ispitanika je navelo da nisu bili žrtve lažnih vesti i dezinformacija. Ostalih 33% je navelo da su oni lično ili je neko od članova porodice bio žrtve lažnih vesti i dezinformacija.

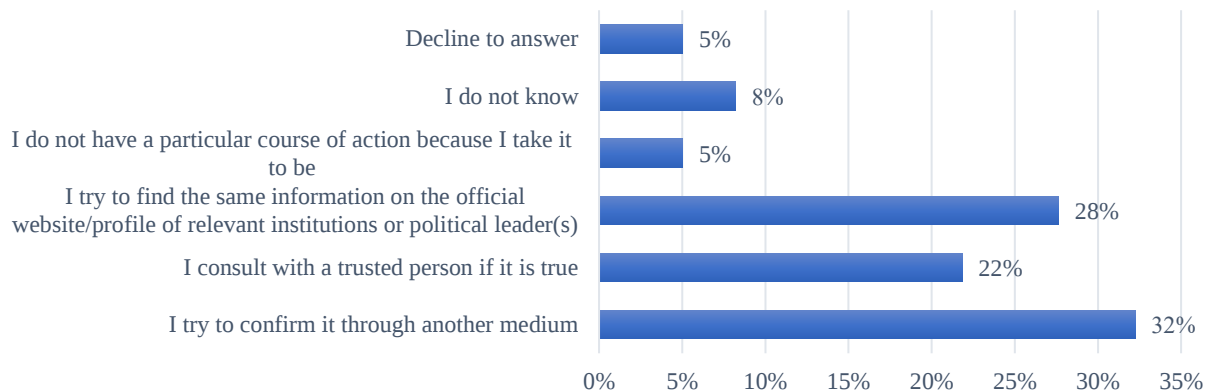
P21. Recite nam kojem medijskom izvoru najviše verujete?



Grafikon 21 - Recite nam kojem medijskom izvoru najviše verujete?

Na osnovu rezultata ankete, televizija je proglašena za najpoverljiviji izvor informacija, sa 40% ispitanika koji to podržavaju. Društveni mediji i onlajn novinski portali su sledeća dva izvora kojima veruje 28% i 25% ispitanika.

P22. Možete li da nam kažete šta radite kada vidite ili pročitate neku vest ili informaciju?



Grafikon 22 – Možete li da nam kažete šta radite kada vidite ili pročitate neku vest ili informaciju??

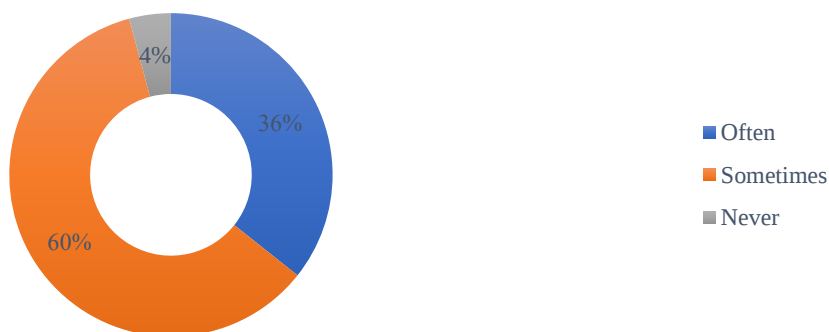
Kada pročitaju neku vest ili informaciju ispitanici uglavnom pokušavaju da je potvrde na nekom drugom mediju, ili da istu informaciju pronađu na zvaničnom veb-sajtu/profilu relevantnih institucija ili političkih lidera. Ove dve metode se najčešće primenjuju za proveru pročitanih informacija, sa procentom od 32%, odnosno 28%.

Treća mogućnost koju ispitanici koriste je konsultovanje pouzdane osobe o tome da li su informacije tačne, pri čemu samo 22% njih koristi ovaj način za potvrdu vesti. Drugi načini za potvrđivanje informacija dobijenih sa različitih medijskih kanala su mnogo manje zastupljeni.

Deo 4: Uvredljivi sadržaj u medijima

U četvrtom delu ankete analiziran je aspekt uvredljivog sadržaja u medijima. U ovom delu su dodatno izložena mišljenja ispitanika o učestalosti nailaženja na uvredljiv sadržaj, da li su se osećali ugroženo zbog tog sadržaja, da li ga treba zabraniti i čime treba da se pozabave institucije.

P23. Koliko često nailazite na uvredljiv sadržaj u medijskim izvorima koje koristite?



Grafikon 22 - Koliko često nailazite na uvredljiv sadržaj u medijskim izvorima koje koristite?

Na pitanje koliko često nailaze na uvredljiv sadržaj u medijskim izvorima koje koriste, 36% ispitanika je navelo da se često susreću sa uvredljivim informacijama, a većina njih, 60%, je navela da ponekad nailaze na uvredljive informacije u medijskim izvorima koje koriste. Samo

4% ispitanika je navelo da se nikad nisu susreli sa uvredljivim informacijama u medijskim izvorima koje obično koriste.

P24. Smatrate li da vas ugrožava sadržaj na koji nailazite na različitim medijskim kanalima?



Grafikon 23 - Smatrate li da vas ugrožava sadržaj na koji nailazite na različitim medijskim kanalima?

Na pitanje da li smatraju da ih ugrožava sadržaj različitih medijskih kanala kojima su izloženi, 36% ispitanika je potvrdno odgovorilo, a 64% je odgovorili negativno, da ih ne ugrožava sadržaj različitih medijskih kanala.

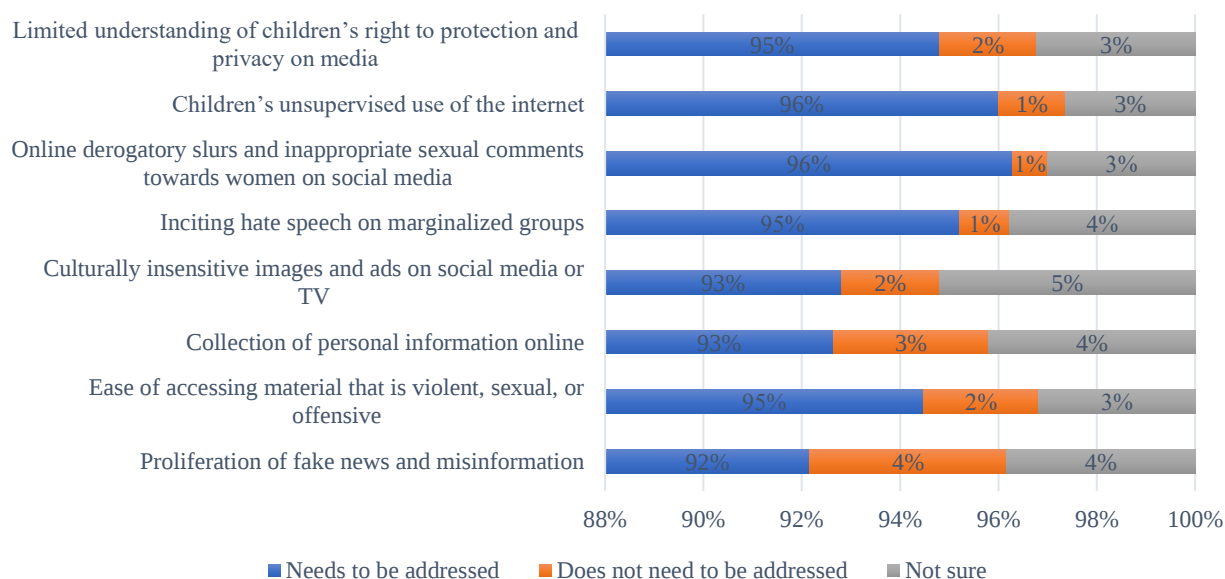
P25. Da li mislite da treba zabraniti uvredljiv sadržaj u svim medijskim izvorima?



Grafikon 24 – Smatrate li treba zabraniti uvredljive sadržaje u svim medijskim izvorima?

Na pitanje „Da li u svim treba zabraniti uvredljiv sadržaj u svim medijskim izvorima?“, 92% ispitanika je odgovorilo sa „da“, treba ga zabraniti. Mali procenat od samo 5% ispitanika nije siguran da li takve informacije treba zabraniti; dok je 3% ispitanika navelo da ne treba zabraniti uvredljive informacije u svim medijskim izvorima.

P26. Da li na Kosovu treba da budu rešena sledeća pitanja u vezi sa medijima?



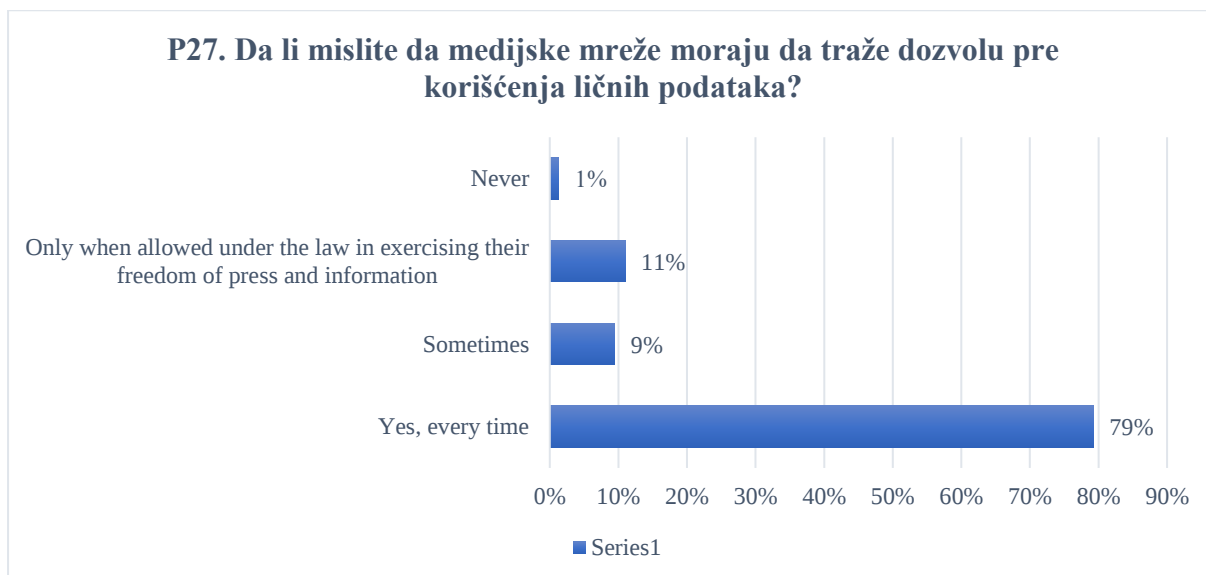
Grafikon 25 - Da li na Kosovu treba da budu rešena sledeća pitanja u vezi sa medijima?

Kada je reč o tome koja pitanja u vezi sa medijima treba da budu rešena, većina ispitanika, odnosno više od 90% je navelo da treba da budu rešena sva pitanja iz upitnika. Dakle, sva prethodna pitanja su ocenjena kao veoma važna, bez izuzetka.

Samim tim, na Kosovu treba da budu rešena pitanja kao što su govor mržnje, korišćenje interneta od strane dece bez nadzora, komentari seksualne prirode, osetljiv vizuelni sadržaj, prikupljanje ličnih podataka, nasilje i lažne vesti.

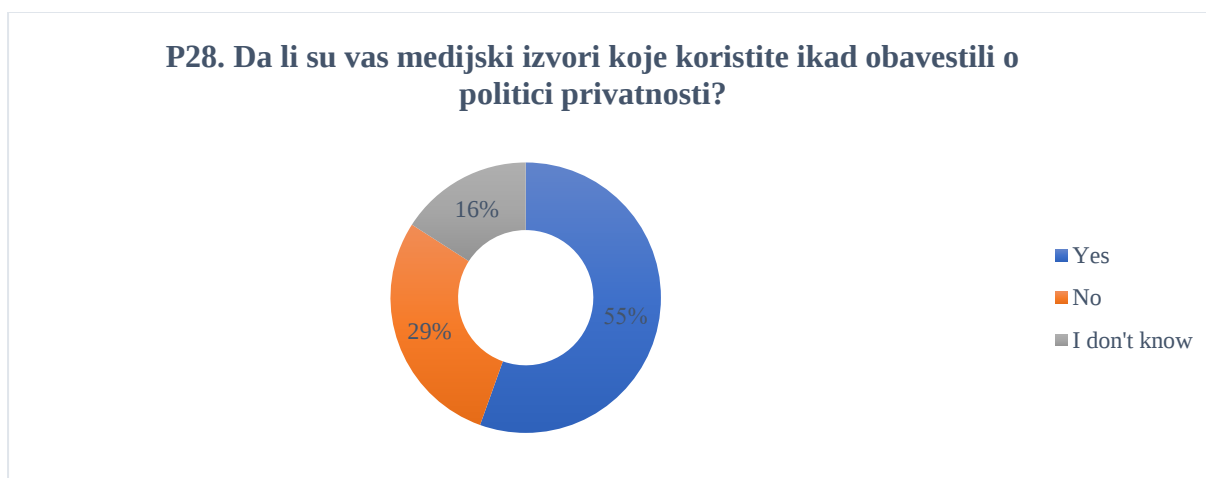
Deo 5: Privatnost i onlajn sigurnost

U poslednjem delu ankete analizira je aspekt privatnosti i onlajn sigurnosti. U daljem tekstu slede informacije o tome da li medijski kanali traže dozvolu za korišćenje sadržaja lične prirode, da li treba da traže dozvolu pre korišćenja podataka, kao i da li su ispitanici obavešteni o politici privatnosti i da li razumeju sadržaj.



Grafikon 26 - Da li mislite da medijske mreže moraju da traže dozvolu pre korišćenja ličnih podataka?

Na pitanje da li medijske mreže treba da traže dozvolu pre korišćenja ličnih podataka, 79% ispitanika je navelo da treba da traže dozvolu svaki put, 9% smatra da treba da traže dozvolu ponekad, dok je 11% njih reklo da medijske mreže treba da traže dozvolu samo kada je to zakonom dozvoljeno u okviru slobode medija i informisanja.



Grafikon 27 - Da li su vas medijski izvori koje koristite ikad obavestili o politici privatnosti?

Što se tiče obaveštavanja o politici privatnosti, 55% ispitanika je reklo da su ih medijski izvori koje koriste obavestili o politici privatnosti, a 29% ispitanika je reklo da ih nisu obavestili.

Preostalih 16% je navelo da ne zna da li su bili obavešteni o politici privatnosti.

P28.1. Ukoliko su vas obavestili, da li ste pročitali i razumeli sadržaj politike privatnosti?



Grafikon 28 - Ukoliko su vas obavestili, da li ste pročitali i razumeli sadržaj politike privatnosti?

Ispitanici koji su naveli da su obavešteni o politici privatnosti upitani su da li su pročitali i razumeli sadržaj politike, i njih 52% je navelo da jesu, dok je 31% reklo da nisu. 17% ispitanika je navelo da ne znaju da li su razumeli sadržaj.

P29. Da li, po vašem mišljenju, medijski izvori imaju ustanovljenu politiku privatnosti i da li je sprovode?



Grafikon 29 - Da li, po vašem mišljenju, medijski izvori imaju ustanovljenu politiku privatnosti i da li je sprovode?

Ispitanicima je takođe postavljeno pitanje da li medijski izvori imaju ustanovljenu politiku privatnosti i da li je sprovode, i 42% ispitanika je reklo da misli da medijski izvori imaju ustanovljenu politiku privatnosti, dok je 37% ispitanika reklo da ne zna. 21% preostalih ispitanika je reklo da misli da medijski izvori nemaju ustanovljenu politiku privatnosti.

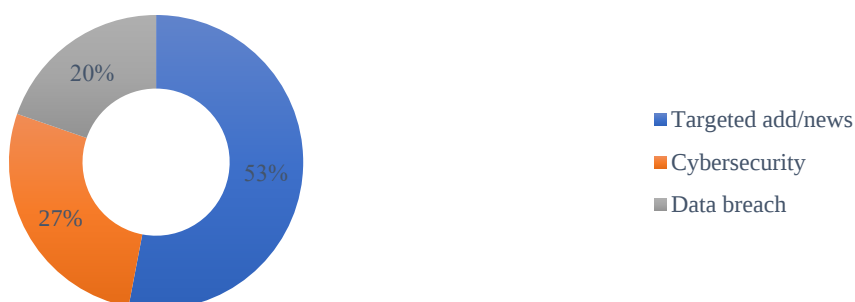
P30. Da li ste kao subjekt podataka, odnosno lice čiji se podaci obrađuju, upoznati sa svojim pravima prema Zakonu o zaštiti ličnih podataka?



Grafikon 30 – Da li ste kao subjekt podataka upoznati sa svojim pravima prema Zakonu o zaštiti ličnih podataka?

Što se tiče pitanja u vezi sa Zakonom o zaštiti ličnih podataka i informisanosti o njihovim pravima kao subjekta podataka, 20% ispitanika smatra da znaju koja su njihova prava u tom slučaju. Međutim, većina njih, ili 63%, naveli su da ne znaju koja su njihova prava kao subjekta podataka, a 17% nije sigurno koja su njihova prava u tom slučaju.

P31. Da li ste ikada bili izloženi informacijama koje su uključivale nešto od sledećeg?



Grafikon 31 - Da li ste ikada bili izloženi informacijama koje su uključivale nešto od sledećeg?

Što se tiče pitanja da li su ikada bili izloženi informacijama koje su uključivale ciljane oglase/vesti, sajber bezbednost ili povredu ličnih podataka, većina ispitanika, odnosno 53% je navelo da su primali ciljane oglase/vesti. Sajber bezbednost i povreda ličnih podataka takođe su navedeni kao pitanja kojima su bili izloženi, ali u znatno nižem procentu, 27% odnosno 20%.

Zaključci

Ukratko, 80% ispitanika ima pristup internetu i poseduje lični uređaj sa kojeg može pristupiti različitim informacijama sa različitih medijskih kanala. Sadržaj informacija kojima su izloženi nije uvek adekvatno predstavljen, niti se doživljava kao tačan. Pored toga, ispitanici su naveli da kao medijske izvore uglavnom koriste društvene medije, a većina ispitanika je potvrdila da poseduju sopstveni uređaj sa kojeg mogu da pretražuju internet.

Kanali društvenih medija koji se najčešće koriste na Kosovu su Viber, Facebook, Instagram i WhatsApp. U principu, stanovnici Kosova najčešće koriste ova četiri medijska kanala, a zatim slede Snapchat, YouTube i TikTok. Veće je doba dana kad ispitanici obično proveravaju različite izvore informacija i društvene medije.

Rezultati istraživanja pokazuju da ispitanici poseduju natprosečno znanje o korišćenju različitih uređaja, imaju pristupu raznim kanalima društvenih medija i aktivno prate onlajn izvore informacija. Podaci pokazuju da su ispitanici upoznati sa dezinformacijama, lažnim vestima i nepouzdanim informacijama, i većina njih (62%) je navela da su prijavili medijske kanale zbog prenošenja lažnih vesti.

Što se tiče medijske pismenosti, većina ispitanika je navela da im je ovaj termin poznat ili donekle poznat; međutim, i dalje se smatra da su glavni izazovi digitalnog medijskog okruženja dezinformacije, lažne vesti, govor mržnje i onlajn sigurnost. 70% ispitanika je navelo da su nailazili na naslove koji nisu odgovarali sadržaju članaka, a više od 90% njih je navelo da su vrlo često ili ponekad u medijima nailazili na sadržaj koji nije tačan. Uopšteno govoreći, ispitanici smatraju da se mediji koriste za promociju neadekvatnog sadržaja i nefiltriranih informacija. Takvim informacijama su izložene sve grupe bez izuzetka, pri čemu se najranjivijima smatraju deca i žene.

Ispitanici smatraju da su informacije verodostojne ako medijski kanali navedu izvor informacija, potkrepe ga podacima iz pouzdanih izvora ili dodatno provere tačnost informacija.

Pored toga, ispitanici su podržali ideju da se u nastavni plan i program formalnog obrazovanja uvrsti medijska pismenost. 77% ispitanika je podržalo ovu ideju, i isti procenat je naveo da nadležna ministarstva treba da izrade obrazovne strategije u oblasti medijske edukacije.

Pored lažnih vesti, sve prisutniji problem je uvredljiv sadržaj u medijskim izvorima, jer je 96% ispitanika reklo da vrlo često ili povremeno nailaze na uvredljiv sadržaj na medijskim kanalima. Što se tiče ovog pitanja, 92% ispitanika je navelo da treba zabraniti uvredljiv sadržaj u svim medijskim izvorima. Druga pitanja koja na Kosovu treba rešiti jesu lak pristup nasilnom, seksualnom ili uvredljivom materijalu, prikupljanje ličnih podataka, podsticanje govora mržnje protiv marginalizovanih grupa, uvredljiv govor na mreži i neprikladni seksualni komentari o ženama, korišćenje interneta od strane dece bez nadzora, itd.

Najpouzdanijim izvorom informacija smatra se televizija, koja je dobila podršku 40% ispitanika, zatim slede društveni mediji sa 28% i onlajn informativni portali sa 25%. Glavne metode koje ispitanici koriste za potvrdu informacija koje dobijaju sa različitih medijskih kanala uključuju proveru na drugim medijskim kanalima ili traženje informacija na zvaničnom veb-sajtu/profilima relevantnih institucija. Treća metoda potvrde informacija jeste konsultovanje pouzdane osobe kako bi utvrdili da li su informacije tačne.

Pored toga, ono čime se odmah treba pozabaviti je i zahtev za dobijanje dozvole pre korišćenja ličnih podataka i obaveštavanje dotičnih lica o politici privatnosti. 79% ispitanika reklo je da

medijske mreže treba da traže dozvolu svaki put kada koriste lične podatke, a 9% smatra da ponekad treba da traže dozvolu.

Na pitanje da li su vas medijski izvori koje ste koristili obavestili o politici privatnosti, 55% ispitanih je navelo da jesu, a od toga je 52% pročitao i razumelo sadržaj politike privatnosti. Na pitanje da li medijski izvori imaju ustanovljenu politiku privatnosti i da li je primenjuju, 42% ispitanika smatra da imaju i da je sprovode. Međutim, većina ispitanika misli da medijski izvori nemaju ustanovljenu politiku privatnosti ili nisu sigurni da je imaju.

Dok je više od 63% ispitanika navelo da nije upoznato sa pravima koja imaju kao subjekti podataka prema Zakonu o zaštiti ličnih podataka, ostalih 20% je navelo da je upoznato, a 17% da nije sigurno koja su njihova prava. Na pitanje da li su ikad bili izloženi informacijama kao što su ciljani oglasi/vesti, sajber bezbednost ili povreda ličnih podataka, 53% ispitanika smatra da su bili izloženi ciljanim oglasima/vestima.

Praksa evropskih zemalja, konkretno Finske, pokazuje da su one uspostavile proces nadgledanja medija koji je nezavisan od politike i formalnog obrazovanja, i da primenjuju sva ograničenja u vezi sa lažnim vestima, dezinformacijama, prikazivanjem pojedinaca bez njihovog odobrenja i druga ograničenja predviđena važećim zakonima.

Na Kosovu ne postoji politika koja nalaže uključivanje medijske pismenosti u nastavne planove i programe formalnog obrazovanja. Stoga, ispitanici smatraju da nadležna ministarstva treba da izrade obrazovnu strategiju u oblasti medijske edukacije i da proces rešavanja navedenih pitanja treba da počne edukacijom ispitanika o njihovim pravima i posledicama predstavljanja lažnih vesti i dezinformacija.

Na osnovu rezultata ankete možemo zaključiti da pitanja povezana sa medijskim kanalima, načinom na koji oni funkcionišu i nefiltriranim sadržajem na društvenim mrežama značajno izlažu i čine pojedince na Kosovu ranjivim na zlonamerne namere onih koji mogu da plasiraju neistine vesti i informacije, a da za to ne snose posledice.

Iako je većina stanovnika svesna anomalija kojima je izložena i ne veruje u većinu sadržaja koji pročita, zakone i pravila treba menjati kako bi se sprečili ovakvi problemi, bez zadiranja u slobodu medija.

Preporuke

Na osnovu rezultata ankete, naše preporuke u vezi sa medijskom i informacionom pismenošću su sledeće:

1. Realizovati program medijske pismenosti u formalno obrazovanje za učenike srednjih škola. Kada edukujete dete/tinejdžera, edukujete celu porodicu. Dete koje razume pojam lažnih vesti i uticaj koji one imaju u društvu moći će to da prenese svojim roditeljima i rođacima i podstakne ih da potvrde vest ili prijave lažne vesti kad ih otkriju.
2. Uvrstiti medijsku edukaciju u nastavne planove i programe srednjih škola i uvrstiti rodna pitanja u obrazovanje o MIP-u i u neformalno učenje.
3. Izraditi politike za medijsku edukaciju, informisanje i digitalno obrazovanje.
4. Kreirati informacione alate koji će biti dostupni društvu kao informativni materijali o uticaju lažnih vesti i načinu na koji ih treba tretirati.
5. Kreirati zakonodavne regulatorne mehanizme koji zabranjuju ili kažnjavaju medijske kanale koji plasiraju lažne informacije ili informacije bez dozvole autora ili osobe koja je pogođena takvim vestima.
6. Održati program obuke i seminare za novinare, javne funkcionere, OGD i stanovnike o Zakonu o zaštiti ličnih podataka.
7. Organizovati obuke sa prosvetnim radnicima i mladima o medijskoj i informacionoj pismenosti i medijskoj edukaciji.
8. U nadležnim institucijama formulisati medijsku politiku usmerenu na medijsku edukaciju i veštine koje će biti prenete studentima i prosvetnim radnicima.
9. Podsticati saradnju između organizacija građanskog društva koje se bave medijskom edukacijom i pismenošću i medijskih kanala, koja će im omogućiti razmenu stavova.
10. Organizovati seminar sa predstavnicima medijskih kanala na Kosovu i informisati ih o medijskoj i informacionoj pismenosti i medijskoj edukaciji.
11. Održati obuku sa prosvetnim radnicima o sigurnosti na internetu i štetnim linkovima.

Aneks 1 - Raspodela uzoraka po opštinama

Prikaz demografskih podataka

Tabela 1- Raspodela stanovništva po opštinama

Opština	Mesto stanovanja	Broj razgovora	Opština	Mesto stanovanja	Broj razgovora
Dečane	Grad	5	Priština	Grad	232
	Selo	52		Selo	53
Đakovica	Grad	59	Prizren	Grad	136
	Selo	77		Selo	120
Glogovac	Grad	9	Srbica	Grad	10
	Selo	75		Selo	64
Gnjilane	Grad	78	Štimlje	Grad	10
	Selo	52		Selo	29
Dragaš	Grad	2	Štrpce	Grad	2
	Selo	47		Selo	8
Istok	Grad	7	Suva Reka	Grad	15
	Selo	49		Selo	71
Kačanik	Grad	15	Uroševac	Grad	61
	Selo	33		Selo	95
Klina	Grad	8	Vitina	Grad	7
	Selo	47		Selo	60
Kosovo Polje	Grad	27	Vučitrn	Grad	39
	Selo	23		Selo	61
Kamenica	Grad	11	Mališevo	Grad	5
	Selo	41		Selo	74
Južna Mitrovica	Grad	45	Junik	Grad	0
	Selo	5		Selo	9
Severna Mitrovica	Grad	20	Mamuša	Grad	0
	Selo	5		Selo	8
Lipljan	Grad	10	Elez Han	Grad	0
	Selo	73		Selo	14
Novo Brdo	Grad	0	Gračanica	Grad	0
	Selo	10		Selo	15
Obilić	Grad	10	Ranilug	Grad	0
	Selo	21		Selo	6
Orahovac	Grad	23	Parteš	Grad	0
	Selo	58		Selo	3
Peć	Grad	70	Klokot	Grad	0
	Selo	68		Selo	4
Podujevo	Grad	34	Zubin Potok	Grad	0
	Selo	93		Selo	8
Leposavić	Grad	0	Zvečan	Grad	0
	Selo	9		Selo	8

Tabela 2 - Raspodela prema polu i starosnoj dobi

Raspodela prema starosnoj dobi	Procenat		Broj	
	Muško	Žensko	Muško	Žensko
15-19 godina	7%	7%	181	169
20-29 godina	13%	12%	313	291
30-39 godina	9%	11%	249	261
40-49 godina	7%	9%	198	208
50-59 godina	6%	6%	145	147
60-64 godina	2%	2%	51	55
65 i više godina	4%	5%	108	124
Ukupno	48%	52%	1245	1255

Tabela 3 - Raspodela prema etničkoj pripadnosti

Etnička pripadnost	Procenat	Razgovori
Kosovski Albanci	87%	2184
Kosovski Srbi	5%	130
Kosovski Turci	2%	50
Kosovski Bošnjaci	1%	25
Kosovski Romi	1%	25
Kosovske Aškaliје	1%	25
Kosovski Egipćani	1%	25
Kosovski Goranci	0,5%	13
Ostali	0,5%	10
Ne bih da se izjasnim	1%	13
Ukupno		2500

Tabela 4 - Građansko stanje

Građansko stanje		
Oznaka	Vrednost	Procenat
U braku	1367	55%
Živi sa partnerom/partnerkom	103	5%
Razdvojen(a)/razveden(a)	34	1%
Neoženjen/neudata	881	35%
Udovac/udovica	83	3%
Ne bih da se izjasnim	32	1%
Ukupno	2500	100%

Tabela 5 - Radni status

Radni status		
Oznaka	Vrednost	Procenat
Rad puno ili skraćeno radno vreme	1337	53%
Samozaposlen(a)	298	12%
Nezaposlen(a)	393	16%
Na školovanju ili usavršavanju	304	12%
U penziji	166	7%
Ostali		0%
Ukupno	2500	100%

Tabela 6 - Stepen obrazovanja

Stepen obrazovanja		
Oznaka	Vrednost	Procenat
Bez obrazovanja ili samo sa osnovnom školom	251	10%
Učenik/ca srednje škole	1099	44%
Student/kinja	990	40%
Diploma master studija i/ili doktorat	160	6%
Ukupno	2500	100%

Aneks 2: Anketni upitnik

Anketa: Javna procena medijske i informacione pismenosti

UPITNIK

Deo 1: Demografski podaci

D1. Kojeg ste pola?

- Žensko
- Muško
- Drugi rodni identitet
- Ne bih da se izjasnim

D2. Koliko imate godina?

- 15-19
- 20-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60-64
- 65 i više godina

D3. Vaše građansko stanje?

- U braku
- Živim sa partnerom/partnerkom
- Razdvojen(a)/razveden(a)
- Neoženjen/neudata
- Udovac/udovica
- Ne bih da se izjasnim

D4. Stepen obrazovanja

- Bez obrazovanja ili samo sa osnovnom školom
- Učenik/ca srednje škole
- Student/kinja
- Diploma master studija i/ili doktorat

D5. Koji je vaš radni status?

- Rad puno ili skraćeno radno vreme
- Samozaposlen(a)
- Nezaposlen(a)
- Na školovanju ili usavršavanju
- U penziji
- Ostali

D6. U kojoj opštini živite?

1. Dečane
2. Dragaš
3. Uroševac
4. Kosovo Polje
5. Đakovica
6. Gnjilane
7. Glogovac
8. Gračanica
9. Elez Han
10. Iсток
11. Junik

12. Kačanik
13. Kamenica
14. Klokot
15. Klina
16. Leposavić
17. Lipljan
18. Mališevo
19. Mamuša
20. Južna Mitrovica
21. Severna Mitrovica
22. Novo Brdo
23. Obilić
24. Parteš
25. Peć
26. Podujevo
27. Priština
28. Prizren
29. Orahovac
30. Ranilug
31. Štrpce
32. Štimlje
33. Srbica
34. Suva Reka
35. Vitina
36. Vučitrn
37. Zubin Potok
38. Zvečan

D7. Vaša etnička pripadnost/kulturološko poreklo?

Izaberite odgovor koji najbolje opisuje vašu etničku pripadnost/kulturološko poreklo

- Albanac/Alбанка sa Kosova
- Srbin/Srpkinja sa Kosova
- Turčin/Turkinja sa Kosova
- Bošnjak/Bošnjakinja sa Kosova
- Rom/Romkinja sa Kosova
- Aškalija/Aškalijka sa Kosova
- Egipćanin/Egipćanka sa Kosova
- Goranac/Goranka sa Kosova
- Ostali
- Ne bih da se izjasnim

Deo 1: Konzumiranje, korišćenje i učestalost posećivanja medija

P1. Imate li pristup internetu?

- Da
- Ne

P2. Imate li sopstveni uređaj koji možete da povežete na internet?

- Mobilni telefon
- Tablet
- Laptop
- Stoni (desktop) računar
- Ostalo

- Nemam uređaj koji se može povezati na internet

P3. Koje izvore informisanja koristite i koliko često?

	Više puta u toku dana	Nekoliko puta u toku dana	Jednom dnevno	Nedeljno	Nekoliko puta mesečno
Onlajn mediji					
Društveni mediji					
Informativni portali					
TV					
Radio					
Štampane novine/časopisi					
Ostalo					

P4.1 Ako koristite, koje društvene mreže koristite i koliko često:

	Više puta u toku dana	Nekoliko puta u toku dana	Jednom dnevno	Nedeljno	Nekoliko puta mesečno
Facebook					
Instagram					
Snapchat					
YouTube					
TikTok					
Pinterest					
X					
LinkedIn					
Reddit					
Viber					
WhatsApp					
Quora					
Tumblr					
Drugo					

P5. U koje doba dana obično proveravate svoje izvore informacija?

- Ujutru
- Tokom dana
- Uveče
- Noću

P6. Kako ocenjujete svoju veštinu snalaženja među različitim onlajn izvorima?

- Vešt(a)
- Donekle vešt(a)
- Ne toliko
- Uopšte nisam vešt(a)

Deo 2: Medijska pismenost

P7. Da li vam je poznat termin „medijska pismenost“?

- Poznat mi je
- Donekle mi je poznat
- Nije mi poznat
- Nisam nikada čuo(čula) za ovaj termin

**P8. Šta mislite da su glavni izazovi u digitalnom medijskom okruženju?
(Dozvoljeno je više odgovora)**

- Dezinformacije
- Onlajn bezbednost
- Teorije zavere
- Lažne vesti
- Govor mržnje
- Struganje podataka
- Ciljani oglasi/vesti
- Drugo

P9. Da li ste ikada naišli na naslov članka koji ne odražava njegov sadržaj?

- Da
- Ne
- Ne znam

P10. Šta mislite da čini informacije/vesti verodostojnim?

- Navođenje izvora informacija
- Dvostruka provera izvora informacija
- Saradnja sa odgovornim zainteresovanim stranama
- Potkrepljivanje informacija podacima iz verodostojnih izvora

P11. Da li mislite da se mediji na Kosovu koriste za promociju neadekvatnog sadržaja?

- Da
- Ne
- Ne znam

P12. Ko je po vašem mišljenju najranjiviji na medijskim kanalima?

- Žene
- Osobe sa invaliditetom
- Nevećinske zajednice
- Deca
- Stariji
- LGBTIQ+
- Drugo

P13. Smatrate li da medijsku pismenost treba uvrstiti u nastavni plan i program formalnog obrazovanja?

- Da
- Ne
- Ne znam

P14. Smatrate li da nadležno ministarstvo treba da izradi obrazovne strategije u oblasti medijske edukacije?

- Da
- Ne
- Ne znam

P15. Da li pratite medije na drugim jezicima?

- Da
- Ne

P16. Da li znate za neku vest koja je različito prenetu u albanskim i srpskim medijima?

- Da
- Ne
- Ne znam

Deo 3: Bezbednost informacija

P17. Verujete li u sadržaj informacija koje dobijate sa različitih medijskih kanala?

- Verujem
- Ne toliko
- Uopšte ne verujem

P18. Koliko često ste u medijima naišli na sadržaj koji nije bio istinit?

- Vrlo često
- Ponekad
- Retko
- Nikada

P19. Da li ste ikad prijavili neki medij ili medijski kanal za objavljivanje lažnih vesti?

- Da
- Ne

P20. Da li ste vi ili neko od članova vaše porodice ikada bili žrtva lažnih vesti ili dezinformacija u medijskim izvorima?

- Da
- Ne

P21. Recite nam kojem medijskom izvoru najviše verujete?

- Onlajn informativni portali
- Društveni mediji
- TV
- Radio
- Aplikacije za vesti

Q22. Možete li da nam kažete šta radite kada vidite ili pročitate neku vest ili informaciju?

- Pokušavam da je potvrdim na drugom mediju
- Konsultujem pouzdanu osobu da proverim da li je to tačno
- Pokušam da pronađem istu informaciju na zvaničnom veb-sajtu/profilu relevantnih institucija ili političkih lidera
- Ne radim ništa posebno, jer prihvatam informaciju kao tačnu
- Ne znam

- Ne želim da odgovorim

Deo 4: Uvredljiv sadržaj u medijima

P23. Koliko često nailazite na uvredljiv sadržaj u medijskim izvorima koje koristite?

- Često
- Ponekad
- Nikad

P24. Smatrate li da vas ugrožava sadržaj na koji nailazite na različitim medijskim kanalima?

- Da
- Ne

P25. Da li mislite da treba zabraniti uvredljiv sadržaj u svim medijskim izvorima?

- Da
- Ne
- Ne znam

P26. Da li na Kosovu treba da budu rešena sledeća pitanja u vezi sa medijima?

	Treba ih rešiti	Ne treba ih rešavati	Nisam siguran/a
Širenje lažnih vesti i dezinformacija			
Lak pristup nasilnom, seksualnom ili uvredljivom materijalu			
Prikupljanje ličnih informacija onlajn			
Slike i reklame na društvenim medijima ili na TV koje ne uzimaju u obzir kulturološku osetljivost			
Podsticanje govora mržnje protiv marginalizovanih grupa			
Uvredljiv govor i neprikladni seksualni komentari na račun žena na društvenim medijima			
Korišćenje interneta od strane dece bez nadzora			
Ograničeno razumevanje dečjih prava na zaštitu i privatnost u medijima			

Deo 5: Privatnost i onlajn bezbednost

P27. Da li mislite da medijske mreže moraju da traže dozvolu pre korišćenja ličnih podataka?

- Da, svaki put
- Ponekad
- Samo kad je to zakonom dozvoljeno u okviru slobode medija i informisanja
- Nikad

P28. Da li su vas medijski izvori koje koristite ikada obavestili o politici privatnosti?

- Da
- Ne
- Ne znam

P28.1. Ukoliko su vas obavestili, da li ste pročitali i razumeli sadržaj politike privatnosti?

- Da
- Ne
- Ne znam

P29. Da li, po vašem mišljenju, medijski izvori imaju ustanovljenu politiku privatnosti i da li je sprovode?

- Da
- Ne
- Ne znam

P30. Da li ste kao subjekt podataka, odnosno lice čiji se podaci obrađuju, upoznati sa svojim pravima prema Zakonu o zaštiti ličnih podataka?

- Da
- Ne
- Ne znam

P31. Da li ste ikada bili izloženi informacijama koje su uključivale nešto od sledećeg? (Dozvoljeno je više odgovora)

- Ciljani oglasi/vesti,
- Sajber bezbednost
- Povreda ličnih podataka

