

# MEDIJSKA PISMENOST

## Istraživanje o medijskoj pismenosti dece predškolskog uzrasta u Srbiji



**Ivo Čolović**

Autor

---

Sufinansira  
Evropska unija



EVROPSKA UNIJA

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

---

Sufinansira i sprovodi  
Savet Evrope

Ova publikacija je pripremljena uz finansijsku podršku Evropske unije i Saveta Evrope, kroz zajednički program „Horizontal Facility za Zapadni Balkan i Tursku“. Studija je razvijena u okviru projekta „Sloboda izražavanja i medija u Srbiji (JUFREX)“ (2019-2022) i objavljena u okviru projekta „Zaštita slobode izražavanja i medija u Srbiji (PROFREX)“ (2023-2026).

Sadržaj je isključiva odgovornost autora i ni u kom slučaju ne predstavlja zvanične stavove Evropske unije ni Saveta Evrope.

Dozvoljena je reprodukcija izvoda (do 500 reči), osim za komercijalne svrhe, pod uslovom da je očuvan integritet teksta, da se izvod ne koristi izvan konteksta, da ne daje nepotpune informacije niti na neki drugi način dovodi čitaoca na pogrešne zaključke o njegovoj prirodi, obimu ili sadržaju teksta. Izvor teksta je uvek obavezno navesti na sledeći način “© Savet Evrope, 2023”. Sve druge zahteve za reprodukciju/prevod dela i celog teksta, treba uputiti Direktoratu za komunikacije, Savet Evrope (F-67075 Strasbourg Cedex ili na [publishing@coe.int](mailto:publishing@coe.int)).

Svu ostalu korespondenciju koja se odnosi na ovu publikaciju treba uputiti na adresu: Generalna direkcija za ljudska prava i vladavinu prava, Odeljenje za informaciono društvo, Avenue de l'Europe F-67075 Strasbourg Cedex, France, Tel. +33 (0)3 88 41 20 00, E-mail: [Horizontal.Facility@coe.int](mailto:Horizontal.Facility@coe.int)

© Savet Evrope, 2023. Sva prava zadržana. Licencirano Evropskoj uniji pod uslovima

Fotografija: ©Shutterstock

## Sadržaj

<b>1</b>	<b>UVOD .....</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>REZULTATI ISTRAŽIVANJA .....</b>	<b>4</b>
	2.1 Medijske navike i korišćenje društvenih mreža od strane zaposlenih u predškolskim ustanovama .....	4
	2.2 Procene korišćenja medija i društvenih mreža od strane predškolaca .....	9
	2.3 Mogućnosti uvođenja medijske pismenosti u predškolske ustanove .....	13
<b>3</b>	<b>PREPORUKE UČESNIKA .....</b>	<b>18</b>
<b>4</b>	<b>REZIME I PREPORUKE .....</b>	<b>20</b>

## 1 UVOD

Digitalno okruženje u savremenom dobu za decu i mlade predstavlja deo *normalnosti svakodnevnog života* – poslednje generacije su rođene sa internetom i modernom tehnologijom i ne poznaju svet bez njega. Koncepti medijske i digitalne pismenosti sada su već decenijama u upotrebi među istraživačima, kao i među onima koji upozoravaju na negativne aspekte digitalnog doba. Iako sami koreni medijske pismenosti datiraju još iz sedamdesetih godina XX veka, jedna od prvih [definicija koncepta](#)<sup>1</sup> usvojena je 1992. godine na konferenciji o medijskoj pismenosti. U najkraćem, medijska pismenost predstavlja sposobnost građana da pristupaju, analiziraju, vrednuju i proizvode poruke posredstvom štampanih i elektronskih medija. Ona podrazumeva *sposobnost samostalnog i odgovornog korišćenja medija i medijskih sadržaja*, a da bi bila u stanju da bezbedno i razumno koriste medije, od posebnog značaja je naučiti decu kako da pristupaju različitim medijima i digitalnom okruženju. *Medijska pismenost je osnova za učešće u savremenom društvu i neophodno je učiti je od malih nogu.*

U okviru medijskog obrazovanja, roditelji i vaspitači/nastavnici bi trebalo da pruže podršku deci da se snađu u digitalnom svetu i da ih istovremeno zaštite od određenih rizika. Rad na obrazovanju o medijskoj pismenosti znači zadovoljavanje potreba pojedinaca različitog uzrasta. Međutim, ne može se isti princip primeniti na sve starosne kategorije. Potrebe i interesovanja pojedinaca za obrazovanjem o medijskoj pismenosti menjaju se tokom života. Na primer, u starosti, obrazovanje o medijskoj pismenosti može biti posebno važno za kognitivno funkcionisanje, društvene odnose, kao i za kritičku procenu i korišćenje informacija i usluga u vezi sa zdravljem. Sa druge strane, u detinjstvu se od obrazovanja o medijskoj pismenosti očekuje da podrži dečje blagostanje, samoizražavanje (samoekspresiju), igru, uključenost i potrebe za bezbednošću.<sup>2</sup>

Preko 90% dece starosti između 8 i 18 godina koristi internet, a preko 70% njih ima društvene mreže. Da bi kasnije u životu deca bila u stanju da budu funkcionalno medijski pismena (da prepoznaju ulogu i funkciju medija u demokratskom društvu; da kritički analiziraju sadržaje; da koriste medije za demokratsko učešće i samoizražavanje; da poseduju veštine za proizvodnju sadržaja), ključno je sa njima raditi od najranijeg uzrasta.

Zbog svega gore navedenog pre sprovođenja istraživanja medijske pismenosti kod dece predškolskog uzrasta u okviru projekta „Sloboda izražavanja i sloboda medija u Srbiji (JUFREX)“ organizovane su dve radionice pod nazivom „Otvoreni dani medija“ (6 i 7. oktobra u Beogradu

---

<sup>1</sup> <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED365294.pdf>

<sup>2</sup> Rasi, P., Vuojärvi, H., & Ruokamo, H. (2019). Media Literacy Education for All Ages. *Journal of Media Literacy Education*, 11(2), 1-19.

i Novom Sadu). Tema radionica bila je medijska pismenost dece predškolskog uzrasta, a kojoj su prisustvovali predstavnici državnih i privatnih predškolskih ustanova (direktori i vaspitači predškolaca) sa teritorije Beograda i Novog Sada. Cilj radionica je bio da se ukaže na potrebu podizanja svesti o medijskoj pismenosti i kritičkom mišljenju u pogledu audiovizuelnih informacija za decu predškolskog uzrasta. Učesnicima radionice predstavljene su publikacije<sup>3</sup> koje su štampane u okviru projekta, a koje mogu da se koriste u svakodnevnom radu sa decom predškolskog uzrasta o medijskoj pismenosti.

Nakon sprovedenih konferencija želja nam je bila da ispitamo medijsku pismenost među predškolcima, iz ugla zaposlenih u predškolskim ustanovama. S obzirom na to da je istraživanje sa predškolcima suviše kompleksno (kako za samu operacionalizaciju pojma medijske pismenosti za decu tog uzrasta, tako i iz etičkih razloga), od velikog značaja je percepcija zaposlenih u predškolskim obrazovnim ustanovama o ovoj oblasti.

Istraživanje koje je pred čitaocima imalo je za cilj da markira medijsku pismenost predškolaca, iz ugla zaposlenih u predškolskim obrazovnim institucijama. Istraživanje je sprovedeno u oktobru 2022. godine, na uzorku od 430 zaposlenih (pre svega vaspitača i vaspitačica, ali i direktora/ki i ostalog osoblja u predškolskim ustanovama).<sup>4</sup> Istraživanje je urađeno u predškolskim ustanovama na teritoriji Beograda i Novog Sada, sa dominantno ženskim ispitanicima. Prosečan broj godina radnog iskustva je 17,6, što je za ovo istraživanje dobro jer su ispitanici dugo u kontaktu sa decom i imaju predstavu o promenama kroz vreme i generacije.

---

<sup>3</sup> Publikacije su dostupne na linku <http://www.rem.rs/sr/dodatno/projekti/medijska-pismenost#gsc.tab=0>

<sup>4</sup> Svi pojmovi upotrebljeni u muškom gramatičkom rodu obuhvataju muški i ženski rod lica na koja se odnose.

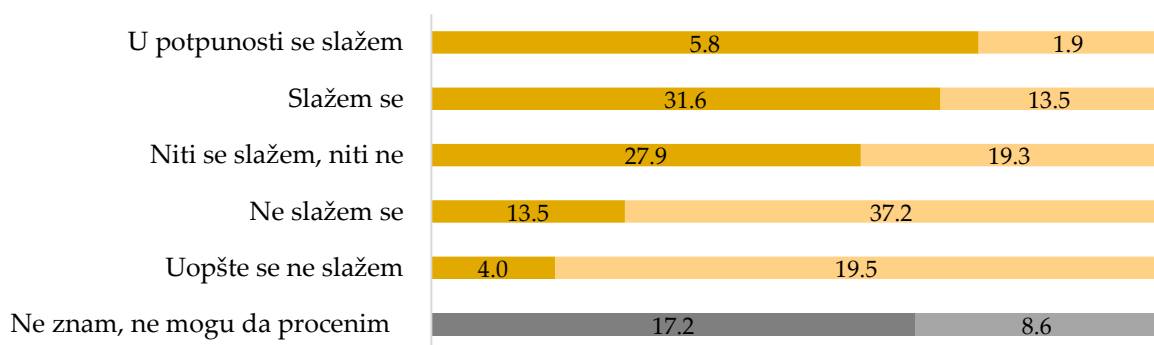
## 2 REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Upitnik koji su ispitanici popunjavali elektronskim putem sadržao je set pitanja koja su imala za cilj da se upoznamo sa medijskim navikama samih ispitanika, procene korišćenja medija i društvenih mreža kod predškolaca, mogućnosti i potrebe uvođenja medijske pismenosti u predškolske ustanove. I na kraju od ispitanika je zatraženo da daju procenu potreba, preporuke i načina za dalje unapređenje kritičke misli kod dece predškolskog uzrasta.

### 2.1 Medijske navike i korišćenje društvenih mreža od strane zaposlenih u predškolskim ustanovama

Na grafikonu 1. moguće je videti odnos zaposlenih u predškolskim ustanovama prema medijima u Srbiji i samoprocenu o informisanosti o dnevno-političkim dešavanjima u Srbiji. Zaposleni u predškolskim ustanovama<sup>5</sup> za sebe **kažu da su dobro informisani o dešavanjima u Srbiji** – zbirno 37,4% ispitanika za sebe kaže da je dobro informisano, 17,5% da ne prati sva dešavanja u svojoj zemlji, dok je 27,9% neodlučno. Sa druge strane, **zaposleni u predškolskim ustanovama dominantno ne veruju u to da mediji daju kompletan uvid u dešavanja oko nas i da podstiču kritičko mišljenje**. Tako se zbirno čak 56,7% manje ili više ne slaže sa izjavom da mediji u Srbiji daju kompletan uvid u dešavanja oko nas i da podstiču kritičko mišljenje, dok 15,4% misli suprotno (od čega tek 1,9% koji se u potpunosti slažu sa izjavom). Neodlučnih je 19,3%. Najzad, 17,2% ispitanika ne zna ili ne može da proceni da li je dobro informisano o dešavanjima u svojoj zemlji, a manji udeo (8,6%) je onih koji ne mogu da procene da li mediji u Srbiji daju kompletan uvid u dešavanja oko nas i da podstiču kritičko mišljenje.

Grafikon 1. U kojoj meri se slažete sa sledećim tvrdnjama..., u %



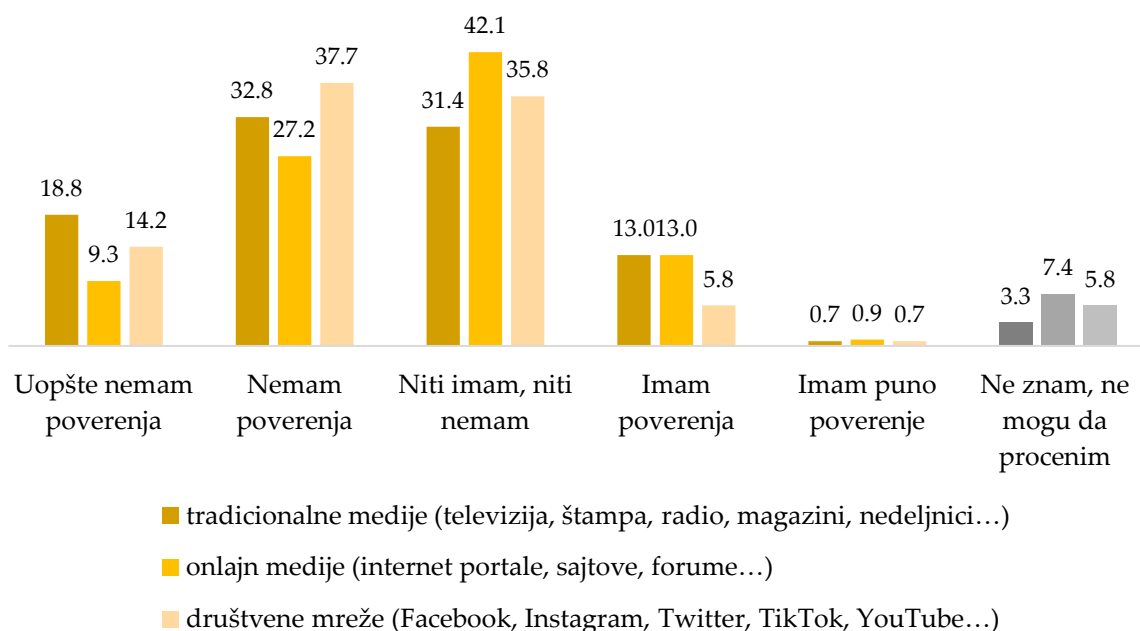
- Za sebe mogu reći da sam dobro informisan/a o svim dešavanjima u Srbiji
- Mediji u Srbiji daju kompletan uvid u dešavanja oko nas i podstiču kritičko mišljenje

<sup>5</sup> Sem kada se ne naglasi eksplicitno, misli se i na direktore, vaspitače i na ostala zaposlena lica u ustanovi.

### Među zaposlenima u predškolskim ustanovama dominira nepoverenje u medije u Srbiji

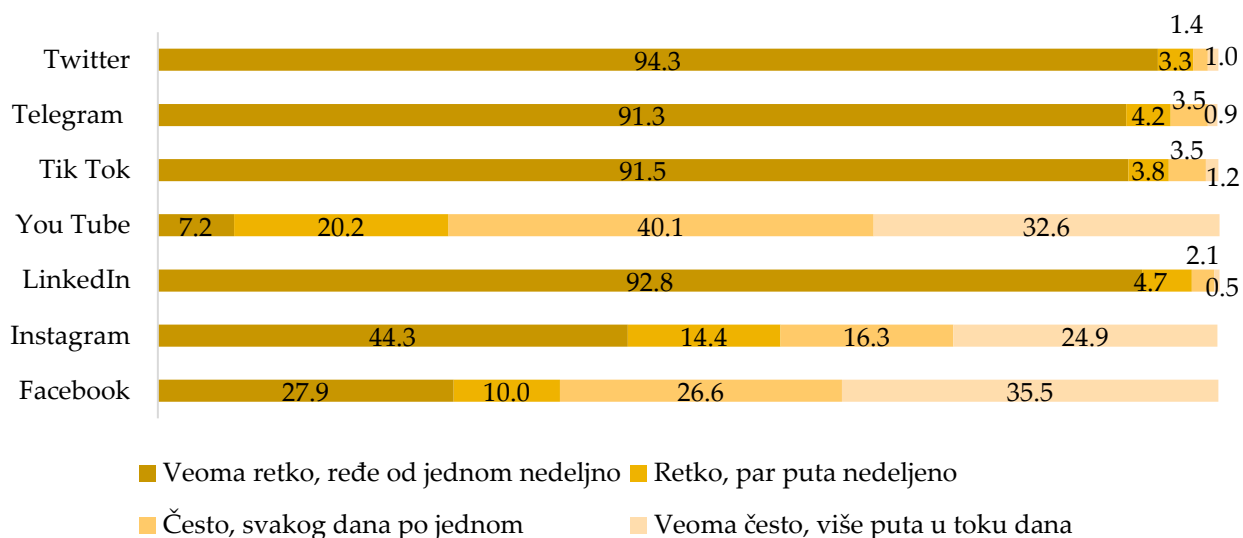
– grafikon 2. Poverenje u medije iskazuje 13,7% ispitanika kada je reč o tradicionalnim medijima, 13,9% manje ili više veruje online medijima, a samo 6,5% manje ili više veruje društvenim mrežama. Sa druge strane, natpolovična većina ispitanika manje ili više ne veruje tradicionalnim medijima u Srbiji (51,6%), kao i društvenim mrežama (51,9%), a preko trećina ispitanih manje ili veće nepoverenje ima u online medije (36,5%). Ipak, značajan je broj i neodlučnih – oko trećine ispitanih kaže da niti ima niti nema poverenja u tradicionalne medije i društvene mreže, a preko dve petine (42,1%) da niti ima niti nema poverenje u online medije. Ovakvi nalazi, koji pokazuju da je nepoverenje veće od poverenja, a da je i nezanemarljiv broj neodlučnih ne odstupa od već utvrđenih nalaza u javnomnjenjskim istraživanjima kada je u pitanju poverenje građana u medije u Srbiji.

Grafikon 2. Poverenje u medije (Da li imate poverenje u sledeće medije...), u %



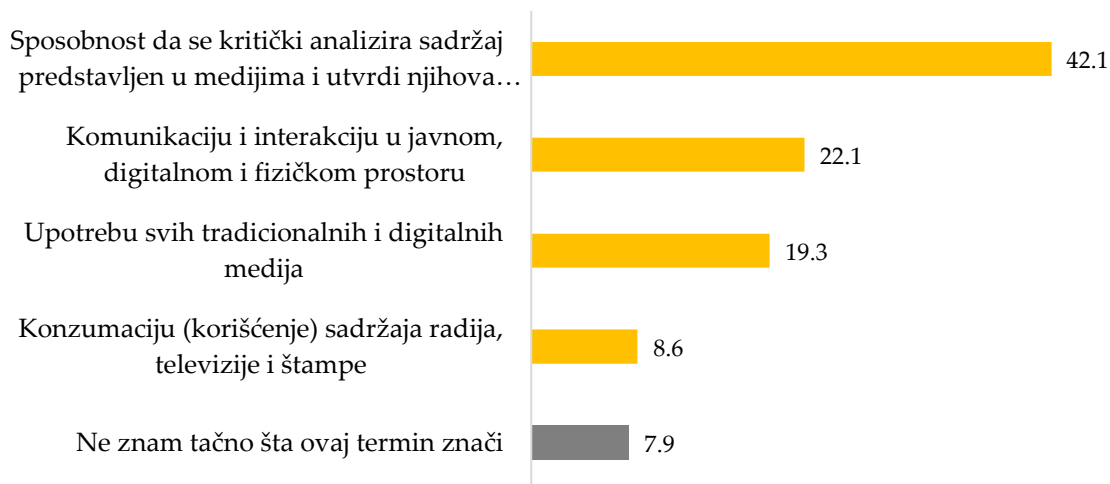
S obzirom na trend sve zastupljenije upotrebe društvenih mreža, pitali smo ispitanike i koje društvene mreže oni koriste i koliko često. Najpre treba napomenuti da **oko 15% respondenata kaže da ne koristi društvene mreže** i to su pre svega stariji ispitanici. Među onima koji koriste društvene mreže (grafikon 3), **najzastupljenija je upotreba You Tube-a** (72,7% često ili veoma često koristi ovu mrežu), **Facebook-a** (62,1% često ili veoma često koristi ovu mrežu) i **Instagrama** (41,2% često ili veoma često koristi ovu mrežu). Sa druge strane, LinkedIn, Twitter, Telegram i Tik Tok gotovo da se ne koriste – preko 95% ispitanih koji imaju ove mreže kažu da ih koriste ili veoma retko (ređe od jednom nedeljno) ili retko (par puta nedeljno). Ovakva distribucija nije iznenađujuća, jer su najpopularnije društvene mreže upravo one koje naši ispitanici najviše koriste, a sve popularnija mreža Tik Tok je najviše konzumirana od strane tinejdžera i mladih do 30 godina, kojih je u uzorku najmanje.

Grafikon 3. Koje društvene mreže koristite i koliko često?, u %



Istraživanje je pružilo uvid i u razumevanje ispitanika, na šta se odnosi termin „medijska pismenost“? – grafikon 4.

Grafikon 4. Prema Vašem mišljenju, na šta se odnosi termin „medijska pismenost“?, u %

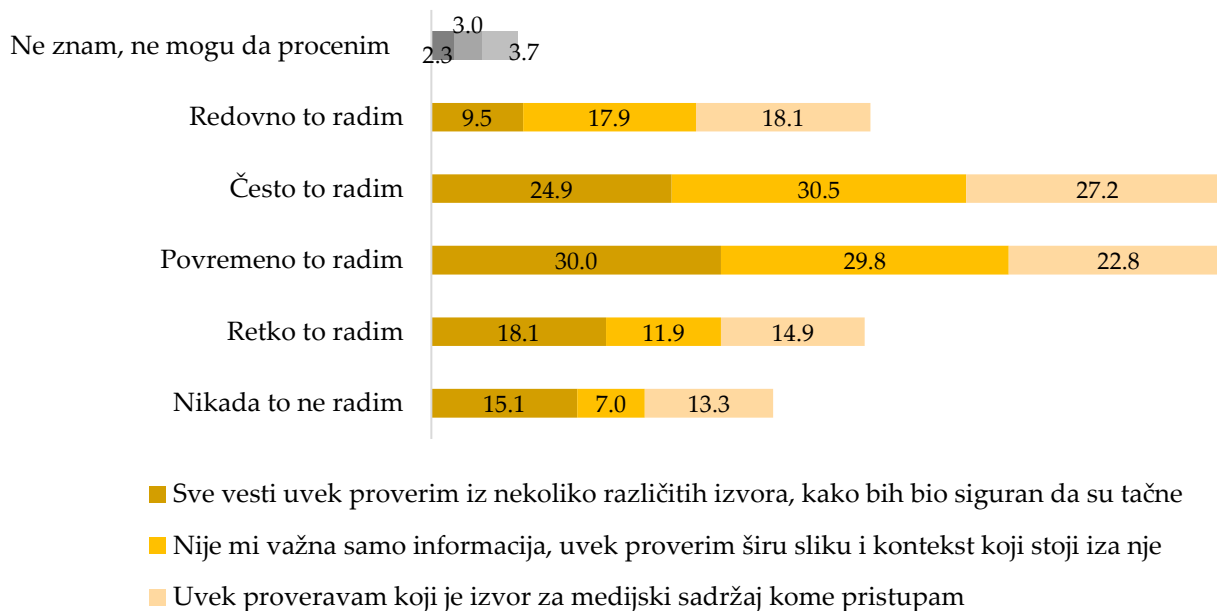


**Preko dve petine ispitanika (42,1%) zna da medijska pismenost podrazumeva sposobnost da se kritički analizira sadržaj predstavljen u medijima i utvrdi njihova tačnost ili verodostojnost.** Za nešto preko petine ispitanih (22,1%) medijska pismenost podrazumeva komunikaciju i interakciju u javnom, digitalnom i fizičkom prostoru, a svaki peti ispitanik (19,3%) veruje da medijska pismenost podrazumeva upotrebu svih tradicionalnih i digitalnih medija. Da je medijska pismenost konzumacija sadržaja radija, televizija i štampe reklo je 8,6% ispitanih, dok 7,9% otvoreno priznaje da ne zna na šta ovaj termin referiše. **Ovaj nalaz da preko polovine respondenata zapravo ne zna tačno šta podrazumeva medijska pismenost jasan je indikator da postoji veliki prostor za edukaciju zaposlenih u predškolskim ustanovama.**



Dalje, istraživanje je ispitalo medijske navike i primenu medijske pismenosti – grafikon 5.

Grafikon 5. U kojoj meri sledeće medijske navike odgovaraju Vama lično i da li se ponašate u skladu sa navedenim..., u %

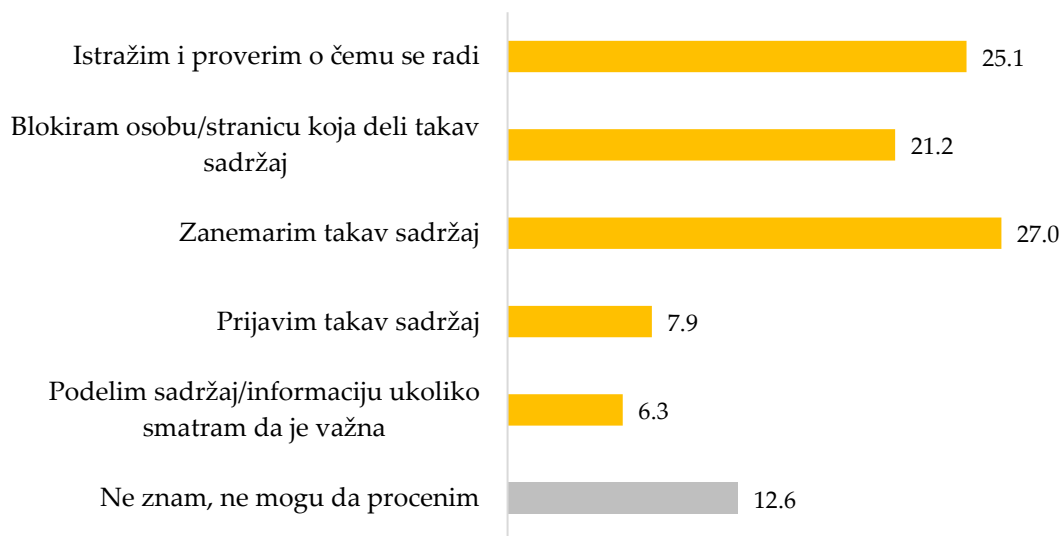


**Svaki treći ispitanik (34,4%) često ili redovno sve vesti uvek proveri iz različitih izvora, kako bi bio siguran u njihovu tačnost, gotovo svaki drugi ispitanik (48,4%) kaže da mu nije važna samo informacija, već i da uvek ili često proveri širu sliku i kontekst koji stoji iza te informacije, dok takođe nešto manje od polovine ispitanih (45,3%) redovno ili često proverava koji je izvor za medijski sadržaj kome pristupa.**

Pokazuje se da je **ispitanicima najvažnije da provere širu sliku i kontekst koji stoji iza informacije**, jer je samo 7% ispitanih reklo da to nikada ne radi. Takođe, respondentima nije nevažno ni to koji je izvor za medijski sadržaj i provera iz nekoliko različitih izvora, ali s obzirom da to zahteva dodatni napor i vreme, otuda i nešto veći udeo onih koji priznaju da to nikada ne čine – 15,1% u slučaju proveravanja vesti iz više različitih izvora, odnosno 13,3% kada je reč o proveri izvora za medijski sadržaj kojem pristupaju. Iz navedenog možemo zaključiti da **dominantan i ubedljiv udeo ispitanika ipak, prema sopstvenim rečima, praktikuje radnje koje pomažu medijskoj pismenosti, a da prostor za unapređenje postoji pre svega u frekventnosti provera informacija i sadržaja koje dolaze do njih.**

Kada naiđu na uznemirujuć sadržaj u medijima, svaki četvrti ispitanik kaže da istraži i proveri o čemu se radi (25,1%), svaki peti ispitanik blokira osobu ili stranicu koja deli takav sadržaj (21,2%), njih 7,9% prijavi takav sadržaj, a 6,3% podeli to ukoliko smatra da je važno. Međutim, **najveći udeo respondenata kada naiđe na uznemirujuć sadržaj u medijima, samo zanemari takav sadržaj (27%).** Da ne znaju ili ne mogu da procene šta u toj situaciji učine, kaže 12,6% ispitanih.

Grafikon 6. Šta radite kada naiđete na uznemirujući sadržaj na medijima?, u %

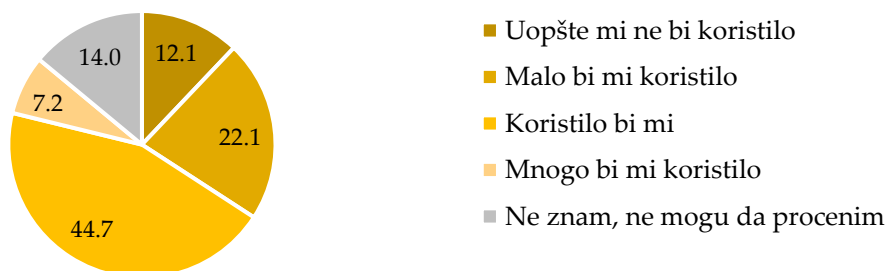


Prakse za koje smo ispitanike pitali ne beleže značajnost u razlikama u odgovoru prema sociodemografskim karakteristikama ispitanika.

Na kraju zaposleni u predškolskim ustanovama su se izjasnili da li smatraju da bi im, bez obzira na profesionalno iskustvo koje imaju, u procesu rada ali i u svakodnevnim aktivnostima, koristilo da ojačaju kritičko mišljenje prema medijskim sadržajima – grafikon 7.

**Svaki drugi zaposleni u predškolskoj ustanovi (51,9%) kaže da bi mu, bez obzira na profesionalno iskustvo, koristilo da ojača kritičko mišljenje prema medijskim sadržajima** – od toga 44,7% kaže da bi im koristilo, a još 7,2% da bi im mnogo koristilo. Sa druge strane, zbirno 34,2% ispitanih ne prepoznaje potrebu za unapređenjem kritičkog mišljenja prema medijskim sadržajima – 12,1% kaže da im uopšte ne bi koristilo, a 22,1% da bi im malo koristilo. Nije moglo da proceni 14% ispitanih.

Grafikon 7. Da li smatrate da bi Vama lično, bez obzira na profesionalno iskustvo koje imate, u procesu rada ali i u svakodnevnim aktivnostima, koristilo da ojačate kritičko mišljenje prema medijskim sadržajima?, u %



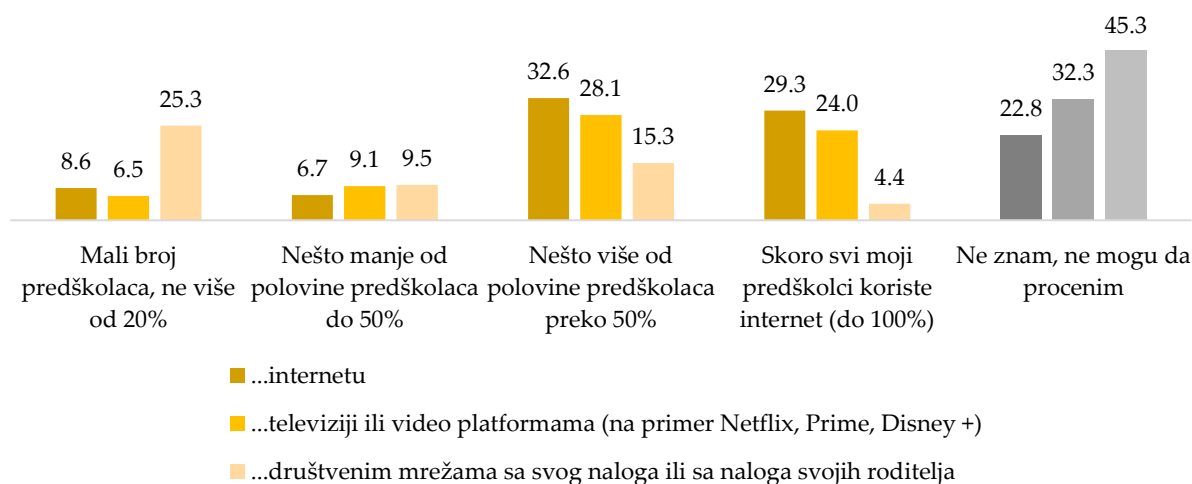
Posmatrano prema socioekonomskim karakteristikama ispitanih, statističku značajnost zabeležili smo samo u pogledu pozicije unutar ustanove, odnosno u pogledu dužine radnog iskustva. Naime, vaspitači pre daju odgovor da bi im koristilo ukoliko bi ojačali kritičko mišljenje prema medijskim sadržajima, dok direktori i zaposleni na ostalim pozicijama su pre skloni da odgovore da bi im mnogo koristilo. Takođe, sa porastom godina radnog staža veća je verovatnoća da se ispitanik da odgovori da bi mu veoma koristilo da ojača kritičko mišljenje prema medijskim sadržajima.

## 2.2 Procene korišćenja medija i društvenih mreža od strane predškolaca

Sledi set pitanja pomoću kojih smo želeli da dobijemo uvid u procenu korišćenja medija i društvenih mreža od strane predškolaca. Na samom početku bitno je podvući da je reč o proceni koju su nam pružili zaposleni u predškolskim ustanovama, te da bi bilo dobro ukrstiti nalaze i koje daju roditelji. Međutim, procena pre svega vaspitača nosi sa sobom određene prednosti, pre svega u tome što oni oslušuju decu i razgovaraju sa njima, a roditelji bi možda davali društveno poželjni odgovor.

Zaposleni u predškolskim ustanovama su zamoljeni da daju procenu o udelu predškolaca koji imaju pristup internetu, televiziji ili video platformama (na primer Netflix, Prime, Disney +), te društvenim mrežama sa svog naloga ili sa naloga svojih roditelja – grafikon 8.

Grafikon 8. Prema Vašem saznanju, koji procenat predškolaca u Vašoj ustanovi ima pristup..., u %



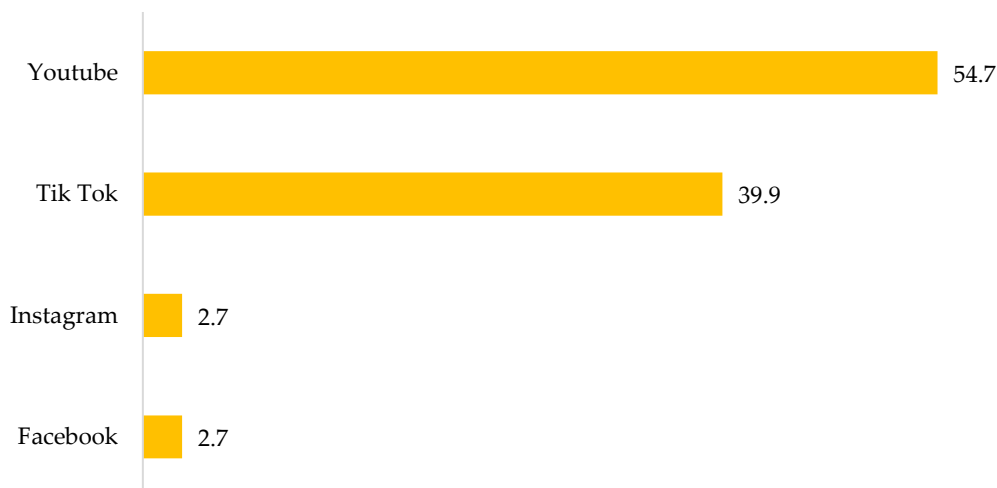
Prema proceni zaposlenih u predškolskim ustanovama, natpolovična većina predškolaca ima pristup internetu (**32,6% zaposlenih je reklo da preko polovine predškolaca ima pristup internetu**), a **29,3% zaposlenih je reklo da gotovo svi njihovi predškolci koriste Internet**. Takođe, televiziji i video platformama (Netflix, Prime, Disney+...) prema rečima onih koji rade sa predškolcima ima veliki deo predškolaca – 28,1% ispitanika kaže da pristup video platformama i televiziji ima preko 50% predškolaca sa kojima rade, a skoro **svaki četvrti**

**zaposleni (24%) misli da svi predškolci sa kojima rade imaju pristup televiziji i video platformama.**

Sa druge strane, oni koji rade sa decom u predškolskom sistemu obrazovanja smatraju da je situacija drugačija u pogledu društvenih mreža. **Najveći broj ispitanih (25,3%) veruje da samo mali broj predškolaca ima pristup društvenim mrežama sa svog naloga ili naloga svojih roditelja**, da ovaj pristup ima nešto manje od polovine predškolaca veruje 9,5%, da je u pitanju nešto više od polovine predškolaca kaže 15,3%, a samo 4,4% zaposlenih veruje da svi predškolci imaju pristup društvenim mrežama. Takođe, bitno je primetiti da je ipak ovo podatak za koji zaposleni u predškolskim ustanovama nisu baš najsigurniji – za davanje procene o pristupu društvenim mrežama spremnost nije pokazao veliki deo ispitanika – čak 45,3%, koji kažu da ne mogu da procene ili da ne znaju ovaj podatak. U pogledu pristupa televiziji, video platformama i internetu, ipak je spremnost da se da odgovor veća (32,3% odnosno 22,8% nije znalo da odgovori na ovo pitanje).

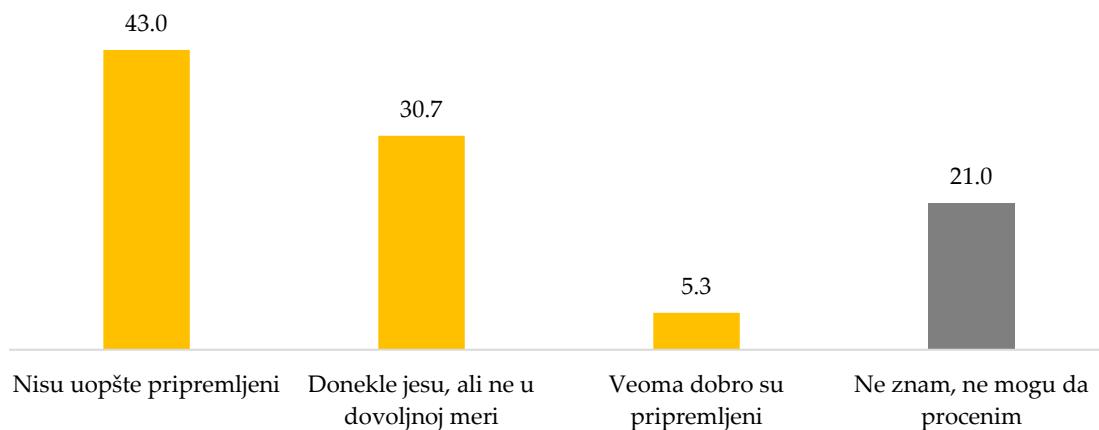
One koji su bili spremni da kažu svoju procenu i koji veruju da predškolci imaju pristup društvenim mrežama, kažu da **najveći broj predškolaca koristi Youtube (54,7%) i Tik Tok (39,9%)**. Sa druge strane, **Instagram i Facebook su mreže koje nisu popularne među predškolcima** – grafikon 9.

*Grafikon 9. Da li možete da procenite koja društvena mreža je najzastupljenija među predškolcima?, u %*



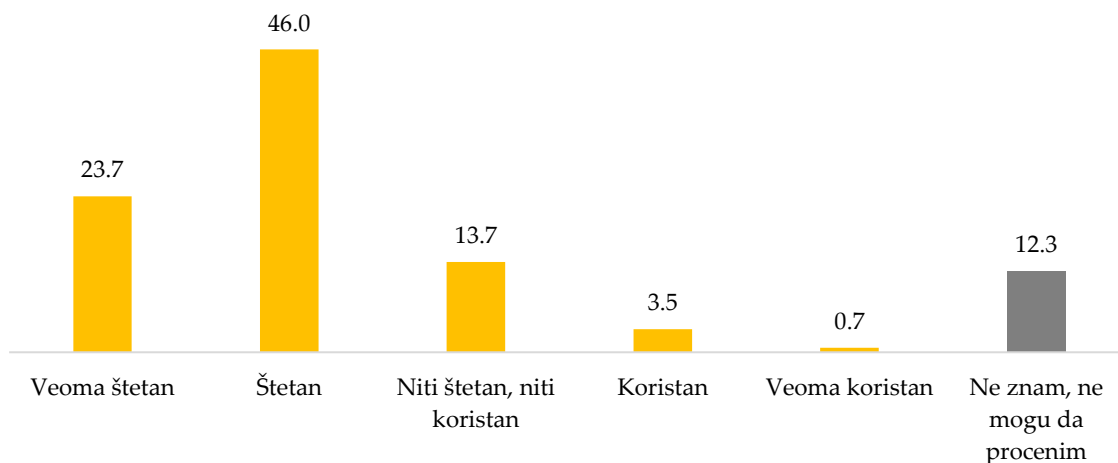
Preko dve petine stručnih lica koja rade sa predškolcima (43%) veruje da predškolci nisu uopšte adekvatno pripremljeni za korišćenje društvenih mreža, a još njih 30,7% smatra da donekle jesu pripremljeni ali ne u dovoljnoj meri – grafikon 10. Drugim rečima, **73,7% respondenata veruje da postoji manji ili veći prostor za poboljšanje pripremljenosti dece za korišćenje društvenih mreža**. Sa ovim stavom se ne slaže samo 5,3% ispitanih, a svaka četvrta osoba nema stav.

Grafikon 10. Iz Vašeg pedagoškog iskustva, da li biste rekli da su Vaši predškolci adekvatno pripremljeni za korišćenje društvenih mreža?, u %



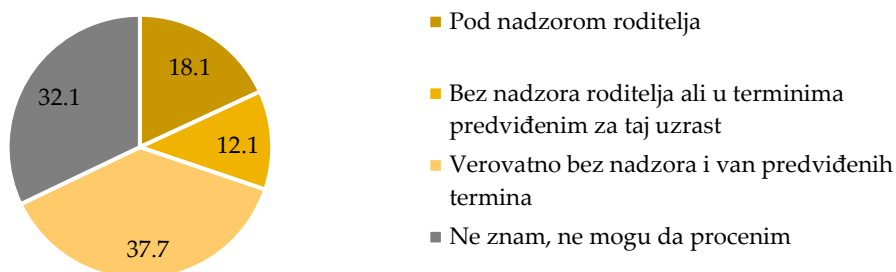
Na značaj pripremljenosti dece za korišćenje društvenih mreža posebno ukazuje podatak da zbirno čak **69,7% respondenata veruje da je uticaj društvenih mreža na predškolce štetan ili veoma štetan** – grafikon 11. Suprotno mišljenje, da je uticaj društvenih mreža na predškolce koristan ili veoma koristan ima tek 4,2% ispitanih, a 13,7% je neodlučno i kaže da je ovaj uticaj neutralan, niti štetan niti koristan.

Grafikon 11. Da li smatrate da je uticaj društvenih mreža na predškolce štetan ili koristan?, u %



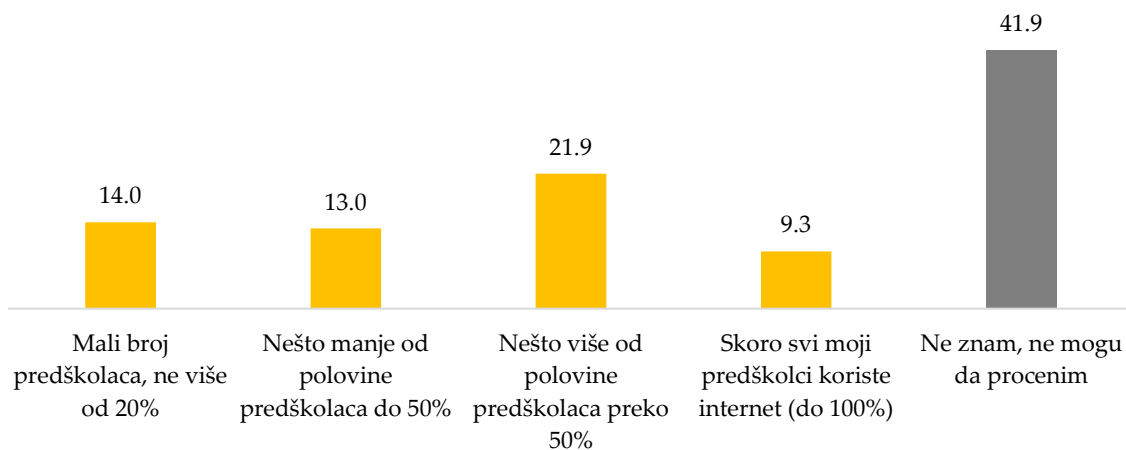
Deca predškolskog uzrasta imaju pristup televiziji ili onlajn video platformama pod nadzorom roditelja smatra 18,1% ispitanika, 12,1% kaže da je ovaj pristup bez nadzora roditelja ali u terminima predviđenim za taj uzrast, a **najveći udeo ispitanih (37,7%) veruje da deca verovatno bez nadzora roditelja i van predviđenih termina imaju pristup televiziji ili onlajn video platformama**. Svaki treći respondent ne zna da odgovori na ovo pitanje.

Grafikon 12. Prema Vašem mišljenju, da li deca predškolskog uzrasta imaju pristup televiziji ili onlajn video platformama pod nadzorom roditelja ili u terminima predviđenim za taj uzrast (dečije emisije i obrazovni program), u %



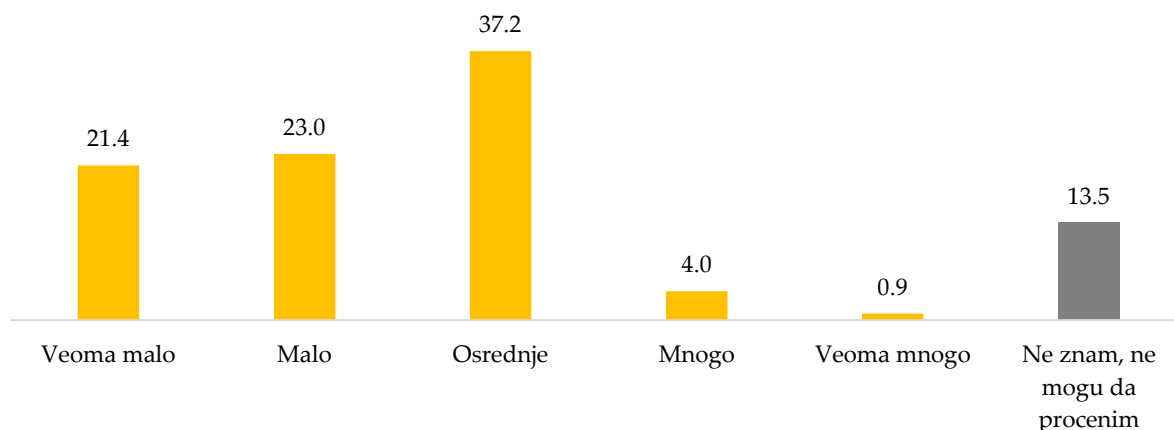
Ipak, u pogledu izloženosti sadržajima koji nisu primereni njihovom uzrastu, **najveći broj onih koji rade sa predškolcima ne može da proceni da li su predškolci izloženi sadržajima neprimerenim njihovom uzrastu** – 41,9% (grafikon 13). Među onima koji smatraju da imaju uvid u sadržaje kojima su predškolci izloženi, **najzastupljeniji je odgovor da je preko polovine predškolaca izložen audio-vizuelnom sadržaju koji nije primeren njihovom uzrastu i ovo nam je reklo 21,9% ispitanih.**

Grafikon 13. Prema Vašem saznanju, koji procenat predškolaca u Vašoj ustanovi je izložen audio-vizuelnom sadržaju (medijima) koji nije namenjen njihovom uzrastu?, u %



Dodatno, na pitanje „Da li ste se primetili da je dete predškolskog uzrasta bilo izloženo medijskom sadržaju, neprimerenom za taj uzrast?“ 32,8% ispitanika kaže da je primetilo, **36,3% je primetilo da je dete predškolskog uzrasta bilo izloženo medijskom sadržaju, neprimerenom za taj uzrast**, a 30,9% ne zna, ne može da proceni.

Grafikon 14. Prema Vašem pedagoškom iskustvu, u kojoj meri roditelji vode računa o medijskom obrazovanju dece, digitalnoj bezbednosti i njihovom ponašanju na društvenim mrežama?, u %

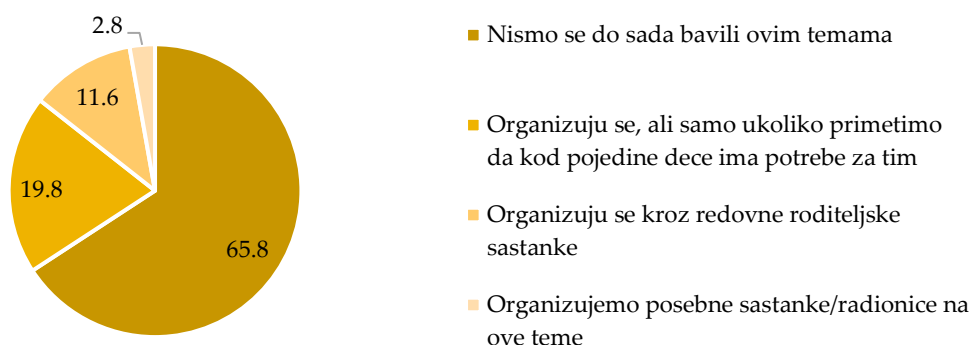


U skladu sa prethodnim odgovorima, ne iznenađuje ni podatak da zbirno **44,4% zaposlenih u predškolskim ustanovama veruje da roditelji veoma malo ili malo vode računa o medijskom obrazovanju dece, digitalnoj bezbednosti i njihovom ponašanju na društvenim mrežama**. Da je briga roditelja osrednja, ocenjuje 37,2% ispitanika, a tek 4,9% smatra da roditelji o ovome mnogo ili veoma mnogo vode računa. Na ovo pitanje nije znalo da odgovori 13,5% respondenata.

### 2.3 Mogućnosti uvođenja medijske pismenosti u predškolske ustanove

Na pitanje „Da li se u Vašoj ustanovi organizuju razgovori sa roditeljima po pitanju medijske pismenosti i digitalne bezbednosti dece, kao i o korišćenju društvenih mreža?“ (grafikon 15) **65,8% ispitanika kaže da se do sada nisu u predškolskoj ustanovi bavili pitanjem medijske pismenosti**. Da se razgovori sa roditeljima po pitanju medijske pismenosti organizuju ali samo ukoliko primete da kod određene dece postoji potreba za tim, reklo je 19,8% ispitanika. Kroz redovne roditeljske sastanke se o ovoj temi govori, kaže 11,6% ispitanih, a tek njih 2,8% kaže da organizuju posebne sastanke ili radionice na ovu temu sa roditeljima.

Grafikon 15. Da li se u Vašoj ustanovi organizuju razgovori sa roditeljima po pitanju medijske pismenosti i digitalne bezbednosti dece, kao i o korišćenju društvenih mreža?, u %



Nakon ovakvog nalaza, izvesno je jasan zaključak da postoji veliki prostor u kojem bi zaposleni u predškolskim ustanovama mogli da rade sa roditeljima i decom na ovu temu. Stoga je naredni set pitanjima za ispitanika bio posvećen mogućnostima uvođenja medijske pismenosti u predškolske ustanove.

Tako se natpolovična većina zaposlenih u predškolskim ustanovama (52,6%) slaže da sa decom treba raditi na temu medijske pismenosti. Ukoliko tome dodamo i one koji se u potpunosti slažu sa time, dobijamo nalaz da **zbirno 72,6% zaposlenih u predškolskim ustanovama smatra da sa decom treba raditi na temu medijske pismenosti**. Suprotan stav ima zbirno 18,6% ispitanih, a njih 8,8% ne može da proceni.

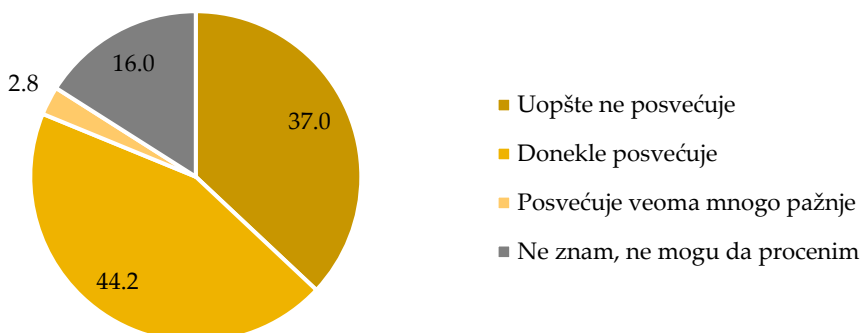
Grafikon 16. Da li se slažete sa tim da već u predškolskim ustanovama treba raditi sa decom na temu medijske pismenosti?, u %



U skladu sa iznetim, sledi i nalaz prema kojem zbirno **37% ispitanika veruje da obrazovni sistem u Srbiji trenutno ne posvećuje dovoljno pažnje medijskoj pismenosti dece u predškolskom uzrastu, a njih 44,2% smatra da samo donekle posvećuje**. Tek 2,8% ispitanih kaže da obrazovni sistem posvećuje veoma mnogo pažnje medijskoj pismenosti dece u predškolskom uzrastu, što je na nivou statističke greške; 16% ne može da proceni – grafikon 17.



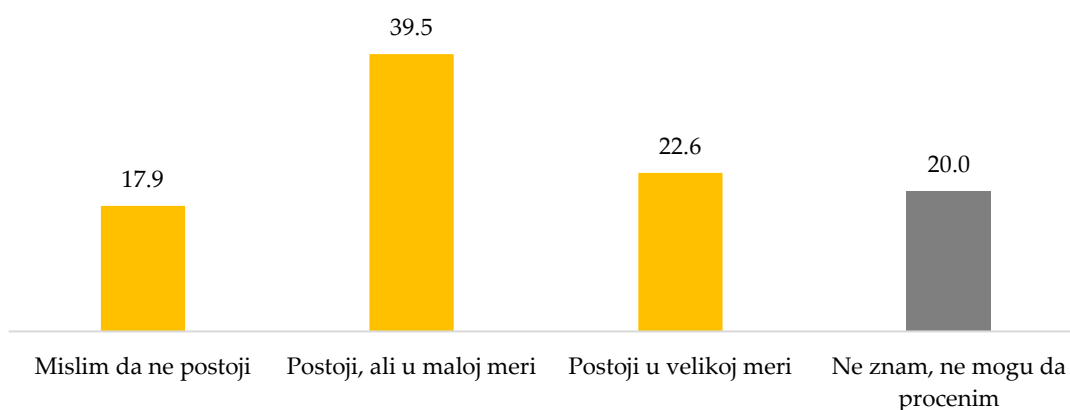
Grafikon 17. Da li smatrate da obrazovni sistem u Srbiji trenutno posvećuje dovoljno pažnje medijskoj pismenosti dece u predškolskom uzrastu?, u %



Veoma je važna procena osoba koji rade sa predškolskom decom da **postoji manji ili veći prostor za unapređenje edukacije dece po pitanju digitalne bezbednost kroz predškolske ustanove** – ovo nam je zbirno reklo čak 62,1% ispitanika (od čega 39,5% smatra da ovaj prostor nije tako veliki, a 22,6% da je prostor za unapređenje veliki). Da prostor za unapređenje edukacije dece po pitanju digitalne bezbednost kroz predškolske ustanove ne postoji veruje 17,9% ispitanika, a svaki peti ne može da proceni – grafikon 18.

Posmatrano prema sociodemografskim karakteristikama ispitanika, statistička značajnost uočena je samo u pogledu pozicije unutar ustanove – *direktori predškolskih ustanova su skloniji da daju odgovor da je ovaj prostor izuzetno veliki, a vaspitači da određeni prostor postoji ali u maloj meri.*

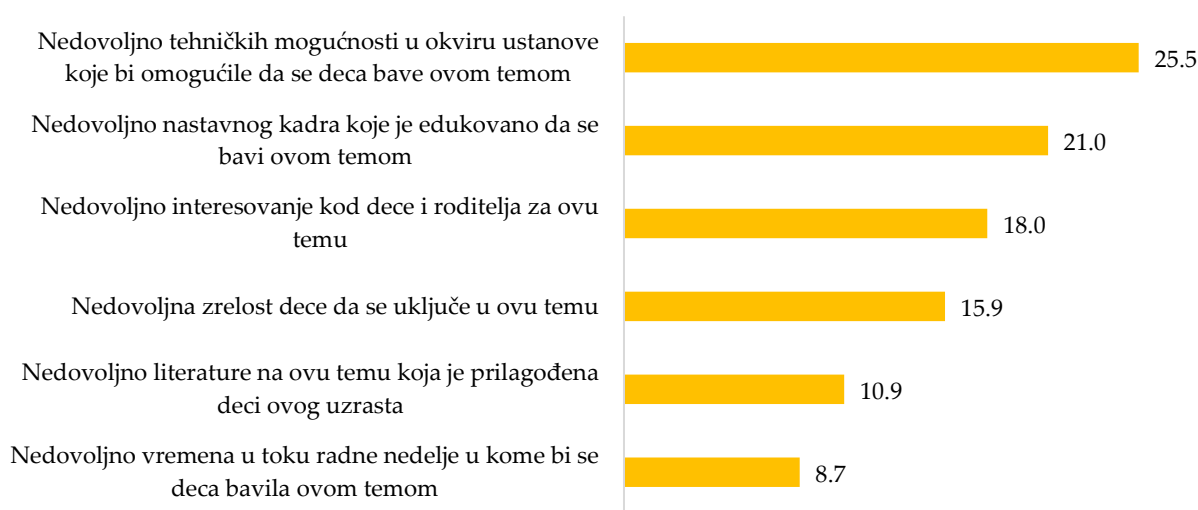
Grafikon 18. Na osnovu Vašeg iskustva, da li smatrate da postoji prostor za unapređenje edukacije dece po pitanju digitalne bezbednost kroz predškolske ustanove?, u %



Na grafikonu 19 moguće je videti distribuciju odgovora u pogledu glavnih prepreka za unapređenje edukacije dece po pitanju digitalne pismenosti u predškolskim ustanovama, prema mišljenju zaposlenih u ovim institucijama. Ispitanici su imali mogućnost da izaberu najviše dva odgovora za koje veruju da predstavljaju najveću prepreku. Pokazalo se da je

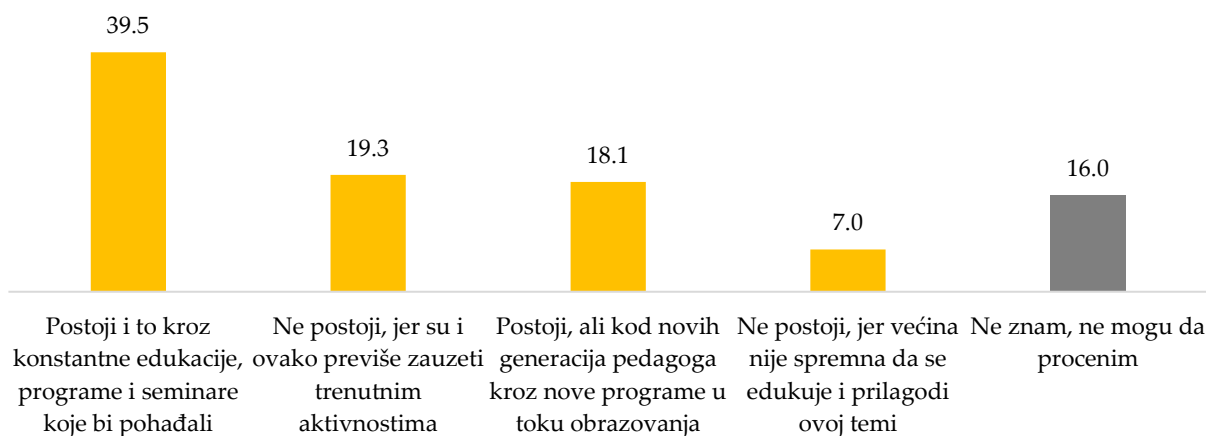
**nedovoljno tehničkih mogućnosti u okviru ustanove koje bi omogućile da se deca bave ovom temom prepoznat kao jedan od osnovnih problema koji onemogućavaju unapređenje edukacije dece po pitanju digitalne pismenosti u predškolskim ustanovama** – svaki četvrti ispitanik (25,5%) je naveo ovo kao jedan od svoja dva odgovora. Uz probleme tehničke prirode, **zaposleni na drugom mestu navode i nedostatak nastavnog kadra koji bi se na odgovarajući način bavio ovom temom (21%), kao i samo nedovoljno interesovanje roditelja i dece za ovu temu (18%).**

*Grafikon 19. Koje su, prema Vašem mišljenju, glavne prepreke za unapređenje edukacije dece po pitanju digitalne pismenosti u predškolskim ustanovama?, u %*



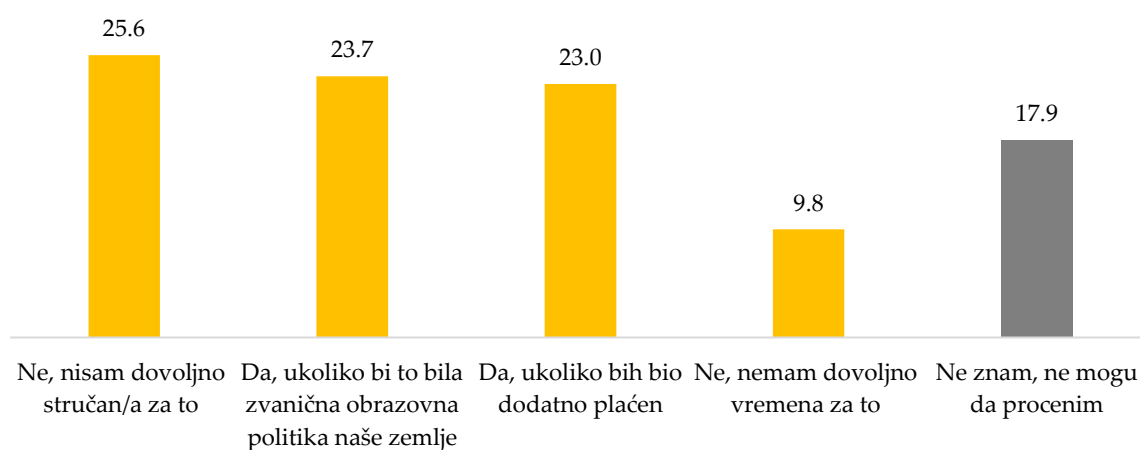
Sa druge strane, *zrelost dece da se uključe u ovu temu, nedostatak literature koja bi bila prilagođena deci i njihovom uzrastu, kao i nedovoljno vremena u toku radne nedelje za novu temu, nisu visoko na listi problema koji su prepreka za unapređenje edukacije dece po pitanju digitalne pismenosti u predškolskim ustanovama.* Ponovo se u pogledu sociodemografskih karakteristika ispitanika i odgovora koje daju na ovo pitanje ne izdvajaju značajne razlike, sem u pogledu problema vezanog za tehničke mogućnosti u okviru ustanove koje bi omogućile bavljenje temom medijske pismenosti. Naime, nijedan ispitanik koji je na poziciji direktora ustanove ovo nije naveo kao problem, to su dominantno vaspitači i ostali zaposleni.

Grafikon 20. Da li smatrate da postoji prostor za unapređenje edukacije vaspitačkog kadra po pitanju medijske pismenosti dece?, u %



**Skoro tri petine ispitanika (57,6%) slaže sa se idejom da postoji prostor za unapređenje edukacije vaspitačkog kadra po pitanju medijske pismenosti dece** – od toga njih 39,5% prostor pronalazi u konstantnim edukacijama, programima i seminarima za zaposlene, a 18,1% smatra da bi ovaj prostor trebalo potražiti kod novih generacija pedagoga kroz nove programe u toku obrazovanja – grafikon 20. Nasuprot ovoj grupi ispitanika, nalaze se oni koji je vide prostor za unapređenje vaspitačkog kadra – zbirno 26,3% ispitanih, od čega 19,3% razlog vidi u nedostatku vremena, a 7% u nespremnosti većine da se edukuje i prilagodi ovoj temi. Najzad, njih 16% ne može da se odluči.

Grafikon 21. Da li biste Vi lično, odnosno Vaša predškolska ustanova bili spremni da uzmete učešće u procesu edukacije predškolaca o medijskoj pismenosti?, u %



**Gotovo polovina ispitanih (46,7%) spremna je da uzme učešće u procesu edukacije predškolaca o medijskoj pismenosti** – od čega 23,7% je spremno ukoliko je to zvanična obrazovna politika Srbije, a 23% ukoliko bi za to bili dodatno plaćeni. Sa druge strane, svaki četvrti ispitanik ipak smatra da nije dovoljno stručan za to (25,6%), a još 9,8% njih ne

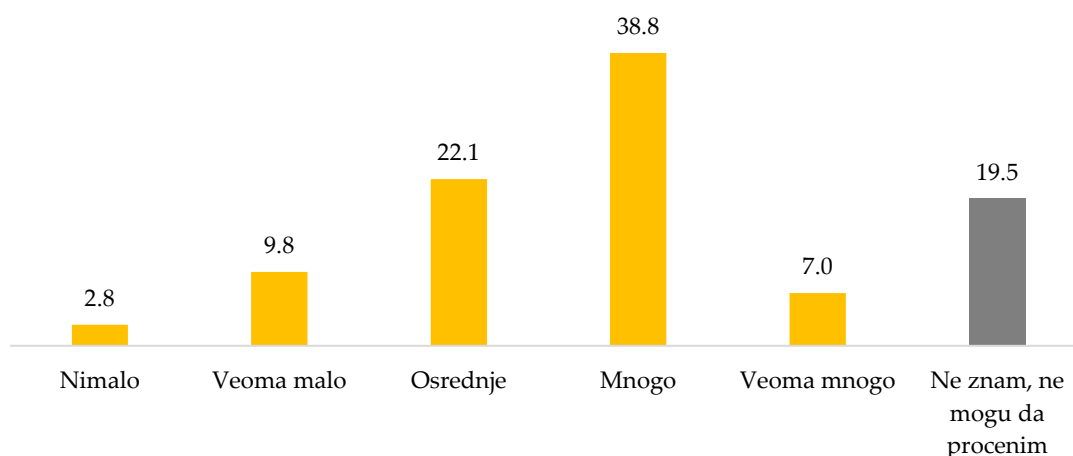
pronalaze vreme za to, što je zbirno 35,4% onih koji nisu spremni da učestvuju u procesu edukacije predškolaca o medijskoj pismenosti.

O spremnosti zaposlenih u predškolskim ustanovama da uzmu učešće u procesu edukacije predškolaca o medijskoj pismenosti nakon konferencije „Otvoreni mediji: medijska pismenost predškolaca“, koja je održana u Beogradu i Novom Sadu, prisutni ipak kažu da bi u svrhe edukacije predškolaca o medijskoj pismenosti iskoristili publikacije koje su dobili u toku konferencije – 81,5% učesnika bi iskoristilo materijal, a 18,5% priznaje da ne bi. Među onima koji kažu da ne bi iskoristili, navode se sledeći razlozi: „ništa mi ne znači“, nedostatak vremena, nisu prisutvovali konferenciji.

### 3 PREPORUKE UČESNIKA

Ukoliko imamo u vidu da je zbirno **45,8% ispitanika reklo da bi obrazovanju predškolaca mnogo ili veoma mnogo doprinelo uvođenje posebnog programa koji ima za cilj da ih upozna za medijskom pismenošću**, i još 22,1% koji su rekli da bi uvođenje posebnog programa osrednje doprinelo, dobijamo podatak da je **67,9% ispitanika manje ili više optimistično u ovom pogledu**. Suprotan stav ima 12,6% ispitanih, koji ne veruju da bi obrazovanju predškolaca doprinelo uvođenje posebnog programa koji ima za cilj da ih upozna za medijskom pismenošću, a svaki peti ne može da proceni.

*Grafikon 22. U kojoj meri bi obrazovanju predškolaca doprinelo uvođenje posebnog programa koji ima za cilj da ih upozna za medijskom pismenošću?, u %*

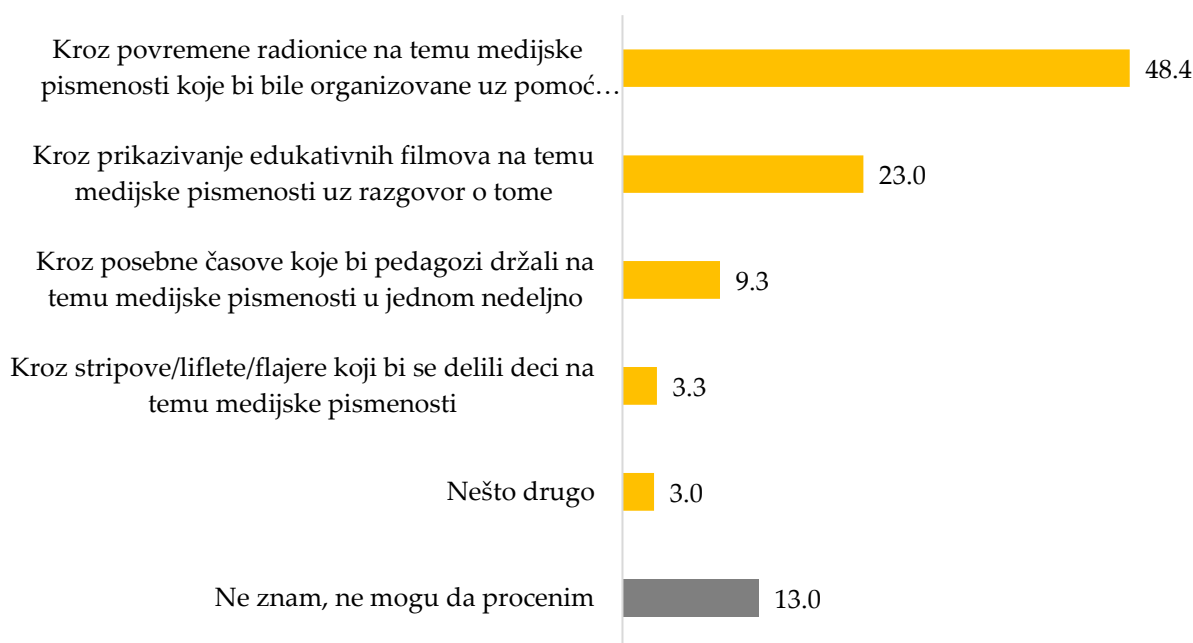


Ako izneti podatak imamo u vidu, i još ukoliko je reč o pojedincima koji rade sa decom predškolskog uzrasta na svakodnevnom nivou, onda je njihovo mišljenje o načinima za prezentaciju medijske pismenosti predškolcima od izuzetnog značaja. Mi smo pitali zaposlene u predškolskim ustanovama na koji način bi bilo najbolje uvesti medijsku pismenost u predškolske ustanove – grafikon 23.

**Gotovo svaki drugi zaposleni (48,4%) u predškolskim ustanovama veruje da su povremene radionice na temu medijske pismenosti koje bi bile organizovane uz pomoć**

**gostujućih stručnjaka jedno od najboljih rešenja kako bi se mogla uvesti medijska pismenost u predškolske ustanove.** Takođe, **nije zanemarljiv udeo ni onih koji smatraju da je prikazivanje edukativnih filmova na temu medijske pismenosti uz razgovor o tome jedan od efikasnih načina – 23%.** Sa druge strane, posebni časovi koje bi pedagozi držali na temu medijske pismenosti u jednom nedeljno nisu naišli na veliku podršku – tek svaki jedanaesti zaposleni se slaže sa ovom idejom kao najboljom. Pored toga, stripovi, lifleti i flajeri koji bi se delili deci na temu medijske pismenosti nisu prepoznati kao dobar način za uvođenje medijske pismenosti u predškolske ustanove.

*Grafikon 23. Prema Vašem pedagoškom iskustvu, na koji način bi bilo najbolje uvesti medijsku pismenost u predškolske ustanove?, u %*



Udeo ispitanika koji nisu mogli da procene koji je to najbolji način za uvođenje medijske pismenosti u predškolske ustanove je 13%, a tek 3% navelo je nešto drugo kao svoj odgovor. Među ovim odgovorima našli su se: edukativne predstave sa animatorima; grupne igre u okviru projekta, na primer, "Kako poruke putuju"; saradnja sa lokalnom sredinom poput posete nekoj od redakcija/ televizijskih kuća; zajedničke radionice i edukacija roditelja.

#### 4 REZIME I PREPORUKE

Iako zaposleni u predškolskim ustanovama za sebe kažu da su dobro informisani o dešavanjima u Srbiji, oni **ne veruju u to da mediji daju kompletan uvid u dešavanja oko nas i da podstiču kritičko mišljenje**, iz čega proizlazi i visok stepen nepoverenja u medije u Srbiji. **Okolo 15% respondenata kaže da ne koristi društvene mreže** i to su pre svega stariji ispitanici, među onima koji koriste društvene mreže, **najzastupljenija je upotreba YouTube-a** (72,7% često ili veoma često koristi ovu mrežu), **Facebook-a** (62,1%) i **Instagrama** (41,2%).

**Preko dve petine ispitanika koji rade sa decom predškolskog uzrasta (42,1%) zna da medijska pismenost podrazumeva sposobnost da se kritički analizira sadržaj predstavljen u medijima i utvrdi njihova tačnost ili verodostojnost.** Ipak, nalaz da preko polovine respondenata zapravo ne zna tačno šta podrazumeva medijska pismenost jasan je indikator da postoji veliki prostor za edukaciju zaposlenih u predškolskim ustanovama. Pokazuje se da je **ispitanicima najvažnije da provere širu sliku i kontekst koji stoji iza informacije.** *Veliki deo zaposlenih u predškolskim ustanovama, prema sopstvenim rečima, praktikuje radnje koje pomažu medijskoj pismenosti* (u proseku svaki deveti respondent nikada ne proverava izvor za medijski sadržaj, ne konsultuje druge izvore, ne proverava širu sliku i kontekst), **ali prostor za unapređenje postoji pre svega u frekventnosti provera informacija i sadržaja koje dolaze do njih** – prakse koje podrazumevaju medijsku pismenost trebalo bi da budu češće. **Svaki drugi zaposleni u predškolskoj ustanovi (51,9%) kaže da bi mu, bez obzira na profesionalno iskustvo, koristilo da ojača kritičko mišljenje prema medijskim sadržajima.**

Prema proceni zaposlenih u predškolskim ustanovama, **natpolovična većina predškolaca ima pristup internetu** (32,6% zaposlenih je reklo da preko polovine predškolaca ima pristup internetu), a **29,3% zaposlenih je reklo da gotovo svi njihovi predškolci koriste Internet.** Takođe, skoro **svaki četvrti zaposleni (24%) misli da svi predškolci sa kojima rade imaju pristup televiziji i video platformama.** Sa druge strane, oni koji rade sa decom u predškolskom sistemu obrazovanja smatraju da je situacija drugačija u pogledu društvenih mreža. Najveći broj ispitanih (25,3%) veruje da samo **mali broj predškolaca ima pristup društvenim mrežama sa svog naloga ili naloga svojih roditelja**, i to su Youtube i Tik Tok, dok su Instagram i Facebook mreže koje nisu popularne među predškolcima.

Na značaj pripremljenosti dece za korišćenje društvenih mreža posebno ukazuje podatak da zbirno čak **69,7% respondenata veruje da je uticaj društvenih mreža na predškolce štetan ili veoma štetan**, posebno jer oni koji rade sa decom u najvećem broju procenjuju (37,7%) da deca verovatno **bez nadzora roditelja i van predviđenih termina** imaju pristup televiziji ili onlajn video platformama. **Dominantna većina ispitanih (73,7%) veruje da postoji manji ili veći prostor za poboljšanje pripremljenosti dece za korišćenje društvenih mreža.**

Ipak, u pogledu izloženosti sadržajima koji nisu primereni njihovom uzrastu, **najveći broj onih koji rade sa predškolicima ne može da proceni da li su predškolci izloženi sadržajima neprimerenim njihovom uzrastu** (41,9%). Među onima koji smatraju da imaju uvid u sadržaje kojima su predškolci izloženi, **najzastupljeniji je odgovor da je preko polovine predškolaca izložen audio-vizuelnom sadržaju koji nije primeren njihovom uzrastu** (21,9%). U skladu sa prethodnim odgovorima, ne iznenađuje ni podatak da zbirno 44,4% zaposlenih u predškolskim ustanovama veruje da **roditelji veoma malo ili malo vode računa o medijskom obrazovanju dece, digitalnoj bezbednosti i njihovom ponašanju na društvenim mrežama**.

Na osnovu nalaza do koji smo došli, ***pokazuje se da su mogućnosti uvođenja medijske pismenosti u predškolske ustanove velike***. Naime, **65,8% ispitanika kaže da se do sada nisu u predškolskoj ustanovi bavili pitanjem medijske pismenosti**, a oni koji rade sa decom (zbirno 72,6%) se **slažu da sa decom treba raditi na temu medijske pismenosti**. Veoma je važna procena osoba koji rade sa predškolskom decom da **postoji prostor za unapređenje edukacije dece po pitanju digitalne bezbednost kroz predškolske ustanove** – ovo nam je zbirno reklo čak 62,1% ispitanika (od čega 39,5% smatra da ovaj prostor nije tako veliki, a 22,6% da je prostor za unapređenje veliki). *Direktori predškolskih ustanova su skloniji da daju odgovor da je ovaj prostor izuzetno veliki, a vaspitači da određeni prostor postoji ali u maloj meri*.

Pokazalo se da je **nedovoljno tehničkih mogućnosti u okviru ustanove koje bi omogućile da se deca bave ovom temom prepoznat kao jedan od osnovnih problema koji onemogućavaju unapređenje edukacije dece po pitanju digitalne pismenosti u predškolskim ustanovama** – svaki četvrti ispitanik (25,5%) je naveo ovo kao jedan od svoja dva odgovora. Uz probleme tehničke prirode, **zaposleni na drugom mestu navode i nedostatak nastavnog kadra koji bi se na odgovarajući način bavio ovom temom** (21%), kao i **samo nedovoljno interesovanje roditelja i dece za ovu temu** (18%).

**Skoro tri petine ispitanika (57,6%) slaže sa se idejom da postoji prostor za unapređenje edukacije vaspitačkog kadra po pitanju medijske pismenosti dece** – od toga njih 39,5% prostor pronalazi u *konstantnim edukacijama, programima i seminarima za zaposlene*, a 18,1% smatra da bi ovaj prostor trebalo potražiti kod novih generacija pedagoga kroz nove programe u toku obrazovanja. Među onima koji ne dele ovaj stav, razlozi su pre svega u nedostatku vremena, a u malom broju slučajeva u nespremnosti većine da se edukuje i prilagodi ovoj temi. **Gotovo polovina ispitanika (46,7%) spremna je da uzme učešće u procesu edukacije predškolaca o medijskoj pismenosti** – od čega 23,7% je spremno ukoliko je to zvanična obrazovna politika Srbije, a 23% ukoliko bi za to bili dodatno plaćeni. Takođe, skoro svaki drugi zaposleni (48,4%) u predškolskim ustanovama veruje da su **povremene radionice na temu medijske pismenosti koje bi bile organizovane uz pomoć gostujućih stručnjaka jedno od najboljih rešenja** kako bi se mogla uvesti medijska pismenost u predškolske ustanove.

Takođe, nije zanemarljiv udeo ni onih koji smatraju da je **prikazivanje edukativnih filmova na temu medijske pismenosti uz razgovor o tome jedan od efikasnih načina** (23%).

***Odrastanje u digitalnom dobu ne znači nužno da pojedinci poseduju veštine za ravnopravnu i kompleksnu građansku participaciju u XXI veku. Stoga bi trebalo raditi na razvijanju ovih veština, posebno u pogledu medijske pismenosti, još kod dece u najmlađe uzrastu.***

**Na osnovu predstavljenog istraživanja moguće je izlistati sledeće preporuke za uvođenje programa medijske pismenosti u predškolske ustanove:**

- *Zaposlene u predškolskim ustanovama bi trebalo dodatno obučiti o samom konceptu medijske pismenosti – kroz brošure, seminare, obuke, stručne saradnike i sl.;*
- *Neophodno je paralelno raditi sa roditeljima, vaspitačima i sa predškolicima, te podsticati komunikaciju između ovih aktera u svim pravcima, kao i samo interesovanje za ovu temu;*
- *Uvesti nastavnu jedinicu medijske pismenosti kao obavezne u nastavni plan i program za predškolsko obrazovanje - zvanična obrazovna politika Srbije se pokazuje kao najveći motivator (pored novčanih naknada) za zaposlene u predškolskim ustanovama;*
- *Podsticati vaspitački kadar da dobiju bolji uvid (dodatnim razgovorima sa decom) u frekventnost i način korišćenja digitalne tehnologije od strane predškolaca, kao i u sadržaj kojem deca pristupaju – na taj način će vaspitačko osoblje imati bolji uvid u potrebe predškolaca i pravac u kojem treba govoriti o medijskoj pismenosti, a više znanja i informacija omogućiće i bolju komunikaciju i saradnju sa roditeljima;*
- *Poželjno je raditi na unapređenju tehničkih mogućnosti u okviru ustanove koje bi omogućile da se deca bave ovom temom;*
- *Poželjno je povremeno organizovati (zajedničke) radionice za roditelje i vaspitače na temu medijske pismenosti koje bi bile uključile gostujuće stručnjake;*
- *Poželjno je povremeno organizovati prikazivanje edukativnih filmova na temu medijske pismenosti uz obaveznu diskusiju nakon filma, nakon čega bi i roditelji i zaposleni poneli sa sobom jak utisak o značaju razvijanja veština medijske pismenosti kod dece.*



Ova studija je pripremljena uz finansijsku podršku Evropske unije i Saveta Evrope, kroz zajednički program „Horizontal Facility za Zapadni Balkan i Tursku“. Studija je razvijena u okviru projekta „Sloboda izražavanja i medija u Srbiji (JUFREX)“ (2019-2022) i objavljena u okviru projekta „Zaštita slobode izražavanja i medija u Srbiji (PROFREX)“ (2023-2026). Sadržaj je isključiva odgovornost autorke i ni u kom slučaju ne predstavlja zvanične stavove Evropske unije ni Saveta Evrope.

Zajednički program Evropske unije i Saveta Evrope „Horizontal Facility za Zapadni Balkan i Tursku“ (Horizontal Facility III) je inicijativa za saradnju, koja traje od 2023. do 2026. godine. U okviru programa aktivnosti će se sprovoditi u Albaniji, Bosni i Hercegovini, na Kosovu\*, u Crnoj Gori, Severnoj Makedoniji, Srbiji i Turskoj. Pod okriljem programa se pruža podrška korisnicima u ispunjavanju reformskih agendi u oblastima ljudskih prava, vladavine prava i demokratije i usklađivanju sa evropskim standardima, što je prioritet u procesu proširenja EU.

Projekat „Zaštita slobode izražavanja i medija u Srbiji (PRO-FREX-S)“ omogućava institucijama korisnicima i organizacijama civilnog društva u Srbiji da napreduju ka ispunjavanju svojih reformskih agendi u oblasti slobode izražavanja i slobode medija, u skladu sa evropskim standardima. Cilj projekta je da doprinese unapređenom okruženju za realizaciju prava na slobodu izražavanja, posebno od strane novinara i medijskih aktera, u pluralističijem i bezbednijem medijskom okruženju, i u skladu sa standardima koji su postavljeni u skladu sa članom 10 Evropske konvencije o ljudskim pravima.

\*Ovaj naziv je bez prejudiciranja statusa i u skladu je sa Rezolucijom Saveta bezbednosti Ujedinjenih nacija 1244 i mišljenjem Međunarodnog suda pravde o Deklaraciji o nezavisnosti Kosova.

SRP

Zemlje članice Evropske unije su odlučile da udruže svoja znanja, resurse i sudbine. Zajedno su izgradile stabilno okruženje, demokratiju i održivi razvoj zadržavajući kulturnu raznolikost, toleranciju i individualne slobode. Evropska unija je posvećena deljenju svojih dostignuća i vrednosti sa zemljama i narodima van svojih granica.

[www.europa.eu](http://www.europa.eu)

Savet Evrope je vodeća organizacija za ljudska prava na kontinentu. Obuhvata 46 država, uključujući sve članice Evropske unije. Sve države članice Saveta Evrope potpisale su Evropsku konvenciju o ljudskim pravima, sporazum čiji je cilj zaštita ljudskih prava, demokratije i vladavine prava. Evropski sud za ljudska prava nadgleda primenu Konvencije u državama članicama.

[www.coe.int](http://www.coe.int)

Sufinansira  
Evropska unija



COUNCIL OF EUROPE



Sufinansira i sprovodi  
Savet Evrope