

Uroš B. Selenić^[1]

Univerzitet Union - Nikola Tesla

Fakultet za sport

Beograd (Srbija)

Originalni naučni rad

UDK: 316.774:004

DOI: 10.5937/socgod18-46405

UTICAJ TRADICIONALNIH MEDIJA NA MLADE U BEOGRADU U ERI DIGITALNIH TEHNOLOGIJA

Sažetak: *Glavna hipoteza u radu bila je da mladi ostvaruju sve slabiju interakciju sa tradicionalnim medijima u eri digitalnih tehnologija. U istraživanju je učestvovalo 300 studenata različitih visokoškolskih ustanova u Srbiji, koji su odgovarali na šest baterija pitanja. Metoda Likertove skale primenjena je u prve četiri baterije, dok su studenti u petoj i šestoj proizvoljno davali odgovore na postavljena pitanja. Na osnovu dobijenih rezultata, pokazalo se da tradicionalni mediji nemaju veliki uticaj na mlade, kao i da uopšte nisu njihov glavni izvor informisanja. Na taj način su potvrđene tvrdnje da su glavni razlozi za trenutno stanje promena svakodnevnih navika: pojava interneta, društvenih mreža i (generalno) razvoj digitalnih tehnologija.*

Ključne riječi: *digitalna revolucija, izvori informisanja, mišljenje studenata, novinarska etika, tradicionalni mediji*

UVOD

Masovni mediji^[2] su se tokom ljudske istorije razvijali (Luj Todorović, 2017, str. 45), dodatno širili mogućnosti, ali nijedan od njih nije nestao usled pojave drugog. Naime, tehnološkim dostignućima omogućen je razvoj multimedijiskog okruženja na različitim platformama, kao i razvoj visokih tehnologija, koje su umnogome promenile sadržaj i proces ljudske komunikacije (Zgrabljic Rotar, 2017, str. 57). Transformacija medija na globalnom nivou ujedno je obeležena saradnjom novih i starih formi, pa svaki od novih medija u sebi ima karakteristike starih (Jenkins, 2006), ispunjavajući proces medijamorfoze (Fidler, 1997).^[3] Vremenom, a uporedno sa digitalnom revolucijom i razvojem modernih tehnologija, počele su da se menjaju i svakodnevne navike čoveka. Međutim, u prvom planu u XXI veku je i dalje traganje za informacijama i vestima, bez obzira na to da li će do

^[1] uros.selenic@fzs.edu.rs

^[2] Pod pojmom masovnih medija podrazumevaju se štampa (dnevne i nedeljne novine), radio i televizija.

^[3] Termin kojim je Rodžer Fidler (Roger Fidler) krajem dvadesetog veka obeležio tehnološku evoluciju komunikacije.

istih doći čitanjem štampanih medija, internet sajtova, gledanjem televizije ili slušanjem radija, a da istovremeno toga možda neće ni biti svestan (Jevtović, Petrović, Aracki, 2014, str. 24). Na taj način različite vrste medija imaju drugačiji odnos prema društvu. To podrazumeva da društvo može da bude pod uticajem toga kakav je tip medija, više nego samom porukom koja se tim putem prenosi, iako se nesumnjivo ne može reći da je ona u celom procesu nebitna (Prasko, 2021, str. 108–109).

Razvoj modernih tehnologija najviše je uticao na mlade,^[4] koji ne mogu da se odvoje od pametnih telefona, neprekidno listajući početne strane različitih društvenih mreža, što se i dešava zbog promena svakodnevnih navika (Jevtović, Petrović, Aracki, 2014, str. 24). Čovek kao jedinka najveći deo vremena, barem u trenucima kada je budan, upravo troši na masovne medije, zbog čega je u stalnom kontaktu sa njima, provodeći u toj interakciji i više vremena nego što spava u krevetu (Prnjat, 2016, str. 256). Cilj ovog rada bio je da se utvrdi da li tradicionalni mediji, kao što su novine, televizija i radio, imaju uticaj na mlade u Beogradu, odnosno da li se glavni razlozi slabije interakcije sa istim mogu pronaći u pojavi interneta, razvoju digitalnih tehnologija i društvenih mreža, kao i uopštenom nezadovoljstvu medijima.

MEDIJSKO OKRUŽENJE

Digitalno doba nije novost, jer je ta revolucija počela izumom prvog komercijalnog mikroprocesora sedamdesetih godina prošlog veka. Digitalne tehnologije su, od tada pa sve do danas, pronašle primenu u mnogim oblastima poput telekomunikacija, elektronskih uređaja i industrije, što jasno ukazuje na to da su stvorene ogromne mogućnosti u oblasti komuniciranja (Milenković, 2017, str. 37). Dakle, posredstvom interneta omogućeno je lakše slanje i primanje informacija. Kada se govori o nastanku interneta i pojavi novih tehnologija, neophodno je objasniti kakvo je medijsko okruženje, koje se može podeliti na tradicionalne, konvergirane i nove – nove medije, stvoreno. Autorka Nada Rotar Zgrabljic (2017) je apostrofirala da se tradicionalni i konvergirani mediji definišu kao masovni mediji, što se ne može reći za nove – nove medije. Društvene mreže kao takve ne podležu zakonskoj regulativi, budući da kod njih nisu jasno podeljene uloge kao u drugim medijima, odnosno ne moraju da imaju zaposlene i samim time nisu u obavezi da proizvode bilo kakav sadržaj (Zgrabljic Rotar, 2017, str. 63). S druge strane, pod tradicionalnim medijima podrazumevaju se dnevne, nedeljne novine, televizija i radio (Poler Kovačić, Erjavec, Štular, 2010). Konvergirani mediji se, nasuprot pomenutim, mogu definisati kao određeni koji su nastali na platformi interneta – sajtovi, televizija ili radio na zahtev,

^[4] U radu se pod pojmom mladi podrazumevaju studenti i studentkinje između 18. i 24. godine, jer pripadaju generaciji prosumera koji svoje stavove i mišljenja modeluju kroz digitalne platforme i multimedije.

kao i drugi koji omogućavaju korisnicima komunikaciju sa medijima, što je jedna od osobina modernih tehnologija (Pauwels, Kalimo, Donders, 2009). Naravno, oni još uvek imaju osnovne odlike masovnih medija (za razliku od društvenih mreža), tj. moraju da ispunjavaju određene uslove, poput onih da poštuju zakone, imaju uredništvo i proizvode sadržaj.

Na kraju, važni su i novi – novi mediji koji, između ostalog, podrazumevaju i društvene mreže. Koliko su bitne za razumevanje medija (Zgrabljic Rotar, 2017, str. 63, Selenić, 2022, str. 25), pokazuje i istraživanje o položajima i potrebama mladih, koje ukazuje na to da se koriste kao jedan od glavnih izvora informisanja (Stojanović, 2018). Fenomen društvenih mreža može se posmatrati i kroz prizmu njihove istorije. Preteča Fejsbuka (Facebook), Instagrama (Instagram), Tvitera (Twitter) i Tik Toka (TikTok) kreirana je 1994. godine pod nazivom Geo gradovi (Geocites). Nastali su potom Friendster (Friendster), Maj Spejs (My Space), pa tek onda Fejsbuk, Tviter, Instagram i Tik Tok. Njihova moć se ogleda u izgradnji odnosa među ljudima koji obično dele približno ista interesovanja i aktivnosti, a samo pravljenje javnih prezentacija dovodi do međusobnih veza, čime se ukazuje na nesumnjivo široke mogućnosti (Trišić, Milosavljević, Lukić, 2014, str. 56). U analizi društvenih medija trebalo bi praktično ukazati na to da su postali normalan ili prirodan deo modernog društva, pri čemu su od presudnog značaja prilagođavanje sopstvenog iskustva na mreži, odnosno interakcija sa drugim korisnicima ili potrošačima (Gripenhoftner From & Sundström, 2022). Međutim, usled novih mogućnosti društvenih medija, ujedno i očekivanog porasta, tradicionalne platforme, poput novina, televizije i radija, trenutno se suočavaju sa novim medijskim okruženjem, upravo zbog benefita društvenih medija, pa ne mogu da se oslone samo na tradicionalne (dosadašnje) metode distribucije (Gripenhoftner From & Sundström, 2022). Podjednako su značajne prednosti medija, pre svega da njihovo donošenje odluka može da bude podstaknuto drugačijim informacijama iz različitih izvora, baš računajući nove medije poput internet sajtova i društvenih medija (Puri, Coomes, Haghbayan, Gunaratane, 2020). S druge strane, društveni mediji kao ogroman benefit u odnosu na tradicionalne medije imaju i to što gotovo svakom korisniku omogućavaju da relativno brzo kreira i podeli sadržaj na globalnom nivou, praktično bez ikakvog uredničkog nadzora (Puri, Coomes, Haghbayan, Gunaratane, 2020).

Čak i istraživanja domaćih autora, pored teorijske perspektive, sugerišu na to koliki je značaj modernih tehnologija u životima dece i mladih. Jedno od njih objavio je Semir Ljaljić (2018, str. 67–76) i potvrdio tezu ovog rada. Naime, on je naglasio da sa uzrastom dominira i korišćenje novih medija. Dakle, adolescenti i studenti su više naklonjeni novim tehnologijama, pogotovu internetu. Konkretno, fokus je na primeni društvenih mreža. Istraživanje je ukazalo i na to da mladi koriste internet tehnologiju u različite svrhe. U skladu s tim, zaključak je da je tehnologija sastavni deo života, sa

svim pozitivnim i negativnim uticajima koje nosi sa sobom – počevši od igranja igrice, preko svrhe komuniciranja, pa sve do učenja. Osim Ljajićevog istraživanja, u prilog tvrdnjama u ovom radu značajna su i druga, pogotovu ona obavljena od Krovne organizacije mladih Srbije uoči Svetskog dana mladih, koji se obeležava 12. avgusta. Prvo, koje je sprovedeno za 2018. godinu, utvrdilo je da je internet glavni izvor informacija, barem kada je reč o mladima (Stojanović, 2018, str. 66–73). Došlo se tada do rezultata da tek svaka druga osoba od 1.200 ispitanika svakodnevno čita vesti, najviše na veb-portalima i društvenim mrežama, dok su televizija i dnevne novine osnovni izvor informisanja na trećem i četvrtom mestu (Stojanović, 2018, str. 66–73). U međuvremenu sprovedeno je još jedno, koje je i potvrdilo da se mladi, barem za 2023. godinu, informišu putem društvenih mreža i internet portala (Cenzolovka, 2023) sa čak 59,5 odsto. S druge strane, televizija i novine su glavni izvor informisanja samo kod četiri, odnosno jedan odsto mladih u Srbiji (Cenzolovka, 2023).

Međutim, uticaj na mlade ne bi trebalo posmatrati isključivo kroz statistiku i brojke, već i kroz sociološki ugao. U navedenim rezultatima ne samo da se nazire, nego je i primetno da je zapravo snažan uticaj medija na socijalizaciju mladih (Kolucki & Lemish, 2011, str. 5). Pre svega, medijsko okruženje utiče na ponašanje, stavove i uopštene poglede na svet. Na taj način posebno je značajno i to što su se gorepomenute autorke Barbara Kolucki (Barbara Kolucki) i Dafna Lemiš (Dafna Lemish) u priručniku *Komunikacija sa decom (Communicating with Children, 2011)* bavile time da su internet i mobilna telefonija najznačajniji mediji u izboru mladih. U skladu s tim, jedna od karakteristika masovnih medija, kao i društvenih mreža posmatranih kao novih – novih medija, jeste da poseduju moć da deluju, ali i da oblikuju razvoj ličnosti kod mladih osoba (Imširović, 2018, str. 60). Međutim, takva osobenost medija uopšte ne treba da se posmatra kao novost, budući da mladi sa različitim vrstom medija stupaju u kontakt već u porodičnim domovima i samim time utiču na sopstveno obrazovanje, kao i razvoj ličnosti, čak i više nego što bi roditelji doprineli (Simić & Letić, 2021).

ISTRAŽIVANJE

U radu su prezentovani rezultati istraživanja, koje je sprovedeno od 27. novembra do 27. decembra 2021. godine i u kome je učestvovalo ukupno 300 studenata.^[5] Istraživanje je obavljeno u formi onlajn upitnika, a anketirani studenti su odgovarali na šest baterija pitanja. Metoda Likertove skale, koja je podrazumevala petostepenu skalu stavova sa nizom tvrdnji kojima se

^[5] U istraživanju su učestvovali studenti koji žive u Beogradu i koji su osnovne studije upisali u glavnom gradu Srbije. Anketirani studenti nisu bili u obavezi da navedu za koju profesiju se školuju. Međutim, pojedini (124) su naveli na kojoj visokoškolskoj ustanovi studiraju.

izražavao stepen slaganja ili neslaganja, primenjena je u prvoj, drugoj, trećoj i četvrtoj bateriji. Shodno tome, studenti različitih visokoškolskih ustanova mogli su da se odluče za jedan od sledećih odgovora:

- Uopšte se ne slažem (1),
- Ne slažem se (2),
- Delimično se slažem (3),
- Slažem se (4) i
- Potpuno se slažem (5).

Studenti su u prvoj bateriji pitanja izražavali stepen slaganja ili neslaganja o konstatacijama koje su se ticale glavnih izvora informisanja:

- Dnevne novine,
- Nedeljne novine,
- Televizija,
- Radio i
- Internet.

Druga baterija pitanja imala je četiri konstatacije o iskustvu sa različitim medijima:

- Više od tri puta nedeljno čitam dnevne novine,
- Više od tri puta nedeljno gledam televiziju,
- Više od tri puta nedeljno slušam radio i
- Svakodnevno čitam različite sadržaje na internet portalima.

Studenti su u trećoj bateriji pitanja imali mogućnost da izaberu jednu od konstatacija, koja je ujedno predstavljala razloge lošeg iskustva sa tradicionalnim medijima:

- Neobjektivnost u izveštavanju,
- Upitna istinitost u izveštavanju,
- Manipulacija čitalaca, slušalaca i gledalaca,
- Nezanimljiv sadržaj i
- Generalno loše stanje u srpskim medijima.

Četvrta baterija pitanja odnosila se na prednost interneta u odnosu na tradicionalne medije:

- Raznovrsnost sadržaja na internet portalima,
- Veće mogućnosti internet portala u eri digitalnih tehnologija i
- Obaveštenja internet portala o novim sadržajima.

Ispitanici su u petoj i šestoj bateriji pitanja proizvoljno davali odgovore na postavljena pitanja:

- Zašto tradicionalni mediji nemaju veliki uticaj na mlade i
- Da li različite društvene mreže utiču na slabo delovanje tradicionalnih medija među mladima?

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

U prezentovanju rezultata važno je konstatovati da su ispitanici odgovorima u prvoj bateriji pitanja (v. Tabelu 1) stava da tradicionalni mediji u Srbiji uopšte nisu njihov glavni izvor informisanja. Naime, samo petoro učesnika u istraživanju saglasno je da se u potpunosti informiše iz dnevnih novina, dok su rezultati pogubni po nedeljne novine – niti jedan od studenta ne čita nedeljne novine. Prema očekivanju, broj ispitanika koji ističe da je televizija njihov glavni izvor informisanja znatno je veći. Nešto manje od 50 ispitanika, tačnije 45, delimično je saglasno da je ovaj masovni mediji njihov glavni izbor informisanja. Radio je zaboravljen u životima mladih, jer većina (291) nema naviku da se informiše putem ovog medija. Međutim, novi medijski pejzaž koji je doneo internet, računajući i društvene medije, kao i sve pogodnosti u kreiranju i izboru različitih vrsta izvora (Gripenhoftner From & Sundström, 2022, Puri, Coomes, Haghbayan, Gunaratane, 2020), očigledno prija mladima, tj. to se evidentno može istaći u prvi plan na osnovu rezultata istraživanja i podatka da je čak 290 od 300 studenata izabralo internet kao glavni izvor informisanja.

Iako se na osnovu rezultata istraživanja u ovom radu može izvući pesimistična prognoza, koja bi u svakom slučaju podržala teorijske aspekte o krizi i nestanku pojedinih tradicionalnih medija (Meyer, 2004, Gillmor, 2006), istraživanja sprovedena izvan Srbije mogu sugerisati i na optimističnu prognozu. Naime, istraživanje u Izraelu, Norveškoj i Velikoj Britaniji, sprovedeno na osnovu međunarodne ankete i dubinskih intervjua sa studentima, imalo je zadatak da objasni i napravi analizu izlaganja vesti na mreži u različitim političkim i medijskim okruženjima (Elvestad, Phillips, Feuerstein, 2017). Na kraju, rezultati istraživanja sugerisali su na to da su studenti imali veće poverenje u tradicionalne medije nego u nove, upravo ističući internet, odnosno društvene mreže, što je svakako ohrabrujuća prognoza po opstanak štampe, televizije i radija, čak i onda kada ti mediji nisu glavni izvor informisanja.

Digitalno doba nesumnjivo je stvorilo i nove mogućnosti u konzumiranju sadržaja na različitim platformama. Polazeći od uvodne napomene da se i u promeni svakodnevnog funkcionisanja čoveka i dalje događa traganje za vestima, neophodno je fokusirati se na aktuelni trenutak u kojem se događa dominacija pametnog mobilnog telefona i upotreba različitih aplikacija (Swart, 2023). Džoele Svart (Joëlle Swart, 2023) je

podržao svoje teorijsko viđenje istraživanjem u kojem su mladi zapravo bili mišljenja da konzumiraju televizijske vesti na nagovor roditelja, kao neki vid porodične aktivnosti, dok čitanje novina u njegovim uzorcima gotovo da ne postoji. Samim time, bilo je očekivano da njihova pažnja nije bila usmerena ka tradicionalnim medijima, pa su mladi vesti dobijali razgovorima licem u lice i preporukama na društvenim mrežama (Swart, 2023). Fokus je tako stavljen na to da mladi u digitalnom dobu uopšte nemaju iskustva sa različitim tradicionalnim medijima. Na osnovu dobijenih rezultata u istraživanju, koje je sprovedeno među studentima u Beogradu (v. Tabelu 2), samo četiri ispitanika se delimično slaže, ili u potpunosti slaže da više od tri puta nedeljno čita dnevne novine. Studenti u većoj meri gledaju televiziju u odnosu na prvi masovni medij (38), iako to i dalje nije preovlađujuće mišljenje većine. Gotovo je identičan pristup i konzumacija vesti na radiju, tj. da mladi više od tri puta nedeljno slušaju radio (25). Iskustvo na internet sajtovima je drugačije u odnosu na štampu, možda i u potpunosti oslikava aktuelni trenutak, jer njihove sadržaje čita čak 296 ispitanika.

Osim tehnoloških inovacija, kao jedan od problema novinarske profesije je etika. Iako svi standardi novinarske profesije, gotovo i po Kodeksu novinara Srbije, treba da počivaju na istini (Petrović, 2017, str. 30), ispitanici upravo i smatraju da se novinari tradicionalnih medija ne pridržavaju načela profesije (v. Tabelu 3). Nešto manje od 300 studenata, tačnije 296, mahom su delimično saglasni, saglasni, ili u potpunosti saglasni da je upitna istinitost u izveštavanju. Osim navođenja (ne)istine kao razloga lošeg iskustva sa tradicionalnim medijima, identični stavovi su i po pitanju neobjektivnosti u izveštavanju (292), ali i u vršenju manipulacije tradicionalnih medija na čitaoce, slušaoce i gledaoce (290). S druge strane, odgovori beogradskih studenata govore u prilog činjenici da se događa kriza u kvalitetu novinarskih sadržaja, odnosno da na prvom mestu u upravljanju medijskim preduzećima treba da bude strategija usmerena upravo na sadržaj (De Corniere & Sarvary, 2023). U skladu s tim, kao još jedan od razloga lošeg iskustva sa dnevnim novinama, televizijom i radijom istakli su nezanimljiv sadržaj (297), čime su praktično apostrofirali i to da je, zbog kršenja etike, generalno loše stanje u srpskim medijima (293).

Iako je do sada više puta ukazano na to da je digitalno doba donelo benefite platformama i aplikacijama koje funkcionišu na bazi interneta (Gripenhoftner From & Sundström, 2022, Puri, Coomes, Haghbayan, Gunaratane, 2020), studenti iz Beograda su u istraživanju naglasili i koje su to njihove prednosti u odnosu na tradicionalne medije (v. Tabelu 4). Drugim rečima, fokusirane su mane štampanih medija, radija i televizije u digitalnom dobu. Počevši od toga da ispitanici smatraju da internet sajtovi nude raznovrstan sadržaj (293) i veće mogućnosti usled ere digitalne

tehnologije (298), među kojima se posebno ističu obaveštenja (konkretno, misli se na obaveštenja koje studenti dobijaju putem aplikacija na svojim mobilnim telefonima) onlajn medija o novim sadržajima (292).

U petoj bateriji pitanja nije primenjena Likertova skala, nego su studenti imali mogućnost da proizvoljno daju odgovor zašto tradicionalni mediji nemaju veliki uticaj na mlade. Sloboda odgovora dozvolila im je i da se u potpunosti ne slažu sa konstatacijama autora ovog rada. Njihova viđenja su se potpuno ili delimično ponavljala, zbog čega su u prezentovanju podeljeni u više grupa. Mladi su najčešće isticali da su tradicionalni mediji prevaziđeni (135), potom da nemaju naviku da čitaju dnevne novine (125), što samo podržava viđenje Džoelea Svarta (Joëlle Swart, 2023). Pojedini su bili mišljenja da su visoke cene srpske štampe jedan od osnovnih razloga njihovog malog uticaja (10). Grupa od deset ispitanika navela je da je radio zastareo (18), za razliku od druge, koja je mišljenja da je internet najveći razlog zbog kojeg je slab uticaj tradicionalnih medija na mlade (12), čime je na neki način ponovo sugerisano i na benefite društvenih medija (Gripenhoftner From & Sundström, 2022, Puri, Coomes, Haghbayan, Gunaratane, 2020).

U šestoj, ujedno i poslednjoj bateriji pitanja (v. Tabela 5), ispitanici su dali sud da li različite društvene mreže utiču na slabo delovanje tradicionalnih medija na mlade. Prema rezultatima, svi studenti poseduju profile na Fejsbuku, Instagramu i TikToku, a Tviter koristi svega pet studenata.^[6] Kako su saopštili u svojim odgovorima, gorepomenute društvene mreže zadovoljavaju njihove potrebe, zbog čega nemaju želju za informisanjem i zabavom u štampanim medijima, na televiziji i radiju.

ZAKLJUČAK

Kako se i moglo zaključiti na osnovu prethodnih, ali i istraživanja u ovom radu, gotovo da ne postoji uticaj tradicionalnih medija, kao što su novine, televizija i radio, na mlade, čime je potvrđena osnovna hipoteza. Istraživanje u radu ukazalo je na to da tradicionalni mediji nemaju ozbiljnog uticaja na mlade. Dobijeni rezultati uopšte nisu iznenađujući, ukoliko se uzmu u obzir odgovori studenata u onlajn upitniku da štampani mediji, televizija i radio nisu glavni izvori informisanja. Kao jedan od glavnih razloga navodi se internet, ali i sve slabija čitalačka navika kod mladih kada je reč o štampi, sa akcentom da inostrana istraživanja (Swart, 2023) praktično ne beleže uzorak da neko od mladih čita vesti u novinama. Ne može da se zanemari i činjenica da među studentima generalno vlada nezadovoljstvo medijima. Tradicionalni mediji snose veliku odgovornost,

^[6] Tviter koristi samo pet studenata, ali to ne znači da ostali ispitanici nisu korisnici ove društvene mreže. Odgovori studenata, koji nisu prikazani u odeljku rezultati istraživanja, ukazuju na to da većina bez profila putem drugih društvenih mreža, pre svega Fejsbuka, ostvaruje interakciju sa sadržajem na Tviteru.

jer su dobili izuzetno nisku ocenu na polju novinarske etike. Praktično većina studenata se u potpunosti slaže da postoje ogromna kršenja osnovnih standarda novinarske profesije, što su i jasni razlozi lošeg iskustva sa medijima. Naročito, jer je „etika izuzetno bitna, ne samo u medijima, nego i za društvo, odnosno ako su njene norme u društvima razvijenije, to su moral i vrednost tog društva kvalitetniji“ (Drakulić, 2010, str. 123). Dakle, sugerisano je da se novinari, koji rade u redakcijama tradicionalnih medija, ne pridržavaju načela profesije. Osim što su studenti fokusirali probleme novinarske profesije, kojima inače treba da se bave esnafska udruženja, problem sadržaja u tradicionalnim medijima, za koje mladi smatraju ne da nije zanimljiv, nego i da se u njemu vrši manipulacija na čitaoce, slušaoce ili gledaoce uz navođenje lošeg stanja u srpskim medijima, navodi se i strategija upravljanja medijskim preduzećima, pogotovu u teorijskom i praktičnom smislu. Pre svega to se odnosi na krizu u kvalitetu, odnosno na to da tradicionalni mediji treba da se okrenu strategiji koja se bazira na kvalitetnom sadržaju, umesto onog sadržaja koji je za njih dosadan (De Corniere & Sarvary, 2023).

Pojava interneta bitan je faktor lošeg iskustva sa tradicionalnim medijima. Digitalno doba, zatim i pokretanje sve većeg broja sajtova, označeni su kao prednosti u odnosu na štampu, radio i televiziju, pored njihovih većih izražajnih mogućnosti (Gripenhoftner From & Sundström, 2022, Puri, Coomes, Haghbayan, Gunaratane, 2020) i obaveštavanja o novom sadržaju. To znači da nekada glavni izvori informisanja, iako nisu u potpunosti nestali, nisu uspeli da se u određenoj meri prilagode modernim tehnologijama. Istovremeno se održavaju kroz proces transformacije medija na globalnom nivou i koegzistiranjem starih i novih formi medija (Jenkins, 2006). To je usko u vezi sa tim da su tradicionalni mediji umnogome tehnički ograničeni. Internet portali, za razliku od štampe i radija, imaju mogućnost da istovremeno koriste tekst, zvuk, fotografiju i živu sliku, što nije slučaj sa pomenutim tradicionalnim medijima.

Interesantan je i podatak da pojedini studenti smatraju da su visoke cene dnevnih novina jedan od razloga njihovog (ne)čitavanja, iako se njihove cene kreću do 70 dinara,^[7] dok su nedeljne nešto skuplje. Primera radi, za *Nedeljnik* je neophodno izdvojiti 299 dinara^[8], što studenti očigledno smatraju velikim izdatkom na njihove uglavnom skromne budžete. Povrh svega, gotovo svi studenti su i korisnici različitih društvenih mreža. Na taj način su u fokus stavili još jedan ključan razlog zbog kojeg tradicionalni mediji imaju zaostatak u eri digitalnih tehnologija, pogotovu u pogledu kreiranja sopstvenog iskustva. (Gripenhoftner From & Sundström, 2022).

^[7] U obzir su uzete cene dnevnih novina Večernje novosti, Politika, Alo, Kurir, Danas, Sportski žurnal, Sprski telegraf i Informer na dan 20. 1. 2022. godine

^[8] U obzir je uzeta cena Nedeljnika na dan 20. 1. 2022. godine

PRILOZI

Tabela 1: Glavni izvor informisanja

Ocena	1	2	3	4	5
Dnevne novine	285	10	0	0	5
Nedeljne novine	300	0	0	0	0
Televizija	230	9	45	1	15
Radio	253	38	1	1	7
Internet	2	1	3	4	290

Izvor: Lična arhiva autora

Tabela 2: Iskustvo sa različitim medijima

Ocena	1	2	3	4	5
Više od tri puta nedeljno čitam dnevne novine	292	3	1	1	3
Više od tri puta nedeljno gledam televiziju	229	33	2	6	30
Više od tri puta nedeljno slušam radio	250	25	0	5	20
Svakodnevno čitam različite sadržaje na internet sajtovima	0	4	0	0	296

Izvor: Lična arhiva autora

Tabela 3: Razlog lošeg iskustva sa tradicionalnim medijima

Ocena	1	2	3	4	5
Neobjektivnost u izveštavanju	3	1	15	12	269
Upitna istinitost u izvešta-vanju	2	6	6	11	275
Manipulacija čitalaca, slušalaca i gledalaca	3	7	1	2	287
Nezanimljiv sadžaj	2	1	10	12	275
Generalno loše stanje u srps-kim medijima	4	3	3	22	268

Izvor: Lična arhiva autora

Tabela 4: Prednost interneta u odnosu na tradicionalne medije

Ocena	1	2	3	4	5
Raznovrsnost sadržaja na in-ternet portalima	5	2	1	29	263
Veće mogućnosti internet por-tala u eri digitalnih tehnologi-ja	1	1	13	25	260
Obaveštenja internet sajtova o novim sadržajima	5	3	7	10	275

Izvor: Lična arhiva autora

Tabela 5: Iskustvo - društvene mreže

Odgovor	Ima profil	Nema profil
Fejsbuk	300	0
Instagram	300	0
TikTok	300	0
Tviter	5	295

Izvor: Lična arhiva autora

LITERATURA

- De Corniere, A. & Sarvary, M. (2023). Social media and news: Content bundling and news quality. *Management Science* 69 (1), 162–178.
- Drakulić, J. (2010). Ethics in adult education. *Andragoški glasnik* (14/2), 123–131. Available at: <https://hrcak.srce.hr/file/152424> [In Croatian]
- Elvestad, E., Phillips, A., Feuerstein, M. (2018). Can Trust in Traditional News Media Explain Cross-National Differences in News Exposure of Young People Online? A comparative study of Israel, Norway and the United Kingdom. *Digital Journalism 2: Trust, Credibility, Fake News*, 216–235.
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding New Media*. California: Pine Forge Press, California.
- Gillmor, D. (2006). *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol: O'Reilly Media.
- Grekulović, U. (2023, Avgust 11). For young people, TV and newspapers are almost non-existent. They get information on the Internet, which they think deepens rather than suppresses violence. *Cenzolovka*. Available at: <https://www.cenzolovka.rs/mediologija/za-mlade-tv-i-novine-gotovo-da-ne-postoje-informisu-se-na-internetu-za-koji-misle-da-vise-produbljuje-nego-sto-suzbija-nasilje/> [In Serbian]
- Gripenhoftner From, A. & Sundstrom, A. (2022). Traditional media companies in the 21st century. *Leveraging opportunities and challenges of digital social platforms*, 1–35.
- Imširović, F. (2018). Media and peers as important socialization factors. *Novi Mualim* 34, 59–63. Available at: <https://ilmijja.ba/ojs/index.php/casopis1/article/view/953/916> [In Serbian]
- Jevtović, Z., Petrović, R., Aracki, Z. (2014). *Genres in contemporary journalism*. Beograd: Jasen [In Serbian]
- Jenkins, H. (2006). *Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Kolucki, B., & Lemish, D. (2011). *Communicating with Children*. New York: UNICEF. Available at: https://www.unicef.org/turkiye/media/2561/file/TURmedia_Cocuklarla%20iletisim.pdf.pdf [In Turkish]
- Kovačić Poler, M., Erjavec, K., Štular, K. (2010). Credibility of Traditional vs. Online News Media: A Historical Change in Journalist Perceptions. *Medijska istraživanja* 16/1, 113–130. Available at: <https://hrcak.srce.hr/file/88479>
- Ljajić, S. (2018). The role of traditional and modern media in the lives of children and young people. *Sinteze* 13, 67–76. Available at: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/2217-902x/2018/2217-902x1813067L.pdf> [In Serbian]

- Meyer, P. (2009). *The Vanishing Newspaper, Saving Journalism in the Information Age*. Columbia: University of Missouri Press.
- Milenković, V. (2019). *Media, culture, politics in the era of globalization*. Beograd: Visoka škola za komunikacije [In Serbian]
- Pauwels, C., Kalimo, H., Donders, K. (2009). *Rethinking European and Communications Policy*. Brussels: Brussels University Press.
- Petrović, R. (2017). *Print is the backbone of the media - newspapers in the digital era*. Beograd: Jasen [In Serbian]
- Prasko, E. (2021). Media through history. In: E. Prasko (ed.), *Zbornik radova Filozofskog fakulteta* (108–112). Zenica: Filozofski fakultet [In Bosnian]
- Prnajt, D. (2016). Media then and now. *Humanističke studije* 2, 251–260. Available at: [https://humanistickestudije.me/wp-content/uploads/arhiva/broj2/2-2016\(17\).pdf](https://humanistickestudije.me/wp-content/uploads/arhiva/broj2/2-2016(17).pdf) [In Serbian]
- Puri, N., Coomes, E. A., Haghbayan, H., Gunaratne, K. (2020). Social media and vaccine hesitancy: new updates for the era of COVID – 19 and globalized infectious diseases. *Human Vaccines & Immunotherapeutics* 16 (11), 2586–2593.
- Selenić, U. (2022). Audiences in contemporary reality programs. *Sociološki godišnjak* 17, 23–34. Available at: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1840-1538/2022/1840-15382217023S.pdf> [In Serbian]
- Simić, K., & Letić, M. (2021). Uticaj mas-medija na vaspitanje djece. *Evropska revija* 7 (2). (In Bosnian)
- Stojanović, B. (2018). *Alternative report on the positions and needs of young people in the Republic of Serbia in 2018*. Beograd: Krovna organizacija mladih Srbije Available at: <https://koms.rs/wp-content/uploads/2018/08/Alternativni-izves%CC%8Ctaj-o-polo%C5%BEaju-i-potrebama-mladih-2018..pdf> [In Serbian]
- Swart, J. (2023). Tactics of news literacy: How young people access, evaluate, and engage with news on social media. *New Media & Society* 25 (3), 505–521.
- Todorović Luj, A. (2020). *Media industries*. Beograd: Clio [In Serbian]
- Trišić, M., Milosavljević, B., Lukić, Lj. (2014): Web Analytics of Social Networks. *Trendovi u poslovanju* 4/2, 55–63. Available at: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/2334-816X/2014/2334-816X1402055T.pdf> [In Serbian]

Zgrabljic Rotar, N. (2017). New media of the digital age. In: Lj. Josić (ed.), *Zbornik Information technology and media 2016*. (57–64). Zagreb: Sveučilište u Zagrebu. Available at <http://www.mediaaresearch.cro.net/hr/novosti/detalji/zbornik-radova-s-ljetne-skole-informacijska-tehnologija-i-mediji-2016,15.html> [In Croatian]

Uroš B. Selenić

Union University – Nikola Tesla

Faculty of Sports

Belgrade (Serbia)

THE INFLUENCE OF TRADITIONAL MEDIA ON YOUNG PEOPLE IN BELGRADE IN THE ERA OF DIGITAL TECHNOLOGIES

Abstract: *The main hypothesis of this study aimed to investigate the decreasing interaction of young individuals with traditional media in the era of digital technologies. The research involved 300 students from various higher education institutions in Serbia, who responded to six sets of questions. The first four sets employed the Likert scale method, while in the fifth and sixth sets, students provided open-ended responses to specific questions. Based on the obtained results, it was evident that traditional media have a limited influence on the younger generation and are not their primary source of information. Thus, the findings confirm assertions that the principal drivers for the current changes in daily habits are the emergence of the internet, social media, and the general advancement of digital technologies.*

Keywords: *digital revolution, sources of information, students' opinion, journalistic ethics, traditional media*