

Миљојко Базих

Факултет за културу и медије, Мегатренд универзитет, Београд

Војислав Тодоровић

ОШ „Душан Дугалић“, Београд

МЕДИЈИ И ЊИХОВ УТИЦАЈ НА СТАВОВЕ ОМЛАДИНЕ СРБИЈЕ О КУЛТУРНОМ НАСЛЕЂУ НА КОСОВУ И МЕТОХИЈИ

Сажетак

Предмет истраживања овог рада односи се на утицај медија на формирање ставова омладине Србије о очувању културног наслеђа на Косову и Метохији. У раду се прво објашњава медијска политика и њен значај за очување културног наслеђа. Затим се разматра појам ставова и начин на који се они формирају код младих људи под утицајем друштвене средине, као и на који начин сами медији утичу на промену ставова. Потом се сагледава значај социолошких и комуниколошких теорија, и њихове улоге у схватању утицаја медија у различитим друштвеним околностима.

Циљ истраживања представља анализа извештавања српских медија о културном наслеђу на Косову и Метохији, ради проучавања њиховог утицаја на ставове омладине. На крају се приказују резултати, до којих смо дошли путем методе испитивања, о томе како медији и медијско извештавање утиче на омладину и њихове ставове о културниом наслеђу на Косову и Метохији.

Кључне речи: медији, ставови, омладина, културно наслеђе, Косово и Метохија

1. УВОД

Проучавање утицаја медија на ставове омладине Србије о културном наслеђу на Косову и Метохији и проналажење путева за његово очување у склопу савремених европских интеграција, важније је него икада. Проучавање треба да има два правца. Један правац треба да иде према прошлости, други према будућности. Прошлост треба схватити као поучну и подстицајну ради бољег разумевања будућности.

Правац ка будућности треба да уважи „реалност да Срби живе у демократској Европи и стога треба да се прилагоде и укључе у све интеграционе и демократске токове којима тежи Европа. Срби треба да нађу своје право место у Европи и свету јер су им током историје дали велики допринос како на културном, тако и на цивилизацијском пољу. Најбољи пример за то су средњовековни споменици културе који немају само националну, већ европску и светску вредност, са једне стране и са друге стране Европу и свет су задужили својим делима многи Срби од којих се посебно истичу Никола Тесла, Милутин Миланковић и Михаило Пупин. Њихова дела су од непроцењивог значаја за цивилизацијски напредак човечанства.“¹

Културно наслеђе својим трајањем кроз векове, на најбољи начин сведочи о свим особеностима српског народа; о његовом националном узлету у средњем веку, потом националном паду и ропству под Турцима. Културно наслеђе сведочи и о поновном националном узлету и државном препороду током 19. и првој половини 20. века и прекиду континуитета у националном идентитету након Другог светског рата. Културно наслеђе сведочи о свим најзначајнијим догађајима из српске историје и тако омогућава омладини да сазна какав је била српска култура у прошлости, који су били њени путеви развоја и очувања и како данас омладина гледа на сопствену културу.

Зато у сагледавању улоге медија у изградњи ставова омладине о културном наслеђу, културно наслеђе треба посматрати двојако: као део културе који богати српски национални простор и као елемент који утиче на формирање одређених особина личности. Култура даје основна обележја наслеђу. Она је граничник који одређује да ли је нешто добро или лоше, да ли богати и хуманизује национални живот или тежи његовом назадовању и дезинтеграцији.

Културним наслеђем се обезбеђује преношење тековина између различитих генерација, чиме претходне генерације саопштавају новим своја достигнућа, сазнања и идеје. Оно представља одређену друштвену средину коју свака индивидуа затиче приликом рођења као свет који има одређено значење и одређена правила, којима се прилагођава. Оно одсликава у целости човеков развој, његове културне особености, које је схватао, прихватао и са њима живео у одређеном историјском периоду. Као такво, оно представља нераскидив део историјског развоја нације, оно је сведок свих

1) Миљојко Базић, *Идентитет и културно наслеђе Срба*, Научна КМД, Београд, 2007. стр. 8.

њених значајних материјалних и духовних тековина, без којих нација не би могла постојати ни у најједноставнијим облицима своје организације. Културно наслеђе, зато, нема само задатак да споља делује на омладину, већ и да је покреће изнутра у смислу њеног духовног богаћења.

Када се анализирају медијска и културна политика у Републици Србији у последњих двадесет и пет година, уочава се да на том плану не постоји јединство и континуитет. Медијска политика наше земље последњих деценија XX века била је окренута искључиво очувању једне идеологије. Међутим, ни од демократских промена 2000. године културна политика у Републици Србији није била у складу са очекивањима оних који су највише желели промене. Иако су Министарство културе и Министарство посвете Републике Србије најодговорније институције за развој деце и омладине у правцу усвајања културних вредности и што бољег познавања сопствене историје и културног наслеђа, култура није добила ону улогу која јој истински и припада у друштву. Једина област културне политике којој се држава Србија у одређеном степену посветила јесте одбрана националних интереса у оквиру Унеска ради заштите културног добра на простору КиМ под покровитељством УН.

Наравно, не можемо а да не поставимо питање да ли је ова културна политика везана за очување културног наслеђа, у вези с политичким преговорима које Влада Републике Србије води с привременим институцијама у Приштини?² Одговор би могао да буде позитиван, јер се у случају културних вредности на КиМ не може направити разлика између националне, културне и медијске политике.

2. УТИЦАЈ МЕДИЈА НА ФОРМИРАЊЕ СТАВОВА

На формирање ставова утичу многобројни чиниоци, као што су: породица, образовне-васпитне институције, социјална средина, припадност одређеној друштвеној групи, мас-медији итд. „Многи аутори се слажу да су данас медији најодговорнији за слику младих о свету, да је њихова улога значајнија и од улоге породице, школе и других институција, да својим садржајима креирају свакодневни живот и утичу на обликовање гледишта, мишљења, ставова и понашања.“³ Медији имају ту моћ јер су њихови садржаји врло препознатљиви, исказани језиком који је разумљив и занимљив широкој

2) Према резолуцији УН 1244 у Покрајини од јуна 1999. године привремену власт надзиру саме Уједињене нације, а безбедност на самом терену и очување српског културног наслеђа поверено је трупам КФОРА.

3) Olivera Gajić, Biljana Lungulov, „Uticaj masovnih medija na moralne vrednosti darovitih“, u zborniku: *Darovitost i moralnost* (priredili: Grozdanka Gojkov, Aleksandar Stojanović), br.

маси. Из широке масе млади се издвајају и препознају као циљна група која најбрже и најлакше прихвата такве медијске садржаје. „У таквој ситуацији, питање којим треба да се бавимо јесте да ли постоји неки начин на који можемо ублажити утицаје медија? Односно како оспособити младе да медијским садржајима приступају критички, да развију свој став и дистанцу према информацијама које чују и виде, јер су оне неретко идеолошки обојене и носе одређене поруке, које, ако се критички не прихвате, могу да изазову различите облике понашања које није у складу с моралним и етичким начелима друштва.“⁴

Младу особу треба да посматрамо као појединца или као личност која се препознаје по сопственим вредностима, веровањима, ставовима, начину обраде информација из спољашње средине итд. То значи да млада особа поседује некакав сопствени систем вредности, који је издваја и разликује од других особа њој сличних. Различитости условљавају да се млади људи на различит и селективан начин излажу масовном комуницирању. Селективно излагање медијима, попут: читања књига, читања дневних новина, слушања радио-програма или гледања различитих телевизијских канала, доводи до задовољавања одређених информативних, образовних, забавних или културних потреба. Самим тим, док се селективно излаже масовним медијима, појединац селективно опажа и селективно памти садржај који се пласира преко мас-медија. То важи и за младе генерације у Србији које прате „савремене токове информисања, окрећући се више новим медијима. Оно што је за нас важно јесте питање да ли различити видови информисања индую различите ставове што би била логична и интуитивна претпоставка.“⁵

Утицај телевизије на социјално и емоционално понашање омладине већ више деценија је нешто чиме се бави научна јавност. „Обимна, интензивна и методолошки разноврсна истраживачка пракса, о којој јасно сведочи више од две хиљаде реализованих емпијских студија различитог истраживачког дизајна, превасходно је усмеравана на изучавање различитих аспеката негативних ефеката телевизије, док је разматрање позитивних утицаја телевизијских садржаја углавном остајало изван систематског интересовања научника и истраживача.“⁶

Једно од најзначајнијих истраживања које се бавило утицаји-

17, Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača, Vršac, 2012, стр. 335–347.

4) Исто.

5) Иван Радосављевић, Никола Јовић, „Због чега расте евроскептицизам: ставови младих према Европској унији“, *Српска политичка мисао*, vol. 53, бр. 3/2016, стр. 111.

6) Branislava Popović Čitić, „Pozitivni uticaji televizijskih sadržaja na emocionalno i socijalno

ма телевизије на ставове, веровања и перцепције гледаоца је истраживање познатог америчког научника Џорџа Гербнера. „Пројекат ‘културни индикатори’ је део тридесетогодишњег истраживања које је имало за циљ да утврди у којој мери телевизијски програми утичу на формирање представа о свету код публике. У Гербнеровој терминологији разликују се две категорије гледаоца у зависности од времена које посвећују гледању телевизије. ‘Тешки’ гледаоци, који четири и више сати дневно гледају телевизију, и ‘лаки’ гледаоци, који мање од четири сата дневно посвећују телевизијским програмима.“⁷

Истраживање Снежане Радић и Драгане Милић показује да телевизија подстиче агресивност код деце, као пример наводе, ако дете гледа филм непримерен његовом узрасту, побркаће стварност с маштом и почеће да мисли како оно што могу ликови из филма може и оно (да лети, буде убијено па оживи и сл.)... „Гледајући телевизијски стил живљења, облике понашања, стил облачења и начине опхођења, деца без размишљања то прихватају и опонашају, удаљавајући се тако од свог система вредности, своје културе и идентитета.“⁸ И друга многобројна истраживања указују на међусобну повезаности и узајамност између масовних медија и друштвене стварности.

3. ОДНОС КУЛТУРНЕ ПОЛИТИКЕ И МЕДИЈА ПРЕМА КУЛТУРНОМ НАСЛЕЂУ НА КОСОВУ И МЕТОХИЈИ

Колико је културно наслеђе присутно у „свести једне нације пре свега зависи, од научне спознаје вредности културног наслеђа и њихове практичне примене у свакодневном васпитно-образовном и културно-забавном животу. Ако нема адекватне научне спознаје или практичне примене, онда њихова вредност губи на значају и супротно. У том односу према културном наслеђу види се не само однос нације према својој прошлости, већ и однос према садашњости, а назире се и однос према будућности. У том односу може се видети да ли нација има континуитет или дисконтинуитет у свом развоју.“⁹

понашање деце“, *Specijalna edukacija i rehabilitacija*, Beograd, br. 1/2012, стр. 123–145.

7) Ивана Ђерић, Рајка Студен, „Стереотипи у медијима и медијско описмењавање младих“, *Зборник Института за педагошка истраживања*, Београд, бр. 2/2016, стр. 456–471.

8) Снежана Радић, Драгана Милић, „Утицај телевизије и филма у естетском, етичком и моралном смислу на развој деце“, *Бијељински методички часопис*, бр. 3/2016, стр. 112–128.

9) Миљојко Базић, Добринка Велковић, Александар Базић, „Глобализација и културно

Да би се разумела „улога културног наслеђа у идентификацији, морамо културно наслеђе посматрати као чиниоца који утиче на изградњу личности. Личност се укључује у националне токове и њен историјски континуитет, тако што преузима акумулиране тековине културе представљене у културном наслеђу и помоћу њих развија пожељне односе и делатности. При томе индивидуа се суочава са питањем: које су то најпознатије вредности културног наслеђа којем припада? Да би одговорила она мора да има извесан оквир оријентације у који спадају одређена знања, веровања, вредности, правила и норме културног наслеђа.“¹⁰

Без разумевања правих вредности у процесу формирања личности „будући грађанин неће бити у стању да независно расуђује, јер ће лако падати под утицај средстава масовних комуникација које контролишу и усмеравају ка остваривања сопствених циљева разних економских и политичких структура.“¹¹ Масовни медији као део „медијског система имају највећи утицај на друштвене групе, које као масовна публика имају своју одређеност у карактеристикама масовног комуницирања.“¹² Та сазнања се данас у многоне користе како би се што лакше и што успешније утицало на примаоце порука мас-медија. „Зато су у савременим информатичким и глобализацијским токовима мас-медији тако утицајно средство у креирању слика о спољашњем свету међу примаоцима порука. Они утичу на формирање вредносних система, ставова или и стереотипа, који се касније одражавају на свакодневни живот и понашање грађана.“¹³ Ако се пође од претпоставке „да свесно сазнање чини покретачку снагу друштвеног преображаја, то може пружити перспективу и за колективни идентитет у Србији данас“¹⁴ који треба да има што веће упориште у културним вредностима, које су уткане у културном наслеђу на Косову и Метохији.

наслеђе Срба у иностранству“, у зборнику: *Очување и заштита културно историјског наслеђа Србије у иностранству* (III), Институт за међународну политику и привреду, Београд, 2011, стр. 101.

10) Миљојко Базић, Александар Базић, „Идентификација и културно наслеђе – интердисциплинарни приступ“, у зборнику: *Очување и заштита културно-историјског наслеђа Србије у иностранству* (IV), Институт за међународну политику и привреду, Београд, 2012, стр. 52.

11) Радослав Гађиновић, „Институционални оквири политичке доминације“, *Српска политичка мисао*, vol. 55, бр. 1/2017, стр. 18.

12) Мирко Милетић, Невена Милетић, *Комуниколошки лексикон*, Мегатренд универзитет, Београд, 2012, стр. 173.

13) Татјана Лазаревић, Ивана Аритонових, „Тема као ефективни медијски рам у западним масмедијима – ефекат о стварању и у одржавању негативних стереотипа о Србима са севера Косова и Метохије“, *Социолошки преглед*, бр. XLV/2004, стр. 531–560.

14) Јелена Ђурић, „Колективни идентитет у Србији данас“, *Српска политичка мисао*, vol. 54, бр. 4/2016, стр. 46.

Колики и какав утицај медији су имали или данас имају на идентитет и понашање човека, постоје различита виђења и има неколико доминантних теорија: од оних да медији снажно утичу на друштво, преко других да су медији обичан одраз друштвених дешавања, пре последица него узрок, до тога да се њихов однос посматра као интерактиван и цикличан, без јасног извора утицаја.¹⁵

Развијајући социокултуролошке теорије о медијима, Ноам Чомски (*N. Chomsky*) поставља многа важна питања од којих издвајамо: Каква је улога медија у ширем друштву? Чомски наводи да медији људе одвлаче од битних ствари. Он издваја многе начине манипулације путем медија као што су: преусмеравање пажње с важних проблема на неважне, стварање одређених друштвених проблема не би ли људи лакше прихватили ограничавање слободе; употреба децјег језика у обраћању одраслима, чиме се постиже да порука има снажније дејство на људе; стварање раздора између образовних слојева итд. Тако Чомски закључује да се медији у многоме ослањају на психологију не би ли што вештије и што моћније утицали на масовну публику и на тај начин омогућили владарима да што успешније остварују свој систем владавине.¹⁶

Дакле, медијима масовног комуницирања се дисеминирају одређени културни садржаји који су везани за културне вредности и који су као такви усклађени с преовлађујућим вредносним системом, нормативним поретком и доминантним културним обрасцем у друштву, а све то истовремено обезбеђују њихов идеолошки и економски опстанак.¹⁷ Зато се однос медија и културе у савременом друштву све више продубљује и прожима. О томе говори и пише и руски лингвиста Александар В. Чернов (*А. В. Чернов*): „Медиј-култура је толико очекивани и очевидни термин да је укључен у комуникацијску и културолошку праксу, а такође неприметно и без видљивих отпора и у широку културну свест. То не може а да не изазове извесну опрезност.“¹⁸ У ком степену ће бити опрезност у многоме зависи од медијског система и његовог места у служби културне политике. Културну политику тешко је, како наводи Бранко Прњат, одвојити од политике државе. Наиме, он каже да се „у културној политици преламају [се] друштвене, политичке и идеолошке супротности савременог света; одражавају се битни циљеви

15) Зоран Јефтовић, Зоран Арачки, „Медијски утицаји, политичке елите и друштвена моћ у Србији на почетку 21. века“, *Култура полиса*, бр. 15/2011, стр. 159–176.

16) Noam Chomsky, *Deset strategija manipulacije ljudima*, Internet, <http://www.medijskapismenost.net/dokument/chomski:-Deset-strategija-manipulacije-ljudima>. 24/12/2017.

17) Мирко Милетић, Невена Милетић, *Комуниколошки лексикон*, нав. дело, стр. 173.

18) Александар Валентинович Чернов, *Трагање за културним идентитетом – фактор медија*, Прометеј, 2007, Београд, стр. 79.

друштвеног развоја и политичких борби; одсликава се укупна позиција, слобода или стваралаштво човека; рефлектује се свакодневни живот у безброј видова.¹⁹ Можемо рећи и да се културном политиком задовољавају културне потребе одређених друштвених група. Да ли ће те потребе наћи места и у медијским садржајима, првенствено зависе од модела културне политике дате државе, која се преко масовних медија представља масовној публици.

4. МЕТОДОЛОГИЈА ИСТРАЖИВАЊА

Научни циљ истраживања огледао се у описивању, открићу и објашњењу узајамних веза и односа који постоје између културног наслеђа на Косову и Метохији и ставова омладине Србије о њиховој важности и очувању. У истраживању су коришћене следеће методе: метода испитивања, метода анализе садржаја, статистичка метода, метода индукције и дедукције. Као техника испитивања коришћено је анкетирање. Као инструмент испитивања коришћен је анкетни лист. Истраживање је извршено у три универзитетска града у Србији и то у: Београду, Новом Саду и Нишу. Испитивањем је обухваћено 278 испитаника оба пола (48% мушког и 52% женског пола).²⁰

За потребе овог рада приказаће се како Политика, Вечерње новости, Блиц и Курир извештавају о очувању културног наслеђа на КиМ; како млади оцењују утицај медија на њихово интересовање за културно наслеђе на КиМ; као и да ли интересовање младих за културно наслеђе на КиМ зависи од тога колико медији извештавају о тој теми. Генерална хипотеза од које се пошло у истраживању гласи: *Што је чешће и објективније извештавање медија о културном наслеђу на КиМ, то су ставови које омладина Србије формира о очувању културног наслеђа на КиМ позитивнији, и супротно.*

5. РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Штампани медији као што су Политика, Вечерње новости, Блиц и Курир различито извештавају о очувању културног наслеђа на КиМ. Према резултатима истраживања највише испитаника је

19) Бранко Прњат, *Увод у културну политику*, Стилос, Нови Сад, 2006, стр. 49.

20) Истраживање је рађено за потребе докторске дисертације др Војислава Тодоровића под називом *Утицај медија на ставове омладине Србије о очувању културног наслеђа на Косову и Метохији*. Докторска дисертација је одбрањена на Факултету за културу и медије у Београду.

задовољно Политиком, нешто врло мањим процентом је задовољно Вечерњим новостима, док је Блицом и Куриром релативно мали број задовољних. И ако је највише задовољних са Политиком, резултати истраживања указују да тај лист не даје онај допринос очувању културног наслеђа који би требао да има један такав лист од националног и културног значаја.

Извештавањем *Политике* о културном наслеђу на Косову и Метохији у потпуности је задовољно 9,9% испитаника; углавном је задовољно 20,1% испитаника; незадовољно је 17,9% испитаника, док је у потпуности незадовољно 19,8% испитаника. Највећи број испитаника, њих 32,2%, нема став по овом питању. Резултати указују да је нешто мање од једне трећине испитаника који су на било који начин задовољни тиме како Политика пише о културном наслеђу на Косову и Метохији. С друге стране која је негативна, имамо скоро једну трећину испитаника који су незадовољни и једну трећину испитаника који немају став по овом питању.

Нешто слабији резултати су код Вечерњих новости. Њиховим извештавањем о културном наслеђу на Косову и Метохији у потпуности је задовољно 8,8% испитаника; углавном је задовољно 23,8% испитаника; незадовољно је 16,1% испитаника; док је у потпуности незадовољно 17,6% испитаника; И овде највећи број испитаника 33,7%. није имао став, по овом питању.

Одговори испитаника о извештавању *Блица* су још негативнији од *Политике* и *Вечерњих новости*. Њиховим извештавањем о културном наслеђу на Косову и Метохији у потпуности је задовољно само 3,7% испитаника; углавном је задовољно 9% испитаника; незадовољно је 21,3% испитаника; док највећи проценат њих 44% у потпуности је незадовољно извештавањем. Свој став о томе како извештава Блиц о културном наслеђу на Косову и Метохији није имало 22% испитаника. Они који су на било који начин задовољни Блицом износи 12,7% испитаника. Овај проценат је и сувише мали у односу на 87,3% испитаника који су незадовољни, или немају свој став.

О извештавању *Курира* о културном наслеђу у потпуности је задовољно само 3,6% испитаника; углавном је задовољно 6,2% испитаника; незадовољно је 16,4% испитаника, док је у потпуности незадовољно више од половине или 52,2% испитаника. Велики број испитаника, њих 21,5% нема став по овом питању. Они који су на било који начин задовољни како Курир извештава о културном наслеђу на Косову и Метохији износи 9,8% испитаника, док они који су незадовољни, или немају свој став износи 90,2% испитаника. У целини посматрано резултати истраживања указују

да су испитаници врло незадовољни начином како штампани медији извештавају о културном наслеђу на Косову и Метохији.

О томе да ли би обимније извештавање медија о културном наслеђу на Косову и Метохији подстакло испитанике да више размишљају о њему добијени су следећи одговори који су приказани на графикону бр. 1.

Графикон бр. 1



Извор: обрада аутора

Из графикона видимо да када би медији више извештавали о културном наслеђу на Косову и Метохији, млади би били више заинтересовани за ову врсту културног наслеђа. Наиме, обимније медијско извештавање у потпуности би подстакло 52.5% испитаника да више размишља о културном наслеђу, делимично би подстакло њих 23.4%; а углавном не би 4,7% испитаника, односно не би уопште подстакло њих 6,1%; при чему 10,8% испитаника није имало став. Резултати истраживања указују да би обимније извештавање медија о културном наслеђу на КиМ подстакло младе у Србији да више размишљају о њему.

На графикону бр. 2 приказани су одговори добијени на тврдњу „Моје интересовање за културно наслеђе на КиМ зависи од тога колико медији извештавају о тој теми“. Највећи број испитаника, њих 25,9%, каже да углавном њихово интересовање за споменике на КиМ је у директној вези с медијским извештајима, док 14,7% испитаника каже да њихово интересовање за споменике на КиМ у потпуности зависи од тога колико медији извештавају

о тој теми; њих 14,4% истиче да њихово интересовање углавном није у директној вези с медијским извештајима; а њих 21,6% како није уопште. Без мишљења по овом питању било је 20,5% испитаника. Да делимично или у потпуности интересовање испитаника за културно наслеђе на КиМ зависи од тога колико медији извештавају о тој теми изјаснило се 40,6% испитаника. Док 37% испитаника сматра да њихово интересовање за културно наслеђе на КиМ уопште или углавном не зависи од тога колико медији извештавају о тој теми. Дакле већина сматра да интересовање за културно наслеђе на КиМ зависи од тога колико медији извештавају о тој теми.

Графикон бр. 2



Извор: обрада аутора

На основу одговора добијених на тврдњу „Моје интересовање за културно наслеђе на КиМ делимично зависи од тога колико медији извештавају о тој теми“, и „Обимније извештавање медија о културном наслеђу подстакло би ме да више размишљам о њему“ видимо да ставови омладине зависе од медија и њиховог извештавања. Када би медији више извештавали о тој теми, млади би били више заинтересовани за културно наслеђе на КиМ (чиме се потврђује главна хипотеза у овом истраживачком поступку).

6. ЗАКЉУЧАК

Културно наслеђе на Косову и Метохији представља нераскидиви део српске културе и као такво приказује историјски развој те културе. Оно својом материјалном и духовном сфером сведочи о свим њеним значајним тековинама. У наслеђу на Косову и Метохији уткани су културни обрасци који су плод историјске кристализације и националног развоја који се одвијао кроз неколико векова. Културно наслеђе зато најчешће сведоче о историјским догађајима и историјским личностима који су имали велики значај за нацију, а понекада и за човечанство у целини.

Србија има изузетно културно наслеђе на Косову и Метохији, од којих поједини споменици својим архитектонским и уметничким вредностима припадају самом светском врху, због чега су сврстани у ризницу светске културне баштине и подлежу међународној заштити. Културно наслеђе на Косову и Метохији је најочигледнији материјални доказ о путевима кретања и развоја српског народа, кроз векове до данас. Да би се разумео утицај медија на изградњу ставова омладине Србије о очувању културног наслеђа, оно се треба посматрати у контексту времена и простора у коме је настајало с једне стране, и његовог утицаја на данашњу омладину са друге стране.

Извештавање штампаних медија у Србији о културном наслеђу на КиМ не треба да буде стихијско и насумице, већ треба да буде део реализације медијске и културне политике Србије. У склопу медијске и културне политике битан сегмент треба да буде политика заштите и очувања културног наслеђа на Косову и Метохији. Таква политика имаће позитивни утицај на ставове омладине Србије о очувању позитивних традиционалних вредности српског идентитета које своје упориште имају у културном наслеђу КиМ.

Резултати истраживања указују да штампани медији треба да имају велику улогу и велики утицај на формирање ставова омладине Србије о културном наслеђу на Косову и Метохији. Из истраживања се види да штампани медији у Србији пре свега Политика, Вечерње новости, Блиц и Курир не пишу о културном наслеђу у оној мери у којој то њихови читаоци очекују. Узимајући све ово у обзир, у нашем истраживачком поступку утврдили смо узајамне везе и односе између медија и културног наслеђа, с једне стране, и ставова омладине Србије, с друге стране.

ЛИТЕРАТУРА

Базић Миљојко, *Идентитет и културно наслеђе Срба*, Научна КМД, Београд, 2007.

Базић Миљојко, Вељковић Добринка, Базић Александар, „Глобализација

- и културно наслеђе Срба у иностранству“, у зборнику: *Очување и заштита културно историјског наслеђа Србије у иностранству* III, Институт за међународну политику и привреду, Београд, 2011.
- Базић Миљојко, Базић Александар, „Идентификација и културно наслеђе – интердисциплинарни приступ“, у зборнику: *Очување и заштита културно-историјског наслеђа Србије у иностранству* (IV), Институт за међународну политику и привреду, Београд, 2012.
- Гађинових Радослав, „Институционални оквири политичке доминације“, *Српска политичка мисао*, vol. 55, бр. 1/2017.
- Ђерић Ивана, Студен Рајка, „Стереотипи у медијима и медијско описмењавање младих“, *Зборник Института за педагошка истраживања*, Београд, бр. 2/2016, стр. 456–471.
- Ђурић Јелена, „Колективни идентитет у Србији данас“, *Српска политичка мисао*, vol. 54, бр. 4/2016.
- Јефтовић Зоран, Арацки Зоран, „Медијски утицаји, политичке елите и друштвена моћ у Србији на почетку 21. века“, *Култура полиса*, бр. 15/2011, стр. 159–176.
- Лазаревић Татјана, Аритонових Ивана, „Тема као ефективни медијски рам у западним масмедијима – ефекат о стварању и у одржавању негативних стереотипа о Србима са севера Косова и Метохије“, *Социолошки преглед*, бр. XLV/2004, стр. 531–560.
- Милетић Мирко, Милетић Невена, *Комуникалошки лексикон*, Мегатренд универзитет Београд, 2012.
- Прњат Бранко, *Увод у културну политику*, Стилос, Нови Сад, 2006.
- Радић Снежана, Милић Драгана, „Утицај телевизије и филма у естетском, етичком и моралном смислу на развој деце“, *Бијељински методички часопис*, бр. 3/2016, стр. 112–128.
- Радосављевић Иван, Јовић Никола, „Због чега расте евраоскептицизам: ставови младих према Европској унији“, *Српска политичка мисао*, vol. 53, бр. 3/2016.
- Тодоровић Војислав, *Утицај медија на ставове омладине Србије о очувању културног наслеђа на Косову и Метохији*, докторска дисертација, Факултет за културу и медије, Мегатренд универзитет, Београд, 2016.
- Чернов Александар Валентинович, *Трагање за културним идентитетом – фактор медија*, Прометеј, Београд, 2007.
- Čomski Noam, *Deset strategija manipulacije ljudima*, Internet, <http://www.medijskapismenost.net/dokument/comski:-Deset-strategija-manipulacije-ljudima>. 24/12/2017.
- Gajić Olivera, Lungulov Biljana, „Uticaj masovnih medija na moralne vrednosti darovitih“, у зборнику: *Darovitost i moralnost* (priredili: Grozdanka Gojkov, Aleksandar Stojanović), бр. 17, Visoka škola strukovnih studija за obrazovanje vaspitača, Vršac, 2012, стр. 335–347.
- Popović Ćitić Branislava, „Pozitivni uticaji televizijskih sadržaja na emocionalno i socijalno ponašanje dece“, *Specijalna edukacija i rehabilitacija*, Београд, бр. 1/2012, стр. 123–145.

Miljojko Bazic, Vojislav Todorovic

**MEDIA AND THEIR IMPACT ON SERBIAN YOUTH
ATTITUDES ON CULTURAL HERITAGE IN KOSOVO
AND METOHIJA**

Resume

The undergoing transition in our society brings new challenges to the way we understand and apply cultural policy, and consequently, media policy. After the Second World War, the Marxist form of government in the former Yugoslavia caused certain traditional values of the Serbian people to be suppressed in the media as well as in the society. The period after the October 5th revolution seemingly brought the freedom of the media, in the way of expressing the cultural values of the society. This research provides insights into the extent to which the young people in Serbia are influenced by the mass media, and their attitudes to the media regarding reports on the cultural heritage of the Serbian people in the territory of Kosovo and Metohija. Young people in Serbia believe that the media do not adequately report on the cultural heritage of the Serbian people in Kosovo and Metohija. When the media upped the coverage of the cultural heritage, it completely encouraged 52,5 % respondents to think more about it, partly encouraged 23.4% and generally 4.7% respondents, while 6.1% of the respondents were not at all encouraged to ponder the issue and 10.8.% respondents stated that they didn't have any particular attitude (did not know the answer). Seven participants did not answer at all. The largest number of respondents, 25.9% said that their interest in the monuments in KiM was not directly related to the media reports, 14.7% of respondents indicated that their interest was not generally correlated with the media coverage while 21.6% respondents reported that it was, and 20.5% that it was partially correlated. There were 40.6%) respondents without opinion on this issue, and 10 participants did not respond. 37 % of the young people that participated in this study believe that the daily paper Kurir pays least attention to the cultural heritage, while 30% of the interviewees believe that Politika is the daily paper that is most attentive to this issue.

Keywords: media, attitudes, youth, cultural heritage, Kosovo and Metohija

* Овај рад је примљен 01. фебруара 2018. године, а прихваћен на састанку Редакције 26. фебруара 2018. године.