

**Iskustva i nove mogućnosti  
za implementaciju medijske  
i informacione pismenosti  
u osnovne i srednje škole  
u Srbiji**

Dubravka Valić Nedeljković, Milica Janjatović Jovanović





Ovo istraživanje je napravljeno uz finansijsku podršku Evropske unije. Sadržaj istraživanja je isključivo odgovornost partnera projekta "Mediji za građane – građani za medije" i autorki i ni pod kojim okolnostima se ne može smatrati da odražava stavove Evropske unije.

Naslov: Iskustva i nove mogućnosti za implementaciju medijske i informacione pismenosti u osnovne i srednje škole u Srbiji

Izdavač: Novosadska novinarska škola, Kosovska 1, 21000 Novi Sad, Srbija (<http://www.novinarska-skola.org.rs>)

Edicija: Medijske reference

Urednica edicije: Dubravka Valić Nedeljković

Za izdavača: Milan Nedeljković

Autorke: Dubravka Valić Nedeljković, Milica Janjatović Jovanović, Brankica Petković, Sandra Bašić Hrvatinić

Izvršna urednica izdanja za Srbiju: Milica Janjatović Jovanović

Urednica regionalnog izdanja: Brankica Petković

Prevod: Milica Janjatović Jovanović i Stefan Janjić

Lektura: Jelena Jovović

Dizajn: Slaviša Starčev

Prelom i priprema: Stefan Janjić

Štampa: SZR „Maxima-graf“ Petrovaradin

CIP/ISBN

978-86-919463-7-1

**Iskustva i nove mogućnosti  
za implementaciju medijske  
i informacione pismenosti  
u osnovne i srednje škole  
u Srbiji**

**Mediji za građane – građani za medije** je projekat sedam organizacija za razvoj medija na Zapadnom Balkanu (**Fondacija „Media-centar“, Albanski medijski institut, Makedonski institut za medije, Institut za medije Crne Gore, Novosadska novinarska škola, Mirovni institut, SEENPM**), koji je usmeren ka izgradnji kapaciteta organizacija civilnog društva za unapređenje medijske i informacione pismenosti (MIP). Media for Citizens – Citizens for Media

**„Mediji za građane – građani za medije“**

[www.seenpm.org](http://www.seenpm.org)

<https://www.facebook.com/seenpm.org/>

@SEENPM\_org

**[www.cimusee.org](http://www.cimusee.org)**

**<https://www.facebook.com/CIMUSEE/>**

@CIMU\_SEE

Za sve informacije o projektu, možete nas kontaktirati na **[admin@seenpm.org](mailto:admin@seenpm.org)** i **[office@novinarska-skolaorg.rs](mailto:office@novinarska-skolaorg.rs)**



# Sadržaj

Predgovor	9
1. UVOD: svest o potrebi medijskog opismenjavanja i dalje u Srbiji nema opštu rasprostranjenost	11
1.1. ISTRAŽIVANJA O MEDIJSKOJ I INFORMACIONOJ PISMENOSTI U SRBIJI	12
1.2. INICIJATIVE DRŽAVE	13
1.3. INICIJATIVE ORGANIZACIJA CIVILNOG DRUŠTVA	14
2. O OVOM ISTRAŽIVANJU	15
3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	18
3.1. STRATEŠKI IZAZOVI ZA IMPLEMENTACIJU MEDIJSKE I INFORMACIONE PISMENOSTI U SISTEM OBRAZOVANJA	18
3.1.1. IZBORNI PROGRAM JEZIK, MEDIJI I KULTURA	18
3.1.2. KAPACITETI PROSVETNIH RADNIKA ZA PREDAVANJE PROGRAMA KOJI OBRAĐUJU TEME MEDIJSKE I INFORMACIONE PISMENOSTI	19
3.1.3. KAPACITETI UČENIKA ZA UČEŠĆE U PROGRAMU MEDIJSKOG OPISMENJAVANJA	21
3.2. OBRAZOVANJE PROSVETNIH RADNIKA U OBLASTI MEDIJSKE I INFORMACIONE PISMENOSTI	22
3.2.1. STAVOVI UČENIKA O KOMPETENCIJAMA SVOJIH PROFESORA	22
3.2.2. STAVOVI PROFESORA O SOPSTVENIM KOMPETENCIJAMA I O KOMPETENCIJAMA KOLEGA	25
3.2.3. PODIZANJE PROFESIONALNIH KOMPETENCIJA PROSVETNIH RADNIKA	27
3.3. PODIZANJE SVESTI PROSVETNIH RADNIKA O ZNAČAJU UVOĐENJA MEDIJSKE PISMENOSTI U ŠKOLE	28
3.4. UTICAJ NAČINA KOMUNIKACIJE NA OBRAZOVANJE	29
3.4.1. ŠTA NAM GOVORE MEDIJSKE NAVIKE UČENIKA?	29
3.4.2. KOMUNIKATIVNE I MEDIJSKE NAVIKE UČENIKA	30
3.5. TUMAČENJE MEDIJSKIH SADRŽAJA I OBRAZOVANJE	31
4. ZAKLJUČAK	33

5. PREPORUKE	35
6. IZVORI	37
7. STRUČNA I NAUČNA LITERATURA	38
1. Uvod	43
Mapiranje sveta	46
Križa sistema koji se odupire reformi	49
Kult informacije	53
Medijska i informaciona pismenost – odgovornost države	56
O ovom regionalnom istraživanju	62
Strateški rad i aktivnosti državnih organa	67
Obrazovni sistem	69
Civilno društvo	72
Mediji, filmska industrija i industrija informaciono-komunikacione tehnologije	73
Istraživanja o medijskoj i informacionoj pismenosti	75
Zaključak	76
Bibliografija	79
O autorkama:	82



# Predgovor

Značaj medijske i informacione pismenosti (MIP) prepoznat je pre nekoliko decenija, međutim potraga za adekvatnim načinom za njeno postizanje traje jednako dugo, što ujedno predstavlja i svedočenje o kompleksnosti samog poduhvata medijskog opismenjavanja građana. Inicijative se pojavljuju u međunarodnim dokumentima, u državnim zakonima i strategijama, MIP takođe predstavlja i fokus delovanja brojnih nevladinih organizacija. Ipak, ono što se ističe kao opšti fenomen u ovoj oblasti predstavlja nedostatak sistemskog rešenja. Nedostatak sistematičnosti delimično je posledica specifičnosti oblasti u kojoj je potrebno opismentiti građane. Naime, pod medijskim sektorom danas podrazumevamo formate koji svojom specifičnošću produkuju poruke koje u različitim oblicima stižu do publike i samim tim ostvaruju višestruk uticaj. Forma komunikacije u značajnoj meri utiče na sadržaj poruke koja se prenosi. Iz tog razloga bi sveobuhvatno proučavanje medijskih poruka zahtevalo usmereno tematsko obrazovanje isključivo u toj oblasti, što je nemoguće ukoliko govorimo o oblasti osnovnoškolskog i srednjoškolskog obrazovanja, kao i o oblasti celoživotnog učenja.

Značajan uzrok nedostatka sistematičnosti u oblasti implemntacije MIP može se prepoznati i u tome što je medijsko opismenjavanje neophodno svima do kojih dopiru medijske poruke, što znači da je medijsko opismenjavanje postalo imperativ za gotovo sve građane i građanke. Različiti metodološki pristupi različitim ciljnim grupama predstavljaju poseban izazov na koji i dalje ne postoji adekvatan odgovor.

Rezultati istraživanja na temu medijske pismenosti rađenih na teritoriji Srbije u prethodnih nekoliko godina mogu se formulisati u zaključku da bi medijsko opismenjavanje trebalo da prati sve nivoe formalnog obrazovanja. Na taj način bi se delimično odgovorilo na izazov sistemskog uređenja oblasti medijskog opismenjavanja, kojim bi se vremenom smanjivala populacija medijski nepismenih građana i gradjanki.

U pokušaju da se makar delimično rasvetli situacija u oblasti uvođenja MIP u sistem redovnog obrazovanja, ovo istraživanje rađeno u okviru projekta "Mediji za građane, građani za medije" formulisano je tako da ispita iskustva i nove mogućnosti za uvođenje medijske i informacione pismenosti u osnovne i srednje škole u Srbiji. i predstavlja sastavni deo regionalnog istraživanja o medijskoj pismenosti sprovedenog u pet zemalja učesnica u ovom projektu - Albaniji, Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori, Makedoniji i Srbiji.

Medijska pismenost se još od 2005. godine nalazi u obrazovnom planu i programu, i to u sklopu tri nastavne jedinice Građanskog vaspitanja, koje je izborni predmet i Maternjeg jezika, kao obaveznog predmeta, a kao izuzetno značajan pomak ističe se uvođenje izbornog programa *Jezik, mediji i kultura* od školske 2018/2019 namenjenog đacima koji pohađaju gimnazije. Iako se tokom implementacije ovog programa javljaju mnogobrojni izazovi – neadekvatno obrazovanje nastavnika za sprovođenje programa, nedostatak radnih materijala, nejednak nivo tehničke opremljenosti škola (da navedemo samo neke) i dalje je značajno što se ovakva inicijativa pojavila, jer to podrazumeva i mogućnost za unapređenje. Već sama konstatacija prosvetnih radnika da je prvi korak bio i najznačajniji, jer se od nečega moralo krenuti, dovoljno svedoči o tome da je trenutnom sistemu obrazovanja reforma neophodna. Zahtev učenika da se nastava digitalizuje, kao i da nastavnici obrate pažnju na njihovu potrebu da sa nekim razgovaraju o značajnim društvenim pitanjima o kojima se informišu prvenstveno putem medija dodatno ukazuju na hitnost sprovođenja tih reformi. Preporuke predstavljene na kraju istraživanja formulisane su na osnovu razgovora sa prosvetnim radnicima i učenicima o njihovim potrebama, iskustvima i stavovima kada je u pitanju sistemska implementacija MIP i svakako predstavljaju značajan doprinos ubrzanju i kvalitetnijem sprovođenju reformi sistema obrazovanja.

Istraživanje "Iskustva i nove mogućnosti za implementaciju medijske i informacione pismenosti u osnovne i srednje škole u Srbiji" sprovedeno je u sklopu regionalnog projekta "Mediji za građane – građani za medije: Jačanje kapaciteta nevladinih organizacija za razvoj medijske i informacione pismenosti na Zapadnom Balkanu", koji, uz podršku Evropske unije, implementiraju partnerske organizacije: Mediacentar Sarajevo, Albanski medijski institut, Makedonski institut za medije, Institut za medije Crne Gore, Novosadska novinarska škola, Mirovni Institut, SEENPM.

U drugom delu publikacije prikazan je regionalni pregled istraživanja sprovedenih u pet zemalja koje učestvuju u ovom projektu. Regionalni pregled nedvosmisleno ukazuje na to da je MIP u svakoj državi prepoznata kao neophodnost, pre svega u kontekstu očuvanja demokracije društva. Međutim, najveći izazov za svaku od pomenutih država predstavlja ujedinjenje svih aktera koji se bave medijskom i informacionom pismošću radi pronalaženja sistemskog rešenja. Ukoliko se ovaj izazov ne prevaziđe domaći akteri će biti znatno ograničeni, a njihov rezultat poništen sveopštom neefikasnošću.

Zaključak do kog su došle autorke regionalnog pregleda daje dodatnu dimenziju zaključcima i preporukama izvedenim tokom ovog istraživanja. Imajući to na umu, ono će biti predstavljeno odgovornim institucijama radi postizanja krajnjeg cilja, a to su medijski pismeni učenici kao i prosvetnim radnicima kojima će koristiti kao model bolje prakse.

Novosadska novinarska škola  
15.03.2019.

# 1. UVOD: svest o potrebi medijskog opismenjavanja i dalje u Srbiji nema opštu rasprostranjenost

„Nastavnici moraju da menjaju koncept rada u potpunosti, njih ne treba da plaši da mogu učenici nekad da znaju više od njih, a sad je često tako.”

„Prosto nastavnik više nije nosilac informacije, on samo treba da nauči učenike kako da uče.”

(prosvetni radnici, učesnici u fokus grupama)

Proces podizanja nivoa medijske i informacione pismenosti (MIP) građana i građanki u Srbiji odvija se na nekoliko nivoa, a najčešće kroz projektne aktivnosti organizacija civilnog društva (OCD). Većina ovih aktivnosti koje imaju MIP u fokusu imaju najmlađi sloj populacije za ciljnu grupu. Akcenat na najmlađima ima smisla utoliko pre što se kao ključna stavka medijskog opismenjavanja ističe sposobnost kritičkog analiziranja medijskih sadržaja, a najlakše i najproduktivnije je način mišljenja oblikovati u najranijem periodu života. Kako i dalje ne postoji sistemski rešeno pitanje adekvatne edukacije u oblasti razumevanja načina funkcionisanja medija, kao i poruka koje nam se putem medija šalju, svaka inicijativa i aktivnost nevladinih organizacija su dobrodošli. Ipak, disperzivnost akcija OCD-a, koje ostaju bez jedinstvenog fokusa, posledica je relativne ograničenosti projektne aktivnosti, koja utiče na to da svest o potrebi medijskog opismenjavanja i dalje nema opštu rasprostranjenost. Analizom dosadašnjih aktivnosti OCD-a

mogu se izvesti sledeći zaključci:

- neophodno je putem medija unapređivati svest o značaju medijskog opismenjavanja stanovništva kako bi se doprlo do što većeg broja građana i građanki;
- trebalo bi nastaviti sa zagovaranjem sistemskog uvođenja MIP u osnovne i srednje škole, iako je uočen izvestan pomak u oblasti obrazovanja;
- trebalo bi akcenat staviti na adekvatnu edukaciju nastavnog kadra u oblasti MIP.

## 1.1. ISTRAŽIVANJA O MEDIJSKOJ I INFORMACIONOJ PISMENOSTI U SRBIJI

Poslednjih nekoliko godina urađeno je više istraživanja o MIP. U ovim istraživanjima pristupljeno je problemu MIP na nekoliko različitih načina, a samim tim dobijeni su sveobuhvatniji rezultati koji mogu poslužiti kao polazna osnova u daljem rasvetljavanju medijskog opismenjavanja stanovništva<sup>1</sup>. Ovim istraživanjima obuhvaćene su četiri oblasti:

- komunikacione potrebe učenika i nastavnika;
- način na koji bi trebalo sprovesti implementaciju MIP u škole;
- trenutni nivo MIP građana i građanki Srbije;
- nivo svesti o potrebi za sveobuhvatnim medijskim opismenjavanjem.

Osnovni zaključci ovih istraživanja jesu da u Srbiji postoji prividna medijska pismenost, kao i da je neophodno medijsko opismenjavanje svih slojeva stanovništva. Jedna od glavnih preporuka je da bi mediji trebalo da preuzmu aktivnu ulogu u procesu uvođenja medijske i informacione pismenosti u sistem obrazovanja.<sup>2</sup> Kada se radi o komunikativnim potrebama dece, primetno je da se njihova interesovanja polako prebacuju u virtualnu sferu, kao i da su mnogo više zainteresovani za rešavanje problema i izazova ukoliko se oni nalaze u digitalnoj sferi. Većina nastavnika primećuje da su generalno edukativni materijali i didaktička sredstva zastareli, kao i da je neophodna sistemaska reforma kako bi se i medijska i informaciona pismenost na adekvatan način implementirale u obrazovanje. Učenici takođe primećuju

---

<sup>1</sup> Istraživanja su sprovodili: Filozofski fakultetu u Novom Sadu, Filozofski fakultetu u Nišu, Medija centar Niš i BIRODI.

<sup>2</sup> Stamenković, S: 2013.

da se o medijima ne govori dovoljno. Istovremeno učenici imaju potrebu da u okviru nastave komentarišu medijske sadržaje.<sup>3</sup>

## 1.2. INICIJATIVE DRŽAVE

U proteklih nekoliko godina državna administracija je kreirala značajna dokumenta u kojima je prepoznata važnost reforme obrazovanja u Srbiji koja uključuje i prepoznavanje značaja MIP. Reforme se sprovode od školske 2018/2019. godine. Medijska i informaciona pismenost se spominje u *Strategiji razvoja sistema javnog informisanja* i u *Strategiji razvoja obrazovanja u Srbiji do 2020*. U ovim dokumentima navodi se medijsko opismenjavanje dece kao jedan od ciljeva, koji bi trebalo da se ostvari transformacijom biblioteka u medijateke, koje bi pružale mogućnost za sticanje novih znanja iz oblasti medija.<sup>4</sup>

Ministarstvo kulture i informisanja sazvalo je nacionalne konsultacije sredinom 2018. godine kako bi okupilo sve aktere koji se bave medijskom pismenošću u Srbiji, sa krajnjim ciljem da se identifikuju modeli dobre prakse koji bi bili sastavni deo strategije za sistematsko uvođenje medijske pismenosti u osnovne i srednje škole. Naredni korak u aktivnostima Ministarstva bio je formiranje radne grupe za pripremu kurikuluma za MIP, koja je počela sa radom u decembru 2018. godine.

Obrazovnim reformama je od školske 2018/2019 godine uveden program *Jezik, mediji i kultura* koji đaci mogu da izaberu u prvoj godini gimnazije<sup>5</sup>. Cilj učenja izbornog programa *Jezik, mediji i kultura* je da doprinese unapređivanju komunikacijskih veština, razvoju medijske kulture i usvajanju kulturnih obrazaca koji će učeniku omogućiti snalaženje u savremenom svetu, izgradnju identiteta i dalji profesionalni razvoj. Ukupan fond časova u toku školske godine je 37.<sup>6</sup>

---

3 Valić Nedeljковиć, Bala, Geler:2016.

4 Pionir u ovom polju, pre definisanja strategije bila je OCD Biblioteka plus, koja je realizovala projekat Internet. Fokus projekta je upravo bio na transformaciji biblioteka u infoteke, čime bi kreativnost bila ispoljavana kroz predstavljanje lekcija u drugačijem medijskom formatu.

5 U Srbiji trenutno postoje 133 gimnazije.

6 Nakon prvog polugodišta bi bilo dobro uraditi presek stanja, kako bi se videlo koje su prednosti, a koje mane uvedenog programa.

## 1.3. INICIJATIVE ORGANIZACIJA CIVILNOG DRUŠTVA

Nevladine organizacije različitih provenijencija bave se medijskim opismenjavanjem na nekoliko načina organizujući:

- seminare stručnog usavršavanja za nastavnike,<sup>7</sup>
- radionice, kampove i festivale za đake,<sup>8</sup>
- kurseve za srednjoškolce i studente,<sup>9</sup>
- medijsku produkciju.<sup>10</sup>

Akcije nevladinog sektora najviše su usmerene prema alternativnim edukativnim aktivnostima sa različitim pristupima. Ovakvi vidovi neformalnog obrazovanja mogu poslužiti kao model za kreiranje plana i programa formalnog obrazovanja iz oblasti MIP na svim nivoima. Osim samih programa, rad nevladinog sektora je značajan i zbog baze eksperata iz oblasti MIP. Ono što nedostaje akterima koji se bave medijskom i informacionom pismenošću u Srbiji jeste umreženost koja bi omogućila jednostavan uvid i pregled aktivnosti, kao i razmenu iskustava. Pretpostavka je da bi se formiranjem koalicije eksperata obezbedio i kvalitetniji rad na medijskom opismenjavanju stanovništva. Pošto su pokrenute državne inicijative za uvođenje MIP u sisteme redovnog školovanja, savetodavna uloga nevladinog sektora bi mogla biti faktor ujedinjenja eksperata na zajedničkom zadatku. Svoju ulogu edukatora u oblasti neformalnog obrazovanja NVO bi mogle da zadrže i nakon formalnog uvođenja MIP u sistem obrazovanja, s obzirom na to da se radi o oblasti koja se svakodnevno menja u zavisnosti od smera razvoja informacionih tehnologija i društvenih trendova. Fleksibilnost projektnih aktivnosti bi mogla da bude dobra dopuna formalnoj nastavi na svim nivoima školovanja. Novosadska novinarska škola (NNS), kao jedna od najiskusnijih OCD u Srbiji u oblasti MIP svoje aktivnosti usmerava ka uvođenju prakse medijske i informacione pismenosti u postojeće sisteme osnovnog i srednjeg obrazovanja kao oblika funkcionalne pismenosti građana i građanki u demokratskom društvu 21. veka. Iskustvo predavača i nastavnika koji pohađaju MIP seminare u organizaciji NNS-a pokazuju neophodnost sistematičnog rada sa nastavnicima, kao i širenje svesti o neophodnosti obuke u ovoj oblasti.

<sup>7</sup> Novosadska novinarska škola, Biblioteka plus.

<sup>8</sup> Novosadska novinarska škola, Biblioteka plus, ASMEDI.

<sup>9</sup> Centar za marginu.

<sup>10</sup> TV serija „U mreži“ koju je kreirala Share fondacija jeste primer kvalitetne produkcije kako tehnički, tako i sadržajem. Kako je potvrđeno istraživanjima (Valić Nedeljković i sar. 2016), današnja omladina i dalje provodi dosta vremena ispred televizijskih ekrana, iz tog razloga ne bi trebalo zanemariti ni taj segment medija, prilikom implementacije MIP na širem nivou.

## 2. O OVOM ISTRAŽIVANJU

Pregledom dosadašnjih aktivnosti u oblasti MIP u Srbiji, kao i na osnovu dugogodišnjeg iskustva NNS-a u ovoj oblasti može se pretpostaviti da bi uvođenje MIP u sistem obrazovanja trebalo sprovesti na sistematičan način, te da seminari stručnog usavršavanja nisu adekvatan odgovor na edukativne, metodičke i didaktičke potrebe prosvetnih radnika. Takođe, pretpostavka je i da komunikacijski jaz između prosvetnih radnika i učenika nastaje kao rezultat: a) digitalne pismenosti učenika, isključivo sa tehnološkog aspekta bez razumevanja medijskih sadržaja koji putem digitalnih tehnologija do njih stižu; b) digitalne nepismenosti prosvetnih radnika koja ih sprečava da ostvare komunikaciju sa učenicima kako bi radili analizu sadržaja za koju učenici nisu kompetentni. S namerom da se pruži adekvatan odgovor na formulisane pretpostavke, istraživanje o izazovima za implementaciju medijske i informacione pismenosti u sistem obrazovanja, koje smo sproveli u okviru projekta „Mediji za građane, građani za medije“ vođeno je sledećim opštim istraživačkim pitanjima:

*Pred kojim izazovima se nalazi sistem obrazovanja u situaciji uvođenja medijske i informacione pismenosti kao segmenta redovne nastave?*

*Koji su adekvatni odgovori na edukativne potrebe prosvetnih radnika u oblasti medijske i informacione pismenosti?*

*Koji je najbolji način da se prevaziđe komunikacijski jaz između prosvetnih radnika i učenika uzrokovan različitim komunikativnim navikama ovih grupa?*

*Da li prosvetni radnici i učenici prepoznaju korist od uvođenja medijske i informacione pismenosti u sistem redovnog obrazovanja?*

Ciljevi ovog istraživanja bili su ispitivanje dosadašnjih iskustava i razmatranje predloga za implementaciju MIP u sistem obrazovanja, zatim ustanovljavanje nivoa trenutnih kompetencija prosvetnih radnika za edukaciju učenika u oblasti MIP, kao i ispitivanje komunikativnih i medijskih navika učenika.

U okviru postojećih projektnih aktivnosti NNS-a pokazalo se da je dijalog sa decom jedan od najboljih metodoloških

pristupa za bolje razumevanje njihovih komunikativnih potreba, kao i njihove sposobnosti za kritičko razumevanje medijskih sadržaja. Iz tog razloga je odlučeno da se ovo istraživanje u okviru regionalnog projekta „Mediji za građane, građani za medije“ primarno sprovede uz primenu fokus grupa sa učenicima i prosvetnim radnicima osnovnih i srednjih škola iz Srbije. Učesnici fokus grupa<sup>11</sup> su imali mogućnost da iznesu svoje stavove i iskustva u dosadašnjem radu kao i da u interakciji i razmeni mišljenja dođu do zajedničkih preporuka za budućnost.<sup>12</sup>

Elektronski upitnik kojim su prikupljeni podaci o medijskim navikama učenika poslužio je kao dopuna fokus grupama.<sup>13</sup>

Takođe, istraživanje je metodološki obuhvatilo i pregled i analizu akademske i stručne literature, strateških dokumenata, zakona, kao i aktivnosti organizacija civilnog društva koji obrađuju problem medijske i informacione pismenosti. Učesnici fokus grupa su selektovani na osnovu njihove direktne zainteresovanosti za problem implementacije MIP u sistem obrazovanja, ali i njihove direktne uključenosti u sam proces realizacije implementacije. Iskustva i stavovi prosvetnih radnika značajni su s obzirom na njihov višegodišnji rad u prosveti, koji je podrazumevao iskustvo u više ciklusa reformi obrazovanja.

Tri važne karakteristike uzorka učesnika fokus grupa:

1. Prosvetni radnici su dolazili iz različitih škola, što je podrazumevalo i različite stepene digitalizacije učionica.
2. Samo jedan deo učesnika učestvovao je na seminarima stručnog usavršavanja iz oblasti MIP.
3. Samo prosvetni radnici iz gimnazija su imali informacije o izbornom programu *Jezič, mediji i kultura*, dok prosvetni radnici osnovnih i srednjih stručnih škola još nemaju priliku da sa svojim učenicima obrađuju ovakav program, kao ni da razmatraju predlog za njegovo uvođenje u nastavni proces.

Naročit doprinos istraživanju bilo je iskustvo učenika u nastavi koja još nema, ili ima samo delimično digitalnu dimenziju. Istovremeno se ispitivanjem njihovih medijskih navika želelo ustanoviti da li sistem obrazovanja na adekvatan način odgovara na njihove potrebe i da li im je omogućeno da se obučavaju kako da kritički analiziraju informacije koje do njih stižu van nastave.

---

11 U avgustu 2018. godine sprovedeno je pet fokus grupa sa prosvetnim radnicima i učenicima iz osnovnih i srednjih škola iz 11 gradova Srbije (Apatin, Bačka Palanka, Beograd, Kragujevac, Kruševac, Loznica, Novi Pazar, Novi Sad, Požega, Vranje i Vrbas). U fokus grupama je učestvovalo 52 učesnica i učesnika (37 učesnica i 15 učesnika), od kojih je bilo 18 prosvetnih radnika i 34 učenika.

12 Iskazi učesnica i učesnika fokus grupa navedeni u tekstu predstavljaju stavove koji su naišli na opšte odobravanje, ili stavove koji se značajno razlikuju u odnosu na stavove ostalih učesnika. Nijedan zaključak nije izveden isključivo na osnovu jednog iskaza.

13 Upitnik je popunilo 211 učenika osnovnih i srednjih škola iz 18 gradova i sela: Apatin, Arilje, Bela zemlja, Beograd, Blace, Čajetina, Kriva reka, Kruševac, Loznica, Lučani, Mačkat, Novi Pazar, Novi Sad, Požega, Šljivovica, Užice, Vranje i Zlatari.



Rezultati dobijeni ovim istraživanjem predstavljaju prikaz ustaljenih praksi u načinu rada prosvetnih radnika. Zatim, prikaz obrazaca u okviru kojih prosvetni radnici i učenici formiraju stavove o savremenim načinima komuniciranja, komunikacije uopšteno, kao i obrazovanja, kako bi se na kraju mogao formulisati opšti stav o budućnosti prosvetnih reformi u pravcu medijskog opismenjavanja mlađih slojeva populacije, ali i kreirati preporuke za buduće aktivnosti nadležnih organa u oblasti obrazovanja.

# 3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

## 3.1. STRATEŠKI IZAZOVI ZA IMPLEMENTACIJU MEDIJSKE I INFORMACIONE PISMENOSTI U SISTEM OBRAZOVANJA

### 3.1.1. IZBORNI PROGRAM JEZIK, MEDIJI I KULTURA

Uvođenje izbornog programa *Jezik, mediji i kultura* u gimnazije od školske 2018/2019 godine jedan je od najznačajnijih koraka napravljenih u pravcu sistemskog rešenja medijskog opismenjavanja najmlađih slojeva populacije. Sam proces uvođenja programa u velikoj meri je opravdao zabrinutost i skeptičnost prosvetnih radnika kada su u pitanju reforme obrazovanja. Iskazani stavovi učesnika fokus grupa ukazuju na to da prosvetni radnici zaposleni u gimnazijama, koji su jedini imali priliku da im bude predstavljen ovaj program, imaju različite informacije o samom programu, većina i dalje nije sigurna kako će program biti sproveden, a samo prosvetni radnici koji su lično bili zainteresovani za program su imali više informacija.

S obzirom na to da je u pitanju izborni program većina nastavnika je, na osnovu iskustva realizacije dosadašnjih izbornih predmeta, izrazila zabrinutost da će mali broj učenika biti zainteresovan da ga pohađa, kao i da će njegova realizacijabiti loša.

„Svi smo mi svesni da je MIP izuzetno potrebna i da zaista može da koristi. Iskustvo je pokazalo da izborni predmet

učenici ne shvataju ozbiljno, kao i da nastavnici koji ih drže nemaju dovoljno vremena da se tome posvete.”<sup>14</sup> Većina učesnika ističe da bi implementacija bila kvalitetnija ukoliko bi se obavljala kroskurikularno, odnosno ukoliko bi se program primenjivao kroz više predmeta.

### **3.1.2. KAPACITETI PROSVETNIH RADNIKA ZA PREDAVANJE PROGRAMA KOJI OBRADUJU TEME MEDIJSKE I INFORMACIONE PISMENOSTI**

Prosvetni radnici čija je odgovornost ne samo sprovođenje nastave, već bi njihovi kapaciteti i iskustvo u nastavi trebalo da posluže kao smernica za kreiranje samog programa, predstavljaju značajan faktor uspešnosti sprovođenja reformi. S obzirom na to da je tokom razgovora sa prosvetnim radnicima više puta isticano da većina prosvetnih radnika nije zainteresovana da podrži reforme bilo koje vrste, pokrenuta je tema koliko sam profesor može da doprinese promeni. Pretpostavka učesnika u istraživanju je da mali broj profesora zaista nema nikakvo interesovanje i želju da podrži promene, a da većina njih ostaje pasivna ukoliko se očekuje da čitavu promenu iznese isključivo njihov entuzijizam i kreativnost u formiranju programa ukoliko postojeći nisu adekvatni. Profesori očekuju da dobiju kvalitetno kreiran kurikulum, mogućnost međusobne saradnje prosvetnih radnika različitih škola koji drže taj program, dobro regulisano polje aktivnosti i zaduženja, a pretpostavka koju iznose na osnovu dosadašnjeg iskustva jeste da bi u tom slučaju i kolege koji imaju nešto manje volje za rad takođe to prihvatili.

„Ključna stvar je saradnja. Moramo razmenjivati iskustva i biti uključeni u zajedničku priču kako bi rad bio kvalitetniji. Ako ne delimo iskustva šta smo uradili šta nismo, nema ni transparentnosti, a ni primera dobre prakse koji su neophodni.”<sup>15</sup> O tome koliki je značaj saradnje i razmene iskustava govori i činjenica da među prosvetnim radnicima ne postoji koherentan stav o tome šta MIP zapravo jeste i kako je planirano da bude sprovedena u školama.

„Mi odrasli treba da naučimo kako treba da primimo i razumemo vest, od toga bi trebalo krenuti.”<sup>16</sup> Većina prosvetnih radnika ne smatra sebe, ali ni svoje kolege dovoljno kompetentnim da sprovedu programe koji se bave medijskim opismenjavanjem učenika sve dok sami ne dostignu određeni nivo medijske pismenosti.

---

<sup>14</sup> Marija, prosvetna radnica (svim učesnicima fokus grupa su dodeljeni pseudonimi kako bi se obezbedila njihova anonimnost).

<sup>15</sup> Nevena, prosvetna radnica.

<sup>16</sup> Isto.

### 3.1.2.1. DOSADAŠNJA ISKUSTVA PROSVETNIH RADNIKA: slaba zainteresovanost za reforme

Proces uvođenja MIP u nastavu u školama u Srbiji se poslednjih godina odvijao kroz realizaciju projekata različitih OCD.<sup>17</sup> Prvenstveno su bibliotekari bili zamišljeni kao nosioci programa MIP, međutim realnost u školama je u velikoj meri zaustavila tu inicijativu. Prema tvrdnjama prosvetnih radnika koji su učestvovali u fokus grupama, biblioteka je najčešće mesto za nadoknadu neispunjenog fonda časova nastavnika. Time se došlo u situaciju da u bibliotekama rade različiti nastavnici na kratko vreme, neprestano se smenjujući, čime je onemogućen kontinuiran rad na sprovođenju programa. Istovremeno, postoji i grupa nastavnika koji su prepoznali značaj MIP i samoinicijativno uvode obradu medijskih sadržaja u svoje lekcije kako bi ih što bolje približili učenicima i naučili ih kritičkom razmišljanju. „Kad pričamo o MIP sve je podložno kritičkoj analizi.“<sup>18</sup>

Primitno je da nastavnici koji imaju dobro opremljene učionice (internet, kompjuter, pametna tabla) imaju pozitivan stav o uvođenju MIP, s obzirom na to da su već bili u prilici da neke od elemenata ovog programa i sami realizuju i testiraju kakve efekte mogu imati na unapređenje nastavnog procesa.

Od digitalnih dodataka jedino što je bilo dostupno svim nastavnicima su udžbenici sa kodovima pomoću kojih bi se mogle dobiti dodatne informacije o lekcijama iz udžbenika na internetu. „Moje iskustvo sa linkovima je takvo da su nastavnici dobili uz udžbenik i kod za pretragu linkova gde može da se sazna nešto više o svakoj lekciji. Manje od 1% nastavnika je to iskoristilo. Znači to njih ne interesuje.“<sup>19</sup>

Iako ovakva izjava može biti indikativna, ne bi iz nje trebalo zaključiti da prosvetni radnici nisu zainteresovani da koriste internet, ili da se usavršavaju (upravo zbog činjenice da su neki profesori istakli tokom fokus grupa da već koriste internet i digitalne tehnologije u svojoj nastavi), već bi trebalo da nas uputi na razmišljanje o samoj formi udžbenika, kao i generalno problematičnom principu uvođenja digitalizacije bez adekvatne obuke o primeni i načinu poboljšanja kvaliteta nastave tim sredstvima.

Anegdota prepričana u toku fokus grupe predstavlja jedan od primera loše sprovedene digitalizacije:

„Direktor jedne škole je nakon uvođenja projektoru u učionice insistirao da svi nastavnici koriste prezentacije u nastavi, a proveravao je tako što je zavirivao u učionice. Nastavnici kojima na nekom času nisu bile potrebne prezentacije

<sup>17</sup> [http://www.internest.rs/?page\\_id=35](http://www.internest.rs/?page_id=35) (pregledano 25.10.2018).

<sup>18</sup> Lena, prosvetna radnica.

<sup>19</sup> Dragana, prosvetna radnica.

bi puštali bilo šta na video bimu, samo da deluje da se koristi kada direktor proviri.”<sup>20</sup>

Većina učesnika se složila sa konstatacijom da je izuzetno mali broj kolega i kolegica zainteresovan za prosvetne reforme, bilo da se ide u pravcu digitalizacije, medijskog opismenjavanja, projektne nastave, itd. „Nama sve reforme obrazovanja ruše prosvetni radnici!”<sup>21</sup>

Pesimistička stanovišta ovog tipa najčešće su se čula od učesnika koji su bili aktivno uključeni u proces sprovođenja reformi, dok su ostali učesnici takve stavove potvrđivali bez previše argumenata, istovremeno se slažući i sa stavovima o lošem položaju prosvetnih radnika i generalno slabom funkcionisanju sistema obrazovanja.

Ovakvi stavovi ilustruju kompleksnost problema reforme obrazovanja i koliko je napora potrebno uložiti kako bi reforme bile uspešno sprovedene. Kompleksnosti doprinose različiti činioci: nezainteresovanost prosvetnih radnika, loše osmišljene reforme, infrastruktura i tehničko-tehnološka opremljenost škola, i tome slično. Svaki od činilaca na jedinstven način doprinosi lošem sprovođenju dosadašnjih reformi i ne bi trebalo da bude zanemaren prilikom osmišljavanja novih.

### **3.1.3. KAPACITETI UČENIKA ZA UČEŠĆE U PROGRAMU MEDIJSKOG OPISMENJAVANJA**

Jedan od glavnih izazova sa kojim se suočava čitav prosvetni sistem jeste sam rezultat obrazovanja. Razmišljajući o najboljim načinima za sprovođenje prakse medijskog opismenjavanja učenika logičan korak jeste da se proverí kakvi su generalno rezultati na testovima funkcionalne pismenosti učenika u Srbiji.

U *Strategiji obrazovanja do 2020.* navode se sledeći podaci:

„Međunarodna istraživanja (PISA i TIMMS) pokazuju da je zabrinjavajući procenat naših učenika uzrasta 15 godina funkcionalno nepismen (trećina populacije prema PISA, 2009), da su učenička znanja uglavnom reproduktivnog tipa, da je stepen primenivosti tih znanja ispod svetskog i regionalnog proseka, da imamo zanemarljivo mali procenat učenika u najvišim kategorijama znanja (ispod 1%) i zabrinjavajuće veliki u najnižim kategorijama postignuća. Za ovaj obrazovni podsistem je posebno ozbiljan izazov niska čitalačka pismenost (razumevanje teksta i sposobnosti rada na tekstu), jer je ona bazična za nastavak školovanja. Fakulteti se žale na nizak nivo znanja i pismenosti učenika koji

---

<sup>20</sup> Ljubica, prosvetna radnica.

<sup>21</sup> Jelena, prosvetna radnica.

dolaze iz OSUO,<sup>22</sup> a to se vidi i na slabim postignućima na testovima opšte kulture na prijemnim ispitima za fakultet.<sup>23</sup> Ovi podaci ukazuju na to da učenici nemaju dobru osnovu za prolazak kroz program medijskog opismenjavanja s obzirom na to da se od njih očekuje da nauče da kritički analiziraju medijske sadržaje, što bi podrazumevalo i dekonstrukciju manipulativnih obrazaca koji često nisu nimalo očigledni. Ipak, ovo je možda i jedini izazov koji bi se delimično mogao otkloniti samim procesom implementacije medijske pismenosti. Jer, ukoliko se učenici osposobe da kritički razmišljaju više im ni razumevanje teksta i sposobnost rada na tekstu neće predstavljati problem. Istovremeno visok tehnički nivo digitalne pismenosti učenika predstavlja dobru polaznu osnovu za prolazak kroz program u kojem bi se učili kako da kritički analiziraju medijske sadržaje kojima su izloženi.

## **3.2. OBRAZOVANJE PROSVETNIH RADNIKA U OBLASTI MEDIJSKE I INFORMACIONE PISMENOSTI**

Medijsko opismenjavanje učenika ne može da otpočne bez medijski pismenih prosvetnih radnika. Jedina prilika za obučavanje u oblasti MIP do sada su bili akreditovani seminari stručnog usavršavanja za nastavnike koji obrađuju oblast medija. U toku fokus grupa tematizovan je problem adekvatnosti trenutne i planiranja budućih edukacija.

### **3.2.1. STAVOVI UČENIKA O KOMPETENCIJAMA SVOJIH PROFESORA**

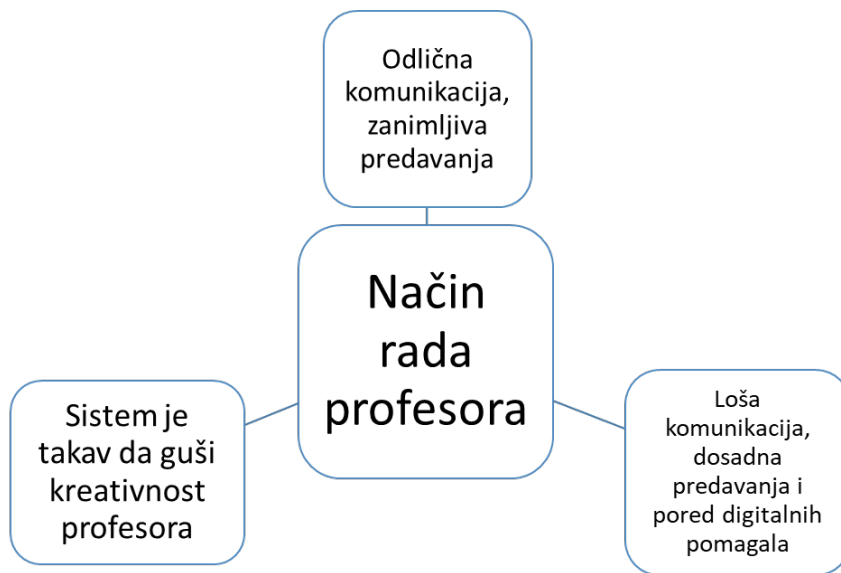
Sumiranjem stavova učenika o radu profesora može se zaključiti da postoje tri osnovne grupacije stavova kojima su prikazani različiti pristupi prosvetnih radnika procesu realizacije nastave, ali i delimično objašnjena uzročnost takvih pristupa.

---

<sup>22</sup> Opšteg srednjeg i umetničkog vaspitanja i obrazovanja.

<sup>23</sup> [https://www.kg.ac.rs/Docs/strategija\\_obrazovanja\\_do\\_2020.pdf](https://www.kg.ac.rs/Docs/strategija_obrazovanja_do_2020.pdf) (pregledano 25.10.2018).

## Šema 1: Učenici o načinu rada profesora



Govoreći o dobroj komunikaciji sa profesorima učenici su posebno isticali njihovu sposobnost da im na interesantan način približe lekciju i da od njih očekuju da oni sami razmišljaju i povezuju gradivo. Neretko se u takvim primerima navodilo kako su učenici bili aktivno uključeni u nastavu, neke lekcije je trebalo da odglume, u nekima je bilo organizovano kviz takmičenje, a nekad je dopuna lekciji bila analiza emisije ili filma. Iako se takav način obrade lekcija trenutno programski ne očekuje, ovakav podatak je ohrabrujuć u kontekstu uvođenja MIP, s obzirom na to da se u svakoj od navedenih aktivnosti mogu prepoznati segmenti onoga što bi MIP kao program/predmet u školama trebalo da predstavlja.

Primitno je da učenici osnovnih škola na intuitivnom nivou mogu da prepoznaju nepravdu i ostale neadekvatne pedagoške mere profesora, dok srednjoškolci razložitije razmišljaju o tim temama i umeju jasnije da prepoznaju gde se

krije problem u komunikaciji sa profesorima. Zaključci o netolerantnosti profesora, propagiranju političkih ili verskih stavova kroz monolog profesora i onemogućavanje diskusije sa učenicima bili su praćeni sa nekoliko slikovitih primera (prepričavane su situacije u kojima su profesori otvoreno propagirali mizogine i političke stavove).

Teme koje su pogodne za kritičku analizu i koje bi mogle biti predmet časova medijske i informacione pismenosti, trenutno su učenicima nametnute kroz jednostrani pristup određenih profesora tim temama, čime je još jednom potvrđen značaj i hitnost uvođenja medijske pismenosti u škole.

Druga dimenzija loše komunikacije učenika i profesora odnosila se na neadekvatnu upotrebu digitalnih tehnologija u nastavi. Tempo digitalizacije nije isti u svim školama, pa se iz tog razloga ne može govoriti ni o univerzalnom problemu. Međutim, svaki korak procesa digitalizacije ima specifične probleme i izazove u samoj implementaciji. Kada se govori o lošoj implementaciji digitalnih tehnologija u nastavi pre svega se misli na poštovanje forme koju ne prati adekvatan sadržaj. Tome u prilog ide i loše iskustvo učenika sa profesorima koji ne primenjuju digitalne tehnologije tako da učenicima dodatno približe gradivo i učine ga interesantnijim, već im otežavaju time što ne ulažu trud u predavanje, podrazumevajući da im je sve što je prikazano na prezentaciji, ili nekom filmu, potpuno jasno. U tom kontekstu je posebno važno da proces digitalizacije prati adekvatna obuka profesora, kako reforme ne bi bile sprovedene uzalud.<sup>24</sup>

Analizirajući kreativnost profesora učenici su se složili da sistem doprinosi umanjenu kreativnosti.<sup>25</sup>

„Mislim da je problem i sam sistem, da nastavnici ne mogu da isprate normu, od tolikog stresa onda ne mogu ni da budu kreativni.“<sup>26</sup>

„Sistem je zastareo, nije toliko ni do profesora. Tehnologija napreduje, a sistem ne može da ga isprati.“<sup>27</sup>

„Ja mislim da bi sve bilo drugačije kada bi nastavnici sami mogli da kreiraju sebi plan i program, oni bi bili kreativniji, a mi bismo više zapamtili. A ne ovako kad im u dva časa naguraju tri lekcije.“<sup>28</sup>

Učenici su bili složni u stavu da je njihovim profesorima neophodna edukacija, naročito za upotrebu novih digitalnih tehnologija u nastavi, pretragu interneta i korišćenje savremenih sredstava komunikacije. Opstajanje stručnog autoriteta profesora, uprkos prepoznatim slabostima u samoj metodici moguće je jedino ukoliko su profesori spremni da

<sup>24</sup> Učenici osnovnih škola najviše su kritikovali upotrebu elektronskih dnevnika tvrdeći da nastavnicima oduzima dosta vremena da ispune administrativni deo obaveza, pa zbog toga deo lekcije koji ne stignu da urade na času moraju da završavaju kod kuće. U uslovima gde administracija oduzima vreme namenjeno obradi lekcije teško može biti pomaka na polju kreativnosti i kvalitetne realizacije časa.

<sup>25</sup> Kreativnost u upotrebi nastavnih materijala i predstavljanju lekcija svakako jeste nešto što je poželjno. Međutim, ne bi trebalo očekivati da kreativna realizacija bude prepuštena isključivo inicijativi profesora. Ta inicijativa jeste nijansa koja može čas učiniti dodatno zanimljivim, ipak „kreativna srž“ bi trebalo da bude osmišljena samim programom.

<sup>26</sup> Miloš, učenik.

<sup>27</sup> Luka, učenik.

<sup>28</sup> Nemanja, učenik.



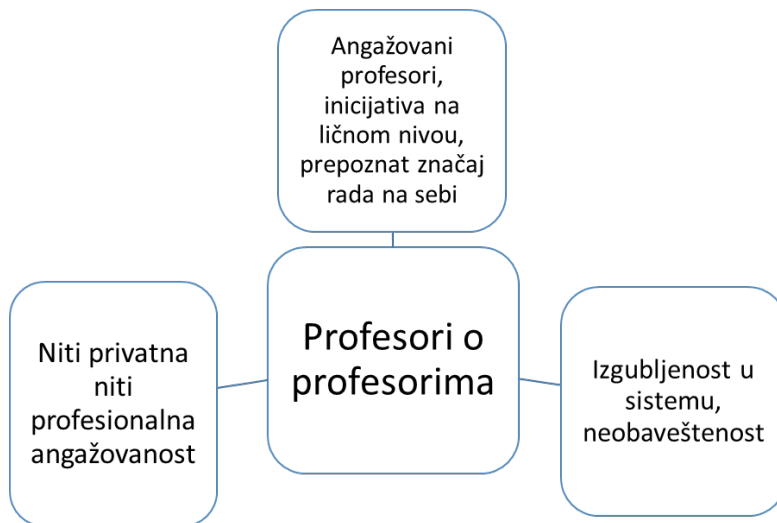
rade na sebi i pred učenicima priznaju svoje stručne slabosti u oblasti upotrebe novih digitalnih tehnologija uz želju da na njima dodatno rade i doživotno uče.

Čim učenici osete da profesori ne žele da priznaju grešku i nestručnost u tehničko-tehnološkom i metodičkom pristupu, dolazi do osporavanja autoriteta profesora. Čak i samo poštovanje njihove ličnosti bude dovedeno u pitanje. Neretko su se mogla čuti pogrdna imena koja su dodeljivana takvim profesorima.

### **3.2.2. STAVOVI PROFESORA O SOPSTVENIM KOMPETENCIJAMA I O KOMPETENCIJAMA KOLEGA**

Prosvetni radnici prepoznali su tri pravilnosti u radu svojih kolega, koje mogu uticati na realizaciju reformi.

#### **Šema 2: Na koji način prosvetni radnici vrednuju rad svojih kolega i koleginja**



„Ono što je bazično jeste da bi trebalo raditi na medijskom opismenjavanju nastavnika uz druge vidove pismenosti koje su deo celoživotnog učenja. A imamo jedan broj nastavnika koji odbija generalno koncept celoživotnog učenja. Dovoljno je da obučite nastavnika da se malo igra sa montiranjem izjava, njemu će tada već biti jasno zašto je potrebna MIP. Mora čitava školska struktura da napravi takvu klimu da se na tome mora raditi.“<sup>29</sup>

Jedan od opštih problema svake reforme obrazovanja jeste spremnost prosvetnih radnika da menjaju sopstvene navike u radu, priznaju da su njihovi profesionalni kapaciteti prevaziđeni i da bi trebalo raditi na podizanju sopstvenih kompetencija. U situaciji kada se uvodi novi program (*Jezik, mediji i kultura*) koji bi, u slučaju da se sprovodi na adekvatan način, trebalo da bude ažuriran svakog polugodišta, ovaj problem će predstavljati jednu od ključnih prepreka za prevazilaženje.

„Mislim da se najviše greši u tome što učenicima hoćemo da stvorimo sliku da je učenje lako. A najviše smo napredovali kad smo sedeli na drvenim stolicama i iščitavali opširne knjige. Mislim da se pravi veliki jaz između škole i onoga što će ih sačekati na fakultetu. Tamo neće biti previše šareniša, već samo učenje.“<sup>30</sup>

„Mislim da kolege često pogrešno razumeju to. Oni misle da mi menjamo časove samo zato da bi učenicima bilo zanimljivo. A mi treba da ih menjamo tako da im bude jasno, blisko i razumljivo.“<sup>31</sup>

Iz navedenih izjava može se zaključiti da već u maloj grupi prosvetnih radnika postoji sukob mišljenja oko same postavke sistema obrazovanja i toga šta bi ono suštinski trebalo da predstavlja. Da li je suština reforme da nastava postane „šareniš“ i ako nije tako kako je moguće da se javlja takva konstatacija. Klizavi teren reformi obrazovanja upućuje na dodatni oprez prilikom implementacije MIP. Naime, ukoliko nastavnicima samima nije do kraja jasna suština reforme, postoji rizik da ona neće na pravi način biti sprovedena, čak i da će se pretvoriti u svoju suprotnost. Izazovi koji se pojavljuju tokom razmatranja stručnog usavršavanja prosvetnih radnika iz oblasti MIP samim profesorima su uveliko poznati. Iskustvo rada u kolektivu pokazuje da uvek postoji određeni broj prosvetnih radnika koji će sabotirati reforme, kao što postoji određeni broj onih koji će biti pokretač reformi.

Ipak, stiče se utisak da je najveći broj onih koji ostaju nedovoljno obavešteni, do kojih stižu polovične informacije i koji na osnovu tih informacija odlučuju da li će, ili neće, podržati reforme, a upravo to je najčešće kritična masa koja odnosi prevagu po pitanju uspešnosti reforme, i na koju bi trebalo staviti najveći akcenat u radu.

---

29 Petar, prosvetni radnik.

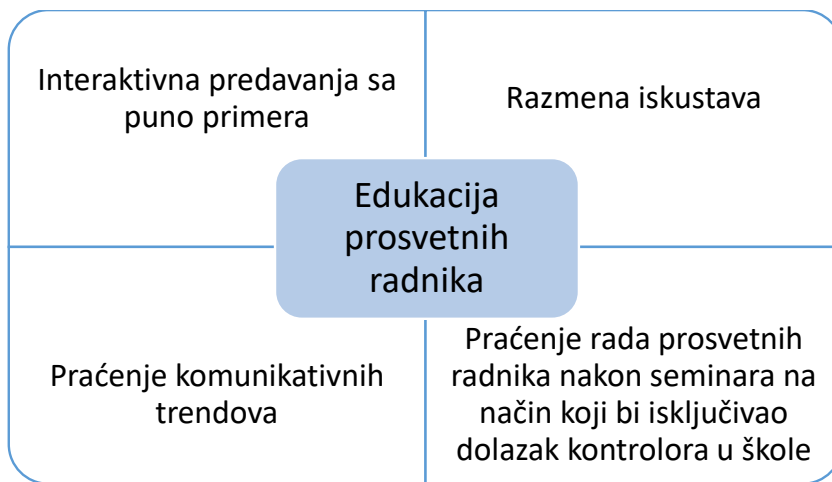
30 Gordana, prosvetna radnica.

31 Jelena, prosvetna radnica.

### 3.2.3. PODIZANJE PROFESIONALNIH KOMPETENCIJA PROSVETNIH RADNIKA

Pitanje adekvatnosti obuke prosvetnih radnika takođe je jedna od opštih tema koja se postavlja nezavisno od samog programa koji se tiče MIP. Kada je reč konkretno o seminarima medijske pismenosti, postoji nekoliko akreditovanih kurikuluma u Zavodu za unapređenje obrazovanja i vaspitanja (ZUOV), a jedan deo učesnika fokus grupa je prošao taj vid edukacije. Kvalitet samih seminara nije dovođen u pitanje, a prosvetni radnici su ih prepoznali kao najbolji način stručnog usavršavanja, međutim, isključivo ukoliko se radi o kontinuiranoj obuci. Svaki vid unapređivanja kompetencija koji podrazumeva samoinicijativno iščitavanje preporučene literature gubi smisao, jer izuzetno mali broj prosvetnih radnika praktikuje da radi na razvoju profesionalnih kapaciteta u slobodno vreme. Na osnovu dosadašnjeg iskustva prosvetni radnici su kreirali preporuke kako bi se stručno usavršavanje moglo unaprediti, odnosno ukazivali su na segmente koji im trenutno nedostaju u procesu edukacije.

#### Šema 3: Podizanje profesionalnih kompetencija prosvetnih radnika



„Ja imam iskustvo sa MIP seminarima. Na prvi seminar je išlo možda 6, 7, 8 kolega. Sledeći seminar je organizovan za preko 30 ljudi, a proletoš na seminar se prijavilo preko 50. Nastavnici sa prvog seminara su pričali kolegama koliko je bilo korisno, zanimljivo i informativno. Ključno je na pravi način probuditi interesovanje nastavnika i onda se može postići rezultat.“<sup>32</sup> Učesnica je poentirala diskusiju stavom da je problem angažovanosti prosvetnih radnika rešiv, iako predstavlja jedan od najvećih izazova.

### 3.3. PODIZANJE SVESTI PROSVETNIH RADNIKA O ZNAČAJU UVOĐENJA MEDIJSKE PISMENOSTI U ŠKOLE

Na osnovu sopstvenog iskustva učesnici fokus grupa su zaključili da bi reformu bilo koje vrste, pa samim tim i uvođenje MIP u program obaveznog obrazovanja, trebalo sprovoditi organizujući određenu vrstu kampanje. S obzirom na to da najveći problem uglavnom bude nerazumevanje suštine reforme, kampanjom bi se svaki kolektiv, pre svega, mogao obavestiti o potrebi reforme. Osim toga, uključivanje prosvetnih radnika u osmišljavanje samog programa implementacije bi u velikoj meri mogao doprineti da ona bude kvalitetnije obavljena. Metodologija sprovođenja reformi koju prosvetni radnici najmanje cene jeste direktiva nadređenih organa. Otpor koji postoji prema naređenju koje stiže bez objašnjenja i bez razmatranja sa ljudima na terenu, odnosno u školama, javlja se čak i u slučajevima kada je reč o smislenoj i za prosvetne radnike dobroj inicijativi. Ono što budi otpor jeste nekonsultativna priroda odluke. Zabrinutost koju je izrazio određeni broj učesnika odnosila se na članove kolektiva koji su *a priori* protiv reformi i odbijaju bilo kakav angažman koji nije rezultat direktnog naređenja. Iz tog razloga su kao svoju preporuku naveli da bi osveščivanje prosvetnih radnika o značaju reformi u pravcu implementacije MIP trebalo da obuhvati oba segmenta, kampanju, ali i direktivu iz Ministarstva, kako bi se osigurao sam proces implementacije. „Treba kombinacija i jednog i drugog. Ima onih koji neće uraditi ako ih ne naterаш. Recimo pitanja iz MIP se moraju naći u maturskim testovima i na taj način i nastavnici moraju obrađivati te teme u nastavi. Ukoliko se čeka dobra volja to će biti 10-15 odsto ljudi koji će verovatno raditi, a onda neki deo polovično i jedan deo koji neće ništa.“<sup>33</sup>

<sup>32</sup> Sonja, prosvetna radnica.

<sup>33</sup> Sonja, prosvetna radnica.

U toku razgovora mogao se čuti i predlog o osnivanju „lobi grupa“, koje bi propagirale značaj implementacije MIP. „Napraviti 'lobi grupe' zainteresovanih nastavnika koji traže podršku na nivou onih koji mogu da pomognu i te 'lobi grupe' onda kroz razne tribine i događaje vrše pritisak, gde bi se krajnji rezultat toga dostavio Ministarstvu. To bi imalo efekta kada bi se na nivou planiranja sprovelo od početka do kraja.“<sup>34</sup>

Učesnici su se složili da bi ovaj predlog doprineo uvođenju MIP u sistem obrazovanja.

## **3.4. UTICAJ NAČINA KOMUNIKACIJE NA OBRAZOVANJE**

### **3.4.1. ŠTA NAM GOVORE MEDIJSKE NAVIKE UČENIKA?**

Od tradicionalnih medija (televizija, radio, štampana izdanja novina i magazini) učenici koji su učestvovali u našoj anketi (N=211) najviše pažnje posvećuju televiziji (84,4 odsto ispitanika), iako je gotovo 60 odsto ispitanika izjavilo da manje od sat vremena dnevno provede gledajući televiziju. Istovremeno, 99,5 odsto njih se izjasnilo da koristi internet, a čak 86,7 odsto je potvrdilo da je na internetu više od sat vremena dnevno (od kojih je 43,1 odsto više od tri sata onlajn). Kada su u pitanju uređaji koje učenici znaju dobro da koriste najviše njih se opredelilo za mobilni telefon (92,4 odsto), računar je na drugom mestu (58,3 odsto), tablet na trećem (43,1 odsto), dok je fotoaparata na poslednjem (37,9 odsto)<sup>35</sup>.

Svrha upotrebe interneta za najmlađu populaciju je pre svega komunikacija sa prijateljima i zabava, a učenje i informisanje su na trećem i četvrtom mestu. Većina ispitanika se izjasnila da proverava informacije dobijene na internetu na još nekom mestu (oko 70%) dok je više od 15% učenika obeležilo da apsolutno nema poverenje u istinitost informacija dobijenih putem interneta. Što se tiče pitanja koje se odnosilo na odgovornost prilikom postavljanja onlajn sadržaja, čak 94,3% učenika je označilo da smatraju sebe odgovornim i da moraju da vode računa o tome kakve sadržaje postavljaju.

---

<sup>34</sup> Petar, prosvetni radnik.

<sup>35</sup> Postojala je mogućnost davanja višestrukih odgovora.

### 3.4.2. KOMUNIKATIVNE I MEDIJSKE NAVIKE UČENIKA

Različiti načini komuniciranja doprinose stvaranju komunikacijskog jaza između profesora i učenika. Razilaženje u načinima komuniciranja ogleda se u tome što su učenici gotovo u potpunosti odbacili tradicionalne načine komuniciranja i okrenuli se praćenju savremenih trendova koji se brzo smenjuju, dok su prosvetni radnici ostali i dalje privrženi tradicionalnim načinima komunikacije a nove trendove prihvataju sporo i teško. Zajednička odlika učenika osnovnih i srednjih škola jeste dominantna upotreba Instagrama. Pridevi kojima su učenici opisivali korišćenje Instagrama su mahom bili pozitivni (zabavno, divno, zanimljivo, brzo, jednostavno), a samo jedna učenica je izjavila da joj Instagram nije interesantan već da ga je napravila isključivo zato što je celo društvo prešlo na tu društvenu mrežu i ugasilo sve ostale. Instagram je doprineo dugačijem trendu u oblasti komunikativnih navika mladih, jer je zamenio Fejsbuk, kog sadašnji korisnici Instagrama opisuju kao sporog, komplikovanijeg za korišćenje i nedovoljno dinamičnog.

Zabrinutost koju izražavaju prosvetni radnici ticala se upravo nesposobnosti učenika da na pravi način razumeju sadržaj koji konzumiraju i upravo na tom polju vide mogućnost simbioze koja bi se odvijala kroz spoj digitalnih veština učenika i kritičkog mišljenja prosvetnih radnika.

Što se tiče kompetentnosti za upotrebu savremenih načina komuniciranja nedvosmislenu prednost imaju učenici u odnosu na profesore (po tvrđenju i učenika i profesora).

Tokom razgovora sa učenicima konstantno se ponavljala tvrdnja da je u odnosu sa profesorom komunikacija jedna od najznačajnijih komponenti. Učenici srednjih škola od profesora očekuju da ih saslušaju, uvažavaju njihovo mišljenje, ali i da imaju mogućnost da im se obraćaju i mimo časova. Koliki je značaj kvalitetne komunikacije govori i stav učenika da nije naglasak na upotrebi digitalnih tehnologija, već na pristupu obradi lekcije i mogućnosti da im se približi svrha, primenljivost i značaj toga što uče, ali i da imaju mogućnost da pričaju sa njima o vannastavnim temama. Savremeni načini komuniciranja taj proces mogu olakšati, međutim istovremeno mogu dovesti do toga da se izgubi granica između privatnog i profesionalnog načina komuniciranja. Prema tvrdnjama jedne od prosvetnih radnica iz osnovne škole, svaki nastavnik treba da proceni gde se povlači granica u komunikaciji sa učenicima – „Smatram da ne bi trebalo da budemo prijatelji sa decom na društvenim mrežama. Treba i sebe da odmerimo dokle si nastavnik, a dokle više nisi i treba da prepustiš decu roditeljima.”<sup>36</sup>

Kod učenika osnovnih škola postoji očekivanje da nastavnici usmeravaju njihovu pretragu interneta ukoliko se radi

<sup>36</sup> Sonja, prosvetna radnica.

o školskom gradivu. Prilikom učenja se uglavnom pridržavaju udžbenika i materijala koji dobiju na časovima, a retko koriste internet da dobiju dodatne informacije. Kada ga koriste uglavnom konsultuju Wikipediju, iako su svesni da podaci na tom sajtu nisu sasvim pouzdani, čak im većina nastavnika brani da koriste Wikipediju kao dodatak lekciji. Kada je u pitanju uticaj digitalnih tehnologija u nastavi, kod učenika osnovnih škola postoji izuzetno izražena želja da se nastava digitalizuje i da se uvedu savremeni načini komunikacije. Entuzijazam učenika oslikavao se i kroz niz predloga kako bi reforma trebalo da izgleda (vizualizacija lekcije, interaktivne aplikacije...).

Upotreba interneta kao dopune nastavi za starije učenike se podrazumeva isključivo ako se radi o predmetu koji ih naročito interesuje ili ukoliko im je lekcija u udžbeniku naročito dosadna. Izuzev ovih ekstremnih situacija ni oni ne ulažu dodatni trud kako bi gradivo obogatili informacijama sa interneta. Ipak, mogli su se čuti raznovrsni predlozi na koji način bi se uz pomoć aplikacija i upotrebe interneta nastava mogla unaprediti, iako bi i dalje bilo poželjno da se čas temelji na dijalogu učenika i profesora.

Ostaje dilema da li se vidovi komunikacije menjaju spram potreba korisnika, ili sam način komuniciranja menja navike svojih korisnika. Pitanje je i da li postoji direktna uzročno-posledična veza ili se ta dva segmenta međusobno dopunjuju. Ono što znamo pouzdano jeste da mlađa populacija najviše konzumira kraće sadržaje, video klipove i slike. Suštinska promena komunikativnih potreba desila se upravo sa prebacivanjem akcenta sa sadržaja na formu komuniciranja. O tome koliki uticaj ima promena forme komuniciranja na proces učenja i praćenja nastave diskutovano je u toku svih fokus grupa. Opšti zaključak jeste da se uticaj digitalnih tehnologija i savremenih načina komuniciranja u proces obrazovanja ne može izbeći. Ono što može biti predmet razmatranja jeste način i mera do koje treba ići u reformama.

## **3.5. TUMAČENJE MEDIJSKIH SADRŽAJA I OBRAZOVANJE**

Medijski sadržaji kojima su stariji učenici najviše izloženi ujedno su označeni kao tabu teme u školama. Tu se pre svega misli na dnevno-političke teme, aktuelne probleme u društvu (kao što je situacija na Kosovu, gej populacija, položaj žena u društvu, religijska pitanja).

Tokom fokus grupa srednjoškolci su izrazili potrebu da se obučavaju kako da razumeju i kako da analiziraju sadržaje koji obrađuju pomenute teme. Većinom njihove inicijative da se o tome razgovara na nekom času budu ugušene. S obzirom na to da u toku školovanja postaju birači, učenici su izneli svoj predlog da se posveti pažnja i obradi tema koje će im omogućiti da se osposobe da samostalno donose odluke o pitanjima političke opredeljenosti. Učenici smatraju da nisu kompetentni da odlučuju kada nemaju dovoljno objektivnih informacija, a istovremeno osećaju zabrinutost jer ne znaju kome da se obrate da ih nauči kako da kritički analiziraju informacije koje do njih dolaze putem medija.<sup>37</sup> Izražena zabrinutost učenika trebalo bi da alarmira širu, naročito stručnu javnost na hitnost reakcije u re-formi obrazovanja. Posebno ako se ima u vidu da poruke koje stižu putem medija nisu isključivo u obliku prenesenih informacija, već one predstavljaju čitav spoj audio-vizuelnih efekata koji doprinose celovitosti poruke, a koji je ostao van razmatranja i van svesti učenika.<sup>38</sup>

Iako proces medijskog opismenjavanja stanovništva deluje prevše ambiciozno s obzirom na količinu medijskih poruka kojima smo izloženi svakodnevno, on zapravo nije nedostižni cilj za koji su potrebne velike ambicije, a u to nas uvereva i Džejms Poter: „Nije realno očekivati da ćemo obazrivim korišćenjem medija mnogo postići u pogledu zaštite od štetnih posledica njihovog dejstva. (...) Gotovo sve medijske poruke primamo automatski, te obraćamo pažnju samo na oko jedan odsto njih. (...) Moje stanovište jeste da ako budemo naučili da drugačije posmatramo stvari u okviru tih jedan odsto medijskih poruka koje primamo, naučićemo i kako da reprogramiramo svoju mentalnu šifru. Promenama u svojoj mentalnoj šifri uspećemo da na drugačiji način obradimo preostalih 99 odsto poruka kada je u našoj svesti na delu režim automatskog upravljanja.”<sup>39</sup>

---

37 U toku razgovora sa srednjoškolcima moglo se zaključiti da neki od njih već imaju čvrsto formirane stavove o temama za koje je potreban izuzetan nivo upućenosti da bi se mišljenje označilo kao definitivno i nepromenljivo. Upravo ti učenici su jasno izražavali stav da su oni svoje mišljenje već formirali i da je sada kasno da ga menjaju, jer bi to bilo nedosledno. Kako bi se sprečile posledice ranog javljanja predrasuda prema kritičkom formiranju stavova neophodno je već u ranom uzrastu sistematski obučavati učenike za kritičku analizu medijskih sadržaja.

38 „Svaka medijska poruka ili sadržaj, na primer jedna fotografija, film ili televizijska emisija, može se posmatrati kao tekst. Da bismo bilo koji tekst pročitali i razumeli njegova značenja, moramo poznavati njegov jezik i jezička pravila, bez obzira o kojoj vrsti medija se radi” (Andevski, Vučković, 2012).

39 Poter, Dž. 2011:36.



## 4. ZAKLJUČAK

Uvođenje programa *Jezik, mediji i kultura* u gimnazije od školske 2018/2019 godine predstavlja značajan korak u procesu medijskog opismenjavanja mladih građana Srbije. Ovim istraživanjem se želeo steći jasniji uvid u to kakvi su strateški izazovi za kvalitetnu implementaciju ovog programa u osnovnim i srednjim školama u Srbiji, ali i mogućnosti za proširenje polja za uvođenje MIP u sistem obrazovanja.

Razmatranjem dosadašnjih iskustava prosvetnih radnika, kao i promena u medijskim i komunikativim potrebama učenika stiče se utisak da je nedovoljno pažnje posvećeno ključnim problemima koji prate proces uvođenja bilo kog izbornog predmeta, naročito kada se radi o programu koji je takav da suštinski zahteva promenu paradigme funkcionisanja sistema, rada prosvetnih radnika i učenika, kao i njihovog pristupa obrazovanju.

Strateški izazovi za implementaciju medijske i informacione pismenosti u sistem obrazovanja predstavljaju izazove koji strukturalno mogu opstruisati proces sprovođenja reformi. Istraživanje je pokazalo da se takvi izazovi pojavljuju na svim nivoima sistema. Njihovo neotklanjanje istovremeno bi značilo i odustajanje od same reforme, koja bi formalno bila definisana zakonom, uredbama i programima obrazovanja, a sadržinski ostala bez bilo kakvog uticaja na ciljnu grupu.

Kada su u pitanju medijske i komunikativne navike učenika rezultati onlajn istraživanja su pokazali da učenici sve više svog slobodnog vremena provode u onlajn sferi, koja je gotovo u potpunosti zamenila druge medije. Praćenje i analiza promena pažnje učenika koje nastaju kao posledica relokacije medijske pažnje, moglo bi da da značajne smernice za kreiranje novih edukativnih programa. Iako nas rezultati ankete, koju smo sproveli na uzorku od 211 učenika, upućuju na zaključak da najmlađi korisnici interneta makar deklarativno razumeju posledice postavljanja sadržaja na internetu, u slučaju ovog pitanja bi trebalo voditi računa o mogućnosti davanja socijalno poželjnih odgovora. Iz tog razloga bi u oblasti odgovornosti za postavljanje sadržaja na internetu trebalo raditi obimnije istraživanje.

Ukoliko se malo bolje obrati pažnja, uvideće se da je rešenje problema motivacije učenika i prosvetnih radnika, kada je

proces obrazovanja u pitanju veoma slično. Naime, i jedni i drugi očekuju da im gradivo bude interesantno, interaktivno, te da znaju svrhu i primenljivost toga što uče. To bi trebalo da bude početna osnova svake reforme obrazovanja. Ukoliko se prosvetnim radnicima obezbedi adekvatno i kontinuirano profesionalno usavršavanje, velika je šansa da će time doći i do unapređenja kvaliteta same nastave, te će time i učenici biti zadovoljniji, a svaka nova reforma bi se lakše implementirala i ne bi zahtevala, kao sada, reformu čitavog sistema. Spremnost sistema da savlada izazov konstantnih promena, analize direktnih i indirektnih uticaja medija na stanovništvo, posebno na najmlađe, odnosno najranjivije slojeve stanovništva još uvek nije obezbeđena. I pored toga, entuzijazam koji postoji kod određenog broja prosvetnih radnika da se medijska pismenost polako uvodi, bez obziranja to što sistem još nije spreman, predstavlja dobru polaznu osnovu sveukupne reforme.

## 5. PREPORUKE

- Državni organi nadležni za obrazovanje bi svaku promenu koja se tiče uvođenja medijske pismenosti u sistem obrazovanja trebalo da uvode konsultujući i dobro informišući nastavni kadar.
- Nadležne institucije bi trebalo da posvete veću pažnju kreiranju adekvatnog i kvalitetnog programa stručnog usavršavanja prosvetnih radnika, uopšteno, ali i u oblasti MIP, čiji bi se uticaj i primenljivost mogli pratiti i vrednovati nakon edukacije.
- Učenici su većinom nezadovoljni komunikacijom sa svojim profesorima, stoga je poželjno raditi dodatno na ovom segmentu prilikom stručnog usavršavanja prosvetnih radnika, pri čemu medijsko opismenjavanje može da bude faktor unapređenja kvaliteta komunikacije.
- Digitalizacija učionice jeste jedan od uslova implementacije MIP u škole, stoga se preporučuje resornom ministarstvu da se inicira sprovođenje digitalizacije ravnomernim tempom u svim školama kako bi se izbeglo raslojavanje kvaliteta nastave po školama na osnovu opremljenosti škola.
- Nadležne institucije bi trebalo da omoguće prosvetnim radnicima redovno usavršavanje u formi seminara i drugih stručnih skupova na kojima će biti u mogućnosti da razmenjuju iskustva i nastavne materijale, naročito kada je u pitanju novi program sa kojim još niko nije imao iskustva.
- Formirati „lobi grupu“ koju bi činili predstavnici Ministarstva obrazovanja, Ministarstva kulture, prosvetnih radnika, stručnjaka u oblasti MIP i medija koja bi radila na kreiranju i implementaciji programa usmerenog na podizanje svesti prosvetnih radnika, ali i šire javnosti o značaju obrazovanja iz oblasti medijske i informacione pismenosti.
- Nadležne institucije bi trebalo da prate proces sprovođenja MIP i menjaju programe ukoliko se primeti da određeni segment nastavnog sadržaja ne daje očekivane rezultate.
- Prosvetni radnici bi trebalo da kroz nastavu uspostave metodologiju praćenja medijskih navika učenika i

analiziraju kako se te navike odražavaju na njihovu pažnju i interesovanja, kako bi se moglo uticati na podizanje motivacije učenika ali i unapređenje nastavnog procesa.

- Tokom procesa medijskog opismenjavanja prosvetni radnici bi trebalo da stave akcenat na razvoj kritičkog mišljenja učenika, jer se pokazalo da konstantna izloženost neprovernim informacijama nepovoljno utiče na razvoj slobode mišljenja i autonomije mladih građana.
- Prosvetni radnici bi trebalo da osposobe učenike da razumeju različite vrste informacija koje do njih stižu van nastave.

# 6. IZVORI

## 1. Fokus grupe:

- a) Fokus grupa sa prosvetnim radnicima zaposlenim u osnovnim školama, 10 učesnika, Zlatibor, 16. avgust 2018.
- b) Fokus grupa sa prosvetnim radnicima zaposlenim u srednjim školama, 8 učesnika, Zlatibor, 19. avgust 2018.
- c) Fokus grupa sa učenicima osnovnih škola, 10 učesnika, Zlatibor, 15. avgust 2018.
- d) Fokus grupa sa učenicima osnovnih škola, 10 učesnika, Zlatibor, 15. avgust 2018.
- e) Fokus grupa sa učenicima srednjih škola, 14 učesnika, Zlatibor, 19. avgust 2018.

## 2. Onlajn upitnik o medijskim navikama učenika.

# 7. STRUČNA I NAUČNA LITERATURA

1. **Andevski, M. i Vučković, Ž.** (2012). *Prolegomena za kritičku pedagogiju medija*. Vršac: Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača „Mihailo Palov“ u Vršcu.
2. **Matović, M.** (2011). Medijska pismenost i deca u novom medijskom okruženju. U: *CM - časopis za upravljanje komuniciranjem*, 6(19), pp. 53-66.
3. **Poter, Dž.** (2011). *Medijska pismenost*. Beograd: Clio
4. **Stamenković, S.** (2013). *Medijska pismenost u Srbiji*. Beograd: Biro za društvena istraživanja. Dostupno na: <http://www.birodi.rs/wp-content/uploads/2013/12/Medijska-pismenost-u-Srbiji-rezultati-istra%C5%BEivanja.pdf> (pregledano 02.11.2018.)
5. **Valić Nedeljковиć, D.** (2013). New technologies and media literacy education for Ethnic Minorities in Serbia. In: *New technologies and media literacy education*, 8th conference reader DisCo 2013. Jan Beseda and Zbyněk Machát (ed.), pp 35-40. Center for Higher Education Studies.
6. **Valić Nedeljковиć, D., Bala, K. i Geler, Z.** (2013). Deca u virtuelnom svetu kompjuterskih igara. U: *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene*, knjiga 3, Valić Nedeljковиć, D. i Pralica, D (ured.), pp 241-254. Novi Sad: Filozofski fakultet.
7. **Valić Nedeljковиć, D., Bala, K. i Geler, Z.** (2013). Deca i kultura komuniciranja putem medija. U: Šesti međunarodni interdisciplinarni simpozijum Susret kultura, pp. 19-28. Novi Sad: Filozofski fakultet.
8. **Valić Nedeljковиć, D., Bala, K. i Geler, Z.** (2016). Deca o komuniciranju. U: *Jezici i kulture u vremenu i prostoru*, 6, pp. 589-600. Novi Sad: Filozofski fakultet.

**Nacionalne strategije:**

9. Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine. (2011). *Službeni glasnik Republike Srbije*, No 75/2011.
10. Strategija razvoja obrazovanja u Srbiji do 2020. godine. (2012). *Službeni glasnik Republike Srbije*, No 107/2012.

**Nacionalni zakoni:**

11. Zakon o javnom informisanju i medijima. (2014). *Službeni glasnik Republike Srbije*, No. 83/2014.
12. Zakon o javnim medijskim servisima. (2014). *Službeni glasnik Republike Srbije*, No. 83/2014.
13. Zakon o bibliotečko-informacionoj delatnosti. (2011). *Službeni glasnik Republike Srbije*, No 52/2011.
14. Zakon o osnovama sistema obrazovanja i vaspitanja. (2013). *Službeni glasnik Republike Srbije*, No 72/2009, 52/2011 i 55/2013.





# **Medijska i informaciona pismenost na Zapadnom Balkanu: neiskorišćen emancipacijski potencijal**

Brankica Petković i Sandra Bašić Hrvatinić



# 1. Uvod

Kada su potomci Žila Verna (Jules Verne) poznatog francuskog pisca 19. veka, pre dvadeset godina preuređivali porodičnu kuću, našli su stari zaboravljeni sef i u njemu još stariji rukopis. Bio je to rukopis Vernovog romana koji nikada nije bio objavljen. Roman je bio napisan 1863. godine, a radnja romana se događa u Parizu 20. veka (Verne, 1996). Prvi izdavač kome je Vern ponudio rukopis odbio ga je. Vernovi naslednici nikad nisu hteli da objave taj rukopis jer su smatrali da je njegov sadržaj toliko neverovatan, čak i za takvog pisca kao što je Vern. Tako je roman ostao zaboravljen u sefu skoro 150 godina.

Glavni lik romana Mišel Dufren (Michel Dufrénoy) rođen je u, za njega najgorem mogućem istorijskom periodu. Fakultet na kojem je studirao upravo mu je dodelio nagradu za najbolju pesmu napisanu na latinskom. U društvu u kojem su vladale prirodne nauke i preduzetništvo, pesnici su se smatrali gubitnicima. Društvena elita toga vremena bili su inženjeri koji su gradili naprednu infrastrukturu i preduzetnici koji su se bavili novčanim transakcijama. Oni su preuzeli i uloge vladanja, one uloge koje su nekad bile u domenu političara i državnih službenika. Umetnosti nije bilo u muzejima zato što nije bilo muzeja. Nekada poznatih francuskih pisaca i pesnika sećao se samo mali broj penzionisanih profesora književnosti.

Mišel je morao da nauči kako da preživi u tom svetu uz pomoć onih koji su još uvek pamtili stari. U tome mu pomaže stric Hugenin (Huguenin), crna ovca porodice, koji je do penzije predavao humanistiku. Za vreme jedne od njihovih šetnji Parizom stric mu je objasnio kako su zbog društvenih promena nestala brojna stara zanimanja. Na spisku izumrlih zanimanja bili su i novinari. Razlozi za nestanak novinarstva koje navodi Vern u mnogo čemu su identični onima 150 godina kasnije. Svetom kojim upravlja inženjerska i preduzetnička pamet nema prostora ni za politiku. Političke stranke još postoje ali među njima nema više ni programskih niti ideoloških razlika. Birokratsko društvo ne poznaje (a i ne traži) alternativu. Nestanak politike nije pogodio samo političare. Pogodio je i novine koje su kroz celu svoju istoriju služile političkoj klasi i onima koji su političare postavljali na vlast i finansijski podupirali. Pošto politika nije više

nikoga zanimala, novinari su ostali bez najvažnije teme o kojoj su izveštavali. Tako su novine po svom sadržaju i obimu postale nalik pamfletima. Njihovi vlasnici su gubitak tema i prostor u novinama pokušavali da nadoknade novim sadržajima koji bi privukli nove čitaoce zainteresovane za kritičko i naučno pisanje o društvu. Međutim, zadesila ih je nova nesreća. Političkoj i privrednoj eliti bilo je dosta medijske pristrasnosti, zato su radi uravnoteženosti izveštavanja i zaštite građanskih prava zahtevali da novine uz objavljenu kritiku moraju omogućiti i objavljivanje ispravki i drugačijeg mišljenja. Urednici su se nakon prihvatanja novog zakona suočili s ozbiljnim problemima. Uz svaki objavljeni novinarski članak morali su objaviti na desetine ispravki. Novine koje su još uvek istrajavale u kritičkom pisanju, tako su postajale sve deblje, njihov sadržaj je za čitaoce bio nerazumljiv i nečitljiv. Na kraju je većina propala. Sudbina kritičkih medija prestrašila je urednike onih još delujućih koji su od svojih novinara zahtevali da objavljuju samo članke na koje niko neće moći da zahteva ispravku. Međutim, takve novine niko više nije želio da čita.

Društvene promene pratile su i tehnološke, objasnio je stric Hugenin. U staro vreme broj čitalaca bio je daleko veći nego broj pisaca. Knjige su pisali i objavljivali malobrojni. Isto je važno i za novine. Cena štampanja i distribucije (knjige ili novina) bila je prevelik trošak za većinu ljudi. Tehnološka revolucija je štampu i distribuciju tako pojeftinila da je sada svako mogao objavljivati i distribuirati šta god je hteo. Na prvi pogled je tehnološka promena imala pozitivne posledice – odstranjene su prepreke koje su ljude onemogućavale da pišu i objavljuju. Na taj način se demokratizovalo pravo na dostupnost do javnosti. Oduševljenje promenama, međutim, nije dugo trajalo. Više nije bilo kritike i kritičara (zbog straha od tužbi) zato je medijski prostor bio prepun sadržaja koje niko nije pregledavao, popravljao i razvrstavao. Istina i laž imale su jednaku vrednost. Novi autori i autorke većinom su pisali za sebe ili za mali broj onih koji misle isto kao i oni. Broj pisaca je postao veći nego broj čitalaca. Time je izdavaštvo kao posebna delatnost postalo nepotrebno.

Skoro 150 godina kasnije stičemo utisak da se Vernova vizija sveta ostvaruje. Međutim, to je samo prvi utisak koji nas ne sme navesti na razmišljanje da ništa ne možemo uraditi. Možda je upravo misao da ne postoji alternativa (famozna TINA – *there is no alternative*) onaj način razmišljanja u koji moramo usmeriti kritičko mišljenje i delovanje. Alternativa (ili bolje rečeno alternative) postoji. Nude je pojedinci i grupe od kojih svako na svom području delovanja, s ograničenim sredstvima i ograničenom političkom podrškom pokušavaju osmisliti i realizovati promene. Već gotovo dve decenije u našim istraživanjima bavimo se traženjem odgovora na naizgled jednostavno pitanje – zašto imamo takve medijske sisteme? Tražimo kompleksne odgovore i pokušavamo ponuditi mogućnost drugačijeg promišljanja sistema i alternativa. Već drugu deceniju upozoravamo na posledice koncentracije medijskog vlasništva za pluralizam medija (Hrvatini i Petković, 2004), definisali smo pojam medijskog integriteta i tražili da postane ključna

referenca u medijskoj politici i uspostavljanju medijskog sistema zasnovanog na delovanju medija u javnom interesu (Hrvatini i Petković, 2014), proučili smo i ponudili mogućnosti alternativnih izvora finansiranja medija (Živković, 2016) i isticali važnost uloge javnog medijskog servisa u zaštiti prava građana na informisanje i delovanja javnog komunikacionog prostora (Hrvatini i Petković, 2004, 2014; Petković, Panić i Hrvatini, 2016). Smatramo da je medijske sisteme moguće reformisati (ne samo kozmetički popraviti površnim promenama zakona) i učiniti ključnim oruđem za kritičko razmišljanje i delovanje u rukama građana. Zato je ovo naše najnovije istraživanje fokus analize preusmerilo na medijsku i informacionu pismenost i njenu ulogu pri opismenjavanju građana za razumevanje sveta u kom žive. Međutim, kao što se može videti iz aktivnosti u pojedinim državama uključenim u našu analizu, aktivnim građanima pre svega potrebna je aktivna država. Potrebno nam je više, a ne manje države, i to države koja neće upravljati (*governance*) nego voditi politiku (*governing*) (Brown, 2015: 135).<sup>40</sup>

Širenje lažnih informacija radi manipulisanja javnim mnjenjem, zloupotreba ličnih podataka građana u komercijalne i političke svrhe, netransparentnost algoritama koji određuju šta će se širiti u javnom prostoru i šta ne, kriza novinarstva zbog koje su mediji postali samo jedan od izvora informacija, i to ne onaj najvažniji, za veliki broj građana su problemi koji zahtevaju aktivnu državnu politiku. Takvim manipulacijama može se odupreti tek onda kad interesi monopolista u informacionom kapitalizmu ne budu više ispred interesa građana i njihovih temeljnih komunikacionih prava. Bez tih prava i njihove zaštite nemoguće je aktivno zalaganje za društvene promene. Algoritmi i pametne mašine nikako ih ne mogu osigurati. Ne mogu (ili ne žele) ih osigurati ni medijski vlasnici koji su zajedno s vlasnicima komunikacionih portala i tehnokratskim političarima privatizovali jedno od temeljnih prava svakog građanina u demokratskom društvu – pravo na verodostojne, istinite i na javnom interesu utemeljene medije.

Medijska i informaciona pismenost ili ono što Daglas Kelner (Douglas Kellner) (1995) naziva „kritička medijska pedagogija“ predstavlja mogućnost oblikovanja novih načina komunikacije građana u javnom prostoru, a ne korisnika usluga u komercijalnom odnosu razmene. Današnji mediji (odnosno uopšte mediji kroz dugu istoriju svog delovanja) ne omogućavaju ravnopravan pristup svim učesnicima u javnoj raspravi. Oni koji imaju vlasništvo nad produkcijskim sredstvima (u našem slučaju medijima i komunikacionim platformama) odlučuju o tome ko može govoriti i o kome se govori. Medijski prostor je samo „tržište“ na kojem se nosioci različitih mišljenja bore za medijsku pažnju publike. Time su građani redukovani na potrošače medijskih sadržaja koje vlasnici medija prodaju oglašivačima za profit. Medijska i informaciona pismenost, uprkos svojim pozitivnim nastojanjima, pokušava da reši nagomilane probleme

<sup>40</sup> Vođenje politike (*governing*) podrazumeva, prema Braunu (Brown), aktivno političko delovanje, i razlikuje se od upravljanja (*governance*), sastavljenog od niza nepovezanih praksi, pregovaranja i uveravanja koje vlade usmeravaju u one nad kojima vladaju.

medijske industrije jednostrano – pokušava da opismeni potrošače i istovremeno razrešava svake odgovornosti medijske producente (medijske vlasnike, urednike i novinare). Demokratizacija medijskog sistema zahteva kritičku refleksiju činjenice da je od liberalnog principa javnosti kao prostora javne rasprave u kojoj se suočavaju različita mišljenja i argumetni ostalo veoma malo ili gotovo ništa. Medijska i informaciona pismenost, kako je mi razumemo, usmerena je na opismenjevanje svih aktera medijskog sistema: od građana, do medija i političara. Važno je dodati da medijska i informaciona pismenost nije organizovani sistem oblikovanja moralnih sudova o medijskim sadržajima, niti je (samo) učenje kako biti medij sam, nego je proces u kojem se učimo kako da komuniciramo, kako da rešavamo komunikacione konflikte, kako da ukrotimo demone demokratije.

Da bismo razumeli značaj medijske i informacione pismenosti, moramo razumeti zašto imamo takve medije i takav medijski sistem. Koji su ključni trendovi koji su ga oblikovali, kakav je bio uticaj liberalizacije medijske politike na pluralizam medija, kako se menjao položaj i uloga javnih medijskih servisa, kakvi su bili odgovori zakonodavaca na nacionalnom i nadnacionalnom nivou (nivou EU) u vezi sa zaštitom slobode izražavanja i slobode medija, kao i kako se menjala medijska publika i njene medijske navike? Kad to shvatimo, onda ćemo lakše shvatiti koliko je važno da medijska i informaciona pismenost postane deo javne obrazovne politike. Fragmentacija i segmentacija i medijske ponude i medijske potražnje, komercijalizacija ličnih podataka građana na društvenim mrežama, ali i gubitak poverenja ljudi u verodostojnost medija (istovremeno s gubitkom poverenja u sve političke elite i reprezentativnu demokratiju) zahteva od svih nas kritičko razmišljanje o tome kakvi su nam mediji potrebni.

## Mapiranje sveta

Iako se čini da mediji nemaju značajnu ulogu u procesu obrazovanja svoje publike i da obrazovanje publike, kao što neki predstavnici medija tvrde, nije njihov posao, to nije istina. Služenje javnosti (*public service*) kao temeljna funkcija javnih medija od njihovog nastanka pre gotovo jednog veka temeljila se na obrazovanju njihove publike. Obrazovati, informisati i nuditi zabavu (tim redosledom) bili su zahtevi za sve stvaraocima programskih sadržaja. Naravno, ta obrazovna funkcija javnih medija nije bila zamišljena kao zamena za institucionalni sistem obrazovanja koji je oduvek bio u ideološkom domenu države. Stvaraoci medijskih sadržaja su bili svesni odgovornosti koju donosi njihov rad namenjen masovnoj publici. Odgovornost (*accountability*), osećaj odgovornosti (*responsibility*) i odzivnost (*responsivness*) postala su temeljna organizaciona načela delovanja javnih medija. Odgovornost se odnosila na brigu za javni interes,

osećaj odgovornosti za visoke profesionalne standarde rada svih zaposlenih, a odziv na uspostavljanje čvrste veze s publikom kojoj mediji služe. U slučaju štampanih medija nikad nije uspostavljena obaveza da ispunjavaju te standarde. Naravno da su novinari poštovali standarde obavljanja svog zvanja i da su se oblikovali određeni mehanizmi samoregulacije koji su sprečavali državu da represivno utiče na novinarski rad, a stvaranje proizvoda koji će (poštujući ranije navedene standarde) donositi profit vlasniku bila je odgovornost svih zaposlenih. Komunikacione platforme i društveni mediji nisu mediji u onom smislu koji važi za štampane medije, radio, televiziju i audiovizuelne medijske usluge. Oni su tehnološka i komunikaciona platforma na kojoj milioni korisnika objavljuju i razmenjuju svoje poruke, oblikuju prostor javne komunikacije ne da bi pri tome snosili bilo kakav vid odgovornosti, karakterističan za medije. Njih ne veže nikakav javni interes (osim pružanja komercijalne mogućnosti pristupa tim uslugama svim korisnicima), a istovremeno su postali najvažniji izvor informacija i najvažniji kanal komuniciranja za veliki deo populacije.

Pre nego što pokažemo kako je odgovornost onih koji učestvuju u činu potrošnje medijskih sadržaja zamenila odgovornost medijskih producenata koji učestvuju u produkciji medijskih sadržaja moramo razumeti šta je to u medijskom delovanju što utiče na način kako ljudi razumeju svet u kojem žive.

Mediji imaju važnu ulogu u procesu stvaranja i legitimisanja dominantnih pogleda na svet. Oni su, kako to po običaju ističu kritički medijski pedagozi, ključan instrument u „radikalnom demokratskom projektu“ stvaranja kritičkih javnih prostora mišljenja i delovanja informisanih i društveno aktivnih državljana. Mediji ne određuju samo teme o kojima će se raspravljati u javnosti nego pre svega nude njihove prihvatljive interpretacije – obrazlažu nam zašto i kako se nešto dogodilo. Realni svet je previše komplikovan i nedokučiv za neposredno iskustvo. Za razumevanje svih dimenzija problema, svih različitih pogleda i nebrojenih interpretacija sami nemamo dovoljno znanja. Pa ipak smo u takvom okruženju prisiljeni da delujemo, rekonstruišemo ga, i s određenim pojednostavljenim modelom interpretacije da ga razumemo. „Ako želimo putovati svetom, trebaju nam mape,“ piše Valter Lipman (Walter Lippmann) u knjizi *Javno mišljenje* (1991: 41). Upravo su mediji oni koji nam nude te „mape“, oni iscrtavaju puteve kretanja i postavljaju putokaze pomoću kojih razumemo i događaje, koji se svakodnevno događaju oko nas. Mediji su sakupljači i razlagači događaja koje sami nismo iskusili i o kojima u najvećem broju slučajeva nemamo oblikovano mišljenje ili stavove. Na medije gledamo kao na verodostojne izvore informacija, kao na hroničare događaja, kao garante da se ono o čemu izveštavaju stvarno dogodilo. Mediji svoju kredibilnost grade na tome da su za nas najvažniji nezavisni izvor informacija i interpretacija. Većina ljudi kredibilnost sadržaja informacije ocenjuje po izvoru – na temelju toga ko nam govori ocenjujemo verodostojnost onoga što je bilo rečeno. Zato na delovanje medija ne možemo gledati kao na bilo koju drugu poslovnu delatnost.

Masovni mediji (pre svega radio i televizija) izuzetno su važna istorijska institucija 20. veka. Britanski istoričari Asa Brigz (Asa Briggs) i Piter Burke (Peter Burke) u knjizi *A Social History of The Media – from Gutenberg to The Internet* (2009) pripisuju važnu ulogu pri nastanku i jačanju savremenih nacionalnih država. Nacionalni radio i televizija su državljane i državljanke određene nacionalne države povezale u jezičku i kulturnu celinu – medijsku zajednicu. Masovni mediji i masovna publika su bili ključni i za posleratne političke teoretičare liberalne demokratije koji su zagovarali ideju slobodnih i informisanih državljana koji na izborima biraju svoje političke predstavnike uz pomoć informacija koje im posreduju mediji. Ideja reprezentativne demokratije je medijskim preduzećima omogućila privilegovan status „čuvara demokratije“. Samo oni su mogli ulaziti u dnevne sobe različitih slojeva društva s jedinstvenim političkim, kulturnim i zabavnim sadržajima. Izraz čuvari demokratije moramo shvatiti doslovno. Uloga medija je bila (i još uvek jeste) neprocenjiva za očuvanje određenog organizacionog i produkcijskog modela karakterističnog za posleratni svet. Od polovine 20. veka pa nadalje, do tada prevladavajući bipolarni medijski sistem (moćan javni servis i počeci komercijalnih RTV programa), počeo se menjati. Liberalizacija medijskog tržišta bila je praćena nastajanjem sve većeg broja komercijalnih medija koji su pokušavali privući pažnju specifične publike i oglašivača. Od 80-ih godina prošlog veka nacionalne države počele su da dodeljuju koncesije za emitovanje sve većeg broja komercijalnih RTV programa kojima je nacionalno tržište uskoro postalo tesno. Nacionalni mediji su se u pojedinim državama morali takmičiti s globalnim (pre svega američkim korporacijama), a medijskom prostoru trebalo je sve više novih programskih sadržaja. Tržište štampanih medija koje je decenijama imalo primat nad oglašivačkim novcem dobilo je jaku konkurenciju u televiziji. Ideja o besplatnim novinama je kratkoročno možda donela veliki broj čitalaca, ali je dugoročno uništila tržište i odgajila publiku koja nije više bila spremna da plaća za novinarske sadržaje. Koncentracija medija odvijala se takvim tempom da je sve veći broj medijskih preduzeća promenio vlasnika i postalo deo velikih medijskih konglomerata. Nacionalni i nadnacionalni zakonodavci (EU) nisu na to imali efikasan odgovor. Deklarativno zauzimanje za pluralizam medija nisu pratili delotvorni mehanizmi koji bi ga u praksi i osigurali. Države u regionu jugoistočne Evrope su nakon promene socijalističkog društvenog sistema početkom 90-ih godina prošlog veka stupile u globalni medijski svet na koji nisu bile spremne. Od neuspešnih privatizacija, nedelotvornog zakonodavstva koje nije osiguralo nadzor nad njegovim sprovođenjem, instrumentalizacije medija i korupcije oglašivačkog prostora nastajali su obrisi nefunkcionalnih medijskih sistema unutar kojih su najveći gubitnici bili novinari i građani. Globalna finansijska kriza 2008. godine je sve nagomilane probleme u medijskoj industriji samo pojačala. Postalo je jasno da interese građana i njihovo pravo na raznoliku informacionu ponudu više niko ne štiti. Seljenje medija, oglašivača i publike na internet bio je samo poslednji kamen u mozaiku medijske krize. U tom kontekstu je ideja medijske pismenosti odnosno jačanje



kritičke uloge „medijskih potrošača“ postala deo političke agende većine država. Međutim, nikada nije bilo jasno kako tu ideju ostvariti u praksi. Traženje mogućih modela koji bi delovali u praksi bilo je prepušteno civilnom društvu. To traženje traje i danas.

## Kriza sistema koji se odupire reformi

Američki novinar i urednik Aleks Džons (Alex Jones) je u knjizi *Losing The News* (2009) analizirao posledice ekonomske krize na medije i novinarstvo. Opisao je ekonomski model na kom počiva medijska industrija i pokazao da je prodajni i oglašivački model koji je osiguravao novac za delovanje medija iscrpljen. Krizu medija i novinarstva pratilo je smanjivanje novinarskih redakcija, zatvaranje dopisništava, iskorišćavanje privremeno zaposlenih medijskih radnika, pritisci kapitala na urednike, povećavanje radnih obaveza medijskih radnika, uticaj informacionih posrednika (lobista i predstavnika službi za odnose s javnošću) doveo je do povećanja udela onih medijskih sadržaja koji nastaju recikliranjem tema, formi i načina interpretacije. Stari poslovni model se, po mišljenju Džounsa, i nakon mogućeg ekonomskog oporavka neće vratiti, zato će novinari morati da potraže nove izvore finansiranja – pre svega za pokrivanje važnih tema, tema bez kojih ne možemo da zamislimo informisanog državljanina i demokratsko društvo.

Džonsovo razmišljanje rašireno je među brojnim teoretičarima medija i medijskim praktičarima. Novinari vide krizu medijske industrije i umiranje novina isto kao i nekadašnji industrijski radnici koji su u 70-im i 80-im godinama prošlog veka izgubili posao: rudari, radnici na pokretnoj traci i brojni drugi koje je pogodila kriza masovne proizvodnje, globalizacija i automatizacija. Novinari i vlasnici medija konačno su pronašli isti cilj: spasiti medijsku fabriku. Vlasnici je spašavaju tako što otpuštaju zaposlene, kupuju druge medije, centralizuju redakcije i pokušavaju da utiču na zakonodavca da zaštiti njihov položaj na tržištu i ograniči delovanje internet konkurenata. Novinari se nadaju da će nakon krize možda dobiti boljeg vlasnika (obično govore o „strateškom vlasniku“) ili pak razmišljaju o preuzimanju medija u kom rade ili ustanovljavanju svoje medijske fabrike. A ni jedni ni drugi uglavnom ne razmišljaju o tome kako da vrate publiku, kako građanima da objasne zašto su mediji i novinarstvo važni.

Džon Mekmanus (John H. McManus) je u knjizi *Market Driven Journalism – Let The Citizens Beware?* (1994) objasnio tržišne mehanizme pomoću kojih su oglašivači oblikovali medijske sadržaje i s usmeravanjem priliva oglašivačkog novca uticali na uspeh ili propast određenog medijskog preduzeća. Za nove korporativne medijske vlasnike novinar-

ski rad je bio važan dok im je pomagao da prodaju oglase i stvaraju profit. Zahtevi vlasnika za sve veći profit medija pratili su ukidanje skupih i tržišno nezanimljivih redakcija koje deoničarima nisu donosile prihode. Komercijalizaciju novinarstva pratili su i drugi politički i ekonomski trendovi: liberalizacija medijskog tržišta i deregulacija, koncentracija medijskog vlasništva i smanjenje medijskog pluralizma. Ti trendovi su decenijama zabrinjavali samo kritičke medijske teoretičare, novinarska udruženja i aktiviste civilnog društva koji su upozoravali na posledice koje narušavaju slobodu izražavanja. Krizu su počeli osećati i medijski vlasnici u trenutku kad su tradicionalni oglašivači ustanovili da mediji nisu više najbolja platforma za posredovanje oglasnih poruka. Internet oglasi, elektronske društvene mreže, pretraživači i agregatori vesti su za znatno niže cene oglasa nudili oglašivačima daleko bolji prodajni učinak. Gugl (Google), Fejsbuk (Facebook), Amazon i drugi vlasnici komunikacionih platformi svoje korisnike poznavali su daleko bolje nego mediji. Oni su pratili svaki njihov klik, sve ključne reči u pretraživačima, svaku kupovinu i svaki pročitani sadržaj. Internet je pokazao kako je snažna bila zavisnost medijskih preduzeća od samo jednog poslovnog modela: prodaje oglasa. Neposredna transakcija s medijskim potrošačima – kolportaža, televizijska pretplata, prodaja digitalnih paketa – nije ostvarivala dovoljno prihoda brojnim medijskim organizacijama. Iako bi pretpostavili da su mediji dobili lekciju o tome kakve su posledice „monokulturnog“ modela, internet preduzeća krenula su istim putem. Internet ekonomiju isto tako pokreće oglašavanje i novac ulagača koji u informacionoj infrastrukturi vide mogućnost još većeg profita. Pritisci tržišta, o kojima piše Mekmanus, na internetu su postali još izraženiji zbog optimizacije rada i kompjuterskih algoritama kojima se može marketinški iskoristiti svaki klik, novinarski prilog ili korisnički sadržaj: blog, tvit, videosnimak ili objava na društvenim mrežama. Dominacija oglašivačkog modela u medijskoj industriji je gotova, a novi održivi model još nije na vidiku. Novinari nisu suočeni samo s gubitkom oglašavanja koje je finansiralo njihov rad, nego i s traženjem novih načina plaćanja novinarskog rada i traženjem novog (ili vraćanje ka starom) smisla za obavljanje novinarskog rada. Pokazalo se da kriza nije strukturna nego sistemska i da su njene posledice katastrofalne za novinarstvo.

Medijsku fabriku tokom većeg dela 20. veka patila je standardizacija novinarskog rada i medijskih sadržaja. Dok je na pokretnoj traci gledao proizvodnju svog prvog auta namenjenog masovnoj potrošnji, Henri Ford (Henry Ford) je izjavio: „Model T zahteva 7882 operacija, od kojih samo 12 posto zahteva snažne, spretne i fizički potpuno zdrave ljude. Za ostale operacije, kao što možemo videti, 670 njih mogu obaviti ljudi bez obe noge, 2637 ljudi bez jedne noge, dve operacije mogu raditi ljudi bez obe ruke, 715 ljudi samo s jednom rukom i deset operacija mogu obaviti slepi“ (Ford, 1923: 109). Univerzalne fabrike masovne produkcije namenjene odmasovljenoj potrošnji izolovanih pojedina-

ca temelje se na još većoj standardizaciji rada koju obavljaju algoritmi. Trenutak u kom osnivač univerzalne fabrike (recimo Gugl) preuzme poslove tradicionalne fabrike vesti predstavlja poseban istorijski ciklus koji je opisao kanadski pravnik Tim Vu (Tim Wu) u knjizi *The Master Switch – The Rise and Fall of Information Empires* (2010).

Današnji informacioni monopolisti pokušavaju na sve moguće načine da izbegnu prokletstvo starogrčkog boga Kronosa, upozorava Vu. Kronos se plašio proročanstva po kom će ga jedno od njegove dece zbaciti s prestola vrhovnog boga. Zato je odmah nakon njihovog rođenja pojeo svoju tek rođenu decu dok mu nije pobegao sin Zevs koji je ispunio proročanstvo. Na isti način stari informacioni kronosi (mediji) koristili su svu svoju moć i uticaj da bi onemogućili nove poslovne zevse koji bi ugozili njihovu nadmoć (često uz pomoć države i regulatora). Telegrafski monopolisti gušili su razvoj telefonije. Telefonska imperija pokušavala je da zaustavi razvoj radija. Radijskim vlasnicima je nekoliko decenija uspevalo da ograniče razvoj televizije na radio sa slikama.

U takav ciklus su se u poslednjoj deceniji zaplela medijska i telekomunikaciona industrija koje pokušavaju na sve načine da ograniče uticaj interneta. Španski i nemački izdavači su Guglu zabranili da u uslugu Gugl Njuz (Google News) bez nadoknade uključe sadržaje novina i revija. Književni izdavači su zahtevali da Gugl zbog kršenja autorskog prava mora zaustaviti projekat skeniranja knjiga Gugl Buks (Google Books) u kom je bilo nekoliko miliona digitalizovanih književnih naslova. Vlasnici telekomunikacione infrastrukture – nacionalni telekomi, kablovski i drugi telekomunikacioni operateri – pokušavaju s kršenjem načela internet neutralnosti da ograniče internet preduzeća (pre svega Netfliks (Netflix)) koji na njihovoj infrastrukturi nude konkurentne internet usluge: prodaju, prenos muzike i videa, skladištenje podataka u oblacima, telefoniju i kratke poruke. Ono što je bitno različito kod informacionih monopolista jeste da imaju gotovo potpun nadzor nad tehnologijom i sadržajem, čime postaju najveći urednici i tutori naše medijske potrošnje.

Kanadski politički ekonomista Vinsent Mosko (Vincent Mosco) (2014) upozorava da savremene baze podataka mogu izgraditi i održavati samo najveća preduzeća i države, zato je internet industrija daleko više koncentrisana i centralizovana nego medijska. Kompleksni informacioni sistemi zahtevaju daleko usklađeniji radni proces nego što je to bilo karakteristično za nekadašnje medijske fabrike. Umesto živih ljudi te kompleksne procese preuzimaju algoritmi i roboti kojima ritam rada određuju sve brži kompjuterski procesori. Gugl je u jedinstvenom korisničkom računu objedinio podatke koje do sada nije mogla sakupiti ni država: pretragu na internetu, sadržaj privatnih elektronskih poruka, lokaciju, potrošačke navike i ukuse, lične kontakte i aktivnosti na društvenim mrežama, seksualno opredeljenje i

političko uverenje. Kada upravljamo ličnim profilom na Fejsbuku, kada biramo video snimke na Jutjubu (YouTube) ili dodajemo slike na Instagram, sve vreme ostavljamo svoje tragove koje vlasnici platformi sakupljaju i prodaju. U slučaju medijske industrije njihova publika je bila valuta koja se prodavala oglašivačima, a za vlasnike platformi su valuta postali naši lični podaci. Taj proces nije jednosmeran. Korisnici usluga koje nude platforme počinju da prilagođavaju svoje ponašanje (npr. odabir informacija) ponudi koju oblikuju algoritmi, čije delovanje nije transparentno. Današnji programeri znaju dobro da analiziraju i predvide novi muzički hit, znaju da prevode sa stranih jezika, napišu simfoniju ili sonet ili napišu algoritme koji sastavljaju solidne novinarske tekstove (Steiner, 2012). Pri tome se ne smemo ograničiti samo na analizu tehnološkog oruđa koje kroji našu medijsku potrošnju nego moramo analizirati društvene i ekonomske trendove koji utiču na širenje njihovog korišćenja: automatizacija, smanjivanje troškova rada, uverenje da samo efikasnim korišćenjem informacionog oruđa zadržavamo visok ekonomski rast i rešavamo neke od najvećih problema čovečanstva (klimatske promene, preteranu eksploataciju prirodnih izvora, siromaštvo...), a bez radikalnog razmišljanja o održivosti sadašnjeg društvenog uređenja.

Erik Brajnolfson i Endru Mekafi (Erik Brynjolfsson i Andrew McAfee) (2016) uvereni su da će pametne mašine već u prvom talasu automatizacije nadoknaditi brojne poslove u kojima danas radi gotovo polovina svih zaposlenih. Pomislite na samovozeće automobile. Zaposleni u tzv. kreativnoj industriji uvereni su da su njihova radna mesta sigurna. Algoritmi su najefikasniji upravo na poslovima gde se obavljaju logički i strukturirani procesi analize podataka: računovodstvo, prevodjenje, pisanje žanrovskih tekstova i muzike, medicinska dijagnostika. Algoritmi u novinarstvu proizvode standardizovane novinarske tekstove koji su već duže vreme realnost i u nealgoritamskom novinarstvu. Najteže će biti zameniti radna mesta u tzv. emotivnoj ekonomiji, koju sada većinom obavljaju žene i to bez finansijske nadokande ili za niske plate, smatraju Brajnolfson i Mekafi (2016).

Obrazovni sistem koji se temelji na produkciji tačno definisanih kadrova za tačno definisana radna mesta moraće se promeniti. Brajnolfson i Mekafi umesto katastrofalnih ocena stanja daju predloge kako koristiti tehnologije za blagostanje celog čovečanstva. Ne zaboravimo činjenicu koja se kao nit vodilja provlači kroz ceo naš tekst: najveći deo kolača (novca) dobiće vlasnici pametnih mašina – algoritama i elektronskih platformi, što posledično znači povećavanje (ne i smanjenje) društvene nejednakosti i jačanje društvene i političke moći malobrojnih. U današnje vreme više nego bilo kada važi da onaj koji ima nadzor nad komunikacionim kanalima, ima nadzor nad onim što putuje po tim kanalima i nadzor nad onim što korisnici tih kanala troše.

Informaciona i komunikaciona prava državljana, sloboda izražavanja, slobodan pristup informacijama i zaštita pri-

vatnosti zahtevaju aktivnu ulogu države. Bez tih prava teško je zamisliti aktivnog građanina i aktivizam usmeren ka pozitivnim društvenim promenama. Politička i ekonomska istorija moderne države pokazuju da porast elektronskog nadzora nije moguće razumeti samo kao problem tehnologije. Na kraju krajeva, tehnološki nadzor moguće je ograničiti korišćenjem protiv-tehnologija koje štite naša informaciona prava. Ali za to nam je potrebno znanje koje nam nijedan institucionalni obrazovni sistem ne nudi.

Tehnološki preduzetnici koji su u poslednje dve decenije postali i medijski vlasnici ili ustanovili nova medijska preduzeća u svojim javnim nastupima predstavljaju se kao čuvari informacionih prava svojih potrošača (ne građana!). Pomislimo na Marka Cukerberga (Mark Zuckerberg), osnivača Fejsbuka, koji se u poslednje vreme mora javno opravdavati zbog zloupotreba usluga koje nudi njegova korporacija. U svim njegovim tekstovima je reč zajednica (community) ključna. Fejsbuk je omogućio nastajanje najveće komunikacione ljudske zajednice u istoriji. Fejsbuk omogućava milijardi ljudi da čini komunikacionu zajednicu. Postavljena je teza da je nemoguće zbog malog broja onih koji zloupotrebljavaju usluge Fejsbuka kazniti milijardu drugih kojima je njegova tehnologija najvažniji informaciono-komunikacioni kanal. Tvrdnja da država ne sme posezati u slobodu izražavanja blizu je konceptu regulacije mekanog dodira (*soft touch regulation*), a takav pristup su od 90-ih godina prošlog veka zagovarali vlasnici televizijskih programa. Svi oni veruju da su komunikacione platforme pozitivna alternativa ideološko opterećenim masovnim medijima koji služe interesima nacionalne politike. Kojim interesima služe platforme nije teško zamisliti. Interesima svojih vlasnika koje niko – ni nacionalna država ni nadnacionalna zajednica, kao na primer EU – ne može nadzirati. I upravo zbog toga je medijska i informaciona pismenost ključna. Moramo znati kako informacione i komunikacione platforme deluju, moramo znati kako deluje algoritam i moramo znati ko kontroliše komunikacije. Biti medijski i informaciono pismen nije samo odgovornost svakog od nas, nego je to pre svega odgovornost javne politike.

## Kult informacije

Pojam informacije je poslednjih dvadeset godina postao neizbežan kako u akademskom tako i političkom govoru o medijima i komuniciranju. Tako smo govorili o informacionom društvu (njegov dolazak su svi najavljivali), o informatičkoj ekonomiji, o vrednosti informacija i o informacionoj privatnosti. Ono što je bitno za našu analizu jeste da se pojam informacija koristi kao oznaka za sve: od matematičke formule, vremenske prognoze, stanja na putevima do novinarskog teksta. Pojam je u društvene nauke došao iz kibernetike i odnosio se ne samo na ljudsku komunikaciju,

nego i na komunikaciju ljudi s mašinama i komunikaciju mašine s mašinama. Norbert Viner (Norbert Wiener) je svojim radom nadahnuo prve teorije komuniciranja čiji je temeljni cilj bio da ustanovi kako komunikacija sistemu pomaže da deluje. „Informacijom se naziva sadržaj onoga što razmenjujemo sa spoljnim svetom, dok mu se prilagođavamo i dok utičemo na njega svojim prilagođavanjem“ (Wiener, 1973: 32). Viner su zanimali komplikovani fiziološki kontrolni mehanizmi koji u telu održavaju osetljivo stanje homeostaze. Ti fiziološki mehanizmi su za njega bili nekakvi informacioni sistemi koji su delovali po sistemu povratne sprege. Kibernetika je u 60-im i 70-im godinama prošloga veka postala izuzetno zanimljiva za studente računarstva, naučnike koji su razvijali veštačku inteligenciju i pionire kibernetičke kulture koji su u „informacionoj mašini“ videli revolucionarnu mogućnost da preko povratnih sprega uspostavimo homeostatsku ravnotežu u društvu. Međutim, Viner nije bio samo matematičar i pokretač „kibernetičkog menadžmenta“. Bio je i prvi koji je upozoravao na moguće probleme koje donosi društvu. Bio je protiv bilo kakvog kulta informacije koji se kao virus počeo širiti svetom. Zabrinjavala ga je mogućnost da veštačku inteligenciju i automatizaciju preuzmu „nehomeostatski“ faktori koji su u prošlosti preuzeli nadzor nad tehnološkim dostignućima industrijske revolucije: kapital, tržišno nadmetanje, diktatura konkurencije i pohlepa. Oštro se protivio mišljenju da je slobodno tržište po svojoj prirodi homeostatsko i tvrdio da iz sukoba privatnih interesa nikako ne može nastati čudesno uravnotežen svet. Kapitalizam je upoređivao s društvenom igrom monopol, u kojoj na kraju igre uvek pobjedi samo jedan igrač dok su svi ostali gubitnici. Prilikom nastajanja ili razbijanja „društvene homeostaze“ imaju, prema Vineru, veliku ulogu masovni mediji za koje važe sva pravila nehomeostatskog kapitalizma.

Kapitalistički informacioni sistemi nisu neutralni, kaže Viner u poslednjem poglavlju knjige *Cybernetics* (1965). Objasnjava da novine ne možemo prodati bez određene doze religije, pseudonauke i pornografije. Na radijske programe utiču istraživanja slušanosti, analize potrošnje i istraživanja javnog mnjenja pomoću kojih vlasnik medija želi doznati uolikoj meri je publika njegovog medija prijemčiva na laži i manipulacije pomoću kojih se prodaje određeni proizvod ili usluga. Zato u medijima ne možemo jednostavno ustanoviti koja je informacija prava iako je istinita, jer je veliki broj drugih (isto tako važnih informacija) izostao ili bio namerno prećutan. Ukoliko želimo da razumemo ko razbija homeostazu u društvu, moramo se najpre upitati ko ima kontrolu nad sredstvima kojima društvo komunicira. Upravo ti komunikacioni sistemi su podvrgnuti određenim ograničenjima koja sprečavaju homeostazu. Prvo ograničenje odnosi se na težnju sistema prema stvaranju profita: neprofitne medije ili medije koji ne stvaraju dovoljno profita zamenjuju profitabilniji. Drugo ograničenje odnosi se na vlasništvo komunikacionih sredstava u određenom društvu. Vlasnici sredstava su malena grupa onih koji u svojim rukama drže bogatstvo i žele da se takav sistem nikada ne promeni. Treće ograničenje se odnosi na želju vlasnika komunikacionih sredstava prema političkoj moći. Sve dok su

mediji prepušteni igri moći i novca, teško je očekivati da će delovati u javnom interesu. Kao što vidimo, Vinerov pogled na „informaciono društvo“ bio je daleko od današnjeg depolitizovanog pogleda na informacione tehnologije. Zato je i razumljivo da su iz javnog diskursa nestala sva njegova upozorenja o rušilačkoj moći informacionih tehnologija.

Tehnološki determinizam („informaciono društvo će doneti koristi za sve“) nikada nije imao svoje uporište ni u teoriji ni u praksi. Službena doktrina nove informacione ekonomije (digitalne ekonomije, kreativnih industrija) temelji se pre svega na tome da tehnologija omogući globalnu mobilnost kapitala i usluga (ne i ljudi), bez ograničenja nacionalnih država, bez regulacije i bez poreza. Istorija nam nudi dragocenu poruku da današnje nedemokratsko korišćenje informacionih i komunikacionih tehnologija nije jedino moguće. Viner je to dobro znao. U knjizi *Kibernetika i društvo* (1973) je zapisao: „Teško nama ako mašinama prepustimo da odlučuju o našim postupcima, ako prethodno nismo proučili zakone njihovog delovanja i uverili se da će postupati prema principima koji su nam prihvatljivi. (...) Čovek koji ovoga nije svestan, a prebacuje problem odgovornosti na mašinu, ne vodeći računa o tome da li je ona u stanju da uči ili nije, samo baca svoju odgovornost u vetar da bi je video kako se vraća s olujom“ (Wiener, 1973: 238).

Radnici su organizovanom borbom morali da prisile političare da o njihovim pravima ne razmišljaju samo u okviru povećavanja efikasnosti proizvodnje nego da moraju uvažiti i nedopustivost iskorišćavanja, pravo na poštenu nadoknadu za rad i sigurne uslove rada. Pripadnici društvenih kategorija koje su birokratski standardi i normativi katalogizovali među „nenormalne“, za svoja politička i ljudska prava morali su se izboriti tokom decenijske ili vekovne borbe za ravnopravnost. Zagađenje okoline je dugo bilo neizbežan pratilac industrijalizacije dok ga nisu počele problematizovati organizovane grupe zaštitnika okoline koje su zagovarale stav da je zaštita prirode stvar svih, našeg zajedničkog životnog prostora, a ne privatni interes vlasnika fabrika. Isto važi i za medijsku pismenost. Zahtevati pravo na verodostojne medije koji služe javnosti i omogućavaju svima pristup informacijama od javnog značaja temeljno je komunikaciono pravo za čije poštovanje se mora brinuti država prihvatanjem toga da je sloboda izražavanja pravo svih, a ne samo onih koji imaju u vlasništvu komunikaciona sredstva.

# Medijska i informaciona pismenost – odgovornost države

Medijsku i informacionu pismenost smo za potrebe našeg istraživanja definisali kao „kognitivne, tehničke i socijalne veštine i sposobnosti građana za pristupanje, kritičko ocenjivanje, korišćenje i doprinosenje informacija i medijskog sadržaja putem tradicionalnih i digitalnih informacionih i medijskih platformi i tehnologija, uz razumevanje kako te platforme i tehnologije deluju, kako da prilikom njihovog korišćenja upravljaju vlastitim pravima i poštuju prava drugih, kako da prepoznaju i izbegnu štetne sadržaje i usluge, kako bi svrsishodno koristili informacije, medijske sadržaje i platforme i zadovoljili svoje komunikacione potrebe i interese kao pojedinci i kao pripadnici svojih zajednica, te da bi praktikovali aktivno i odgovorno učešće u tradicionalnoj i digitalnoj javnoj sferi i u demokratskim procesima“. Definicija pokušava da sintetizuje sve, po našem mišljenju, ključne elemente koji na celovit način pokrivaju ciljeve medijskog obrazovanja ljudi. Istraživači iz pet država uključenih u analizu (Albanija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Makedonija i Srbija) na različite načine i fokusiranjem na različite teme analizirali su stanje medijske pismenosti – od ključnih aktera, inicijativa civilnog društva, uloge javnih medija, do odnosa đaka i nastavnika u kontekstu delotvornosti važećih obrazovnih modela medijske pismenosti. Očito je da ni u jednoj državi ne postoji sistemski i dugoročna politika na tom području, a često podsticaj za uvođenje tih sadržaja u obrazovni sistem ili sprovođenja istraživačkih projekata dolazi od međunarodnih institucija i donatora. Uprkos deklarativnoj podršci medijskom opismenjavanju ne postoji jasna vizija o tome zašto je to potrebno, a još manje kako proveravati da li konkretni pokušaji opismenjavanja stvarno deluju. U većini slučajeva odgovornost za medijsko opismenjevanje građana pripisuje se obrazovnom sistemu, civilnom društvu i regulatorima medija, a retki su primeri da se u celokupan proces aktivno uključe i sami mediji.

Medijska i informaciona pismenost je s obzirom na stanje medija i razvoj novih oblika komuniciranja na platformama jedan od ključnih elemenata medijske politike. Evropski dokumenti i politike na tom području prepuštaju nacionalnim državama da same razviju delotvorne modele medijskog opismenjavanja. U nekim državama važnu ulogu igraju javni mediji, u drugim je to u nadležnosti nezavisnih regulatora, a većina država je te sadržaje uključila u institucionalno obrazovanje đaka i studenata. Međutim, medijska i informaciona pismenost mora postati sistem opismenjavanja svih građana, mora postati deo opšte pismenosti kojoj je cilj pismeni građanin.



U vreme kad je medijski prostor postao nepregledna mreža različitih izvora informacija, za svakog od nas je najvažnije da razvijemo sposobnost odabira onih koje su verodostojne, istinite i koje nam pomažu da razumemo probleme koji utiču na naše razumevanje sveta. U toj kakofoniji sadržaja mediji su postali samo jedan od izvora informacija i za mnoge ne i najvažniji. Već duže vreme politika institucija Evropske unije na medijskom području umesto ozbiljnih reformi i sistemskih mera koje bi vratile poverenje ljudi u medije i institucije nudi medijsku pismenost kao meru koja ublažava probleme prouzrokovane neodgovornim delovanjem medija i komunikacionih platformi. Ako ljudi žele da znaju koji medij je vredan njihovog poverenja (a koji to nije), moraju postati medijski pismeni. Umesto da se od medija zahteva da poštuje profesionalna pravila novinarstva i kažnjava neprofesionalnost, način na koji koristi profesionalno zasnovane medijske sadržaje postala je odgovornost medijskog potrošača koji na samu medijsku politiku i delovanje medija nema gotovo nikakvog uticaja. Problem je u tome što ne znamo ni kako se određuje ko je medijski pismen, a ko nepismen (i to što se smatra da ako si nepismen, onda je to tvoj problem), niti znamo da li programi medijske pismenosti koji se trenutno sprovode stvarno obrazuju pismene pojedince. U slučaju opšte pismenosti tačno znamo ko je pismen, ko nepismen i ko spada u polje onih koje obično smatramo funkcionalno nepismenima. Za pismene ljude pretpostavljamo da čitaju i pišu, da imaju sposobnost kritičkog razumevanja teksta i da razumeju ono što su pročitali. Iza toga stoji celokupan obrazovni sistem koji ima na raspolaganju brojne mehanizme proveravanja stanja pismenosti pojedinca. Naravno da postoje loši obrazovni sistemi, loše škole, loši učitelji, loši programi i učenici koje nemaju naviku da uče. Ali sistem u celini ima mogućnost to da popravi. U slučaju medijske pismenosti niko ne preuzima odgovornost za to što je većina populacije medijski i informaciono nepismena. Medijska industrija koja proizvodi sadržaje i koja je deo problema, ne preuzima nikakvu odgovornost. Potpuno pogrešno je razmišljanje da moramo poznavati tehnologiju da bismo bili pismeni. Ne mora se znati kako se štampa knjiga da bi se uživalo u čitanju. O sadržaju knjiga brinu urednici, izdavačke kuće, recenzenti, javne biblioteke. Zamislite da njih nema. Ko bi nam pomagao da izaberemo dobru knjigu? Anonimni pisci koji pišu recenzije u knjižarama na internetu? Algoritmi koji određuju redosled informacija na pretraživačima? Medijski nepismeni nemaju nikakvih jasnih kriterijuma na temelju kojih mogu odvojiti istinite informacije od lažnih na internetu. Ne samo to. Medijski nepismeni mogu informacije koje sami odaberu (i koje su, recimo, lažne) širiti dalje po mrežama. Naivno je misliti da je moguće taj problem rešiti tako što ćemo medijski opismeniti što veći broj ljudi. Celokupan medijski sistem mora postati „pismen“. Koncept medijske politike kao javne politike nije ideološki neutralan. Medijska pismenost ne može biti potpora sistemu. U osnovi medijska pismenost uči ljude da kritički razumeju kako deluje medijska industrija odnosno kako deluju komunikacione platforme. Zato ćemo, pozivajući se na autore i autorke koji govore o kritičkoj medijskoj pedagogiji, pokazati u kojem smeru se mora razvijati celokupni sistem opismenjavanja.

Na temelju teoretskog pristupa koji je razvila Iris Marion Jang (Iris Marion Young) u raspravi o multikulturalizmu možemo uvideti koji je mogući smer razvoja kritičke (radikalne) medijske i informacione pismenosti. Prema Jang, to što nazivamo participativna demokratija postalo je paradoksalna demokratija jer su u njoj utišani glasovi deprivilegovanih grupa, a društvena moć je omogućena samo privilegovanim. Jang postavlja zahtev za širim razumevanjem politike i za prevazilaženjem sistema u kojem se svaka javna politika depolitizuje. Proces demokratskog prihvatanja odluka su važan element i uslov društvene pravednosti (Young, 2005:17). Priznavanje razlika i podsticanje različitih društvenih grupa ka autonomnom organizovanju i punoj saradnji u javnom životu mora biti temelj demokratske politike (ibid: 222). Jang govori o heterogenoj javnosti koja podstiče samoorganizovanje društvenih grupa i njihovo uključivanje i zastupljenost prilikom odlučivanja i po cenu toga da u javnoj raspravi dolazi do konflikta. Heterogena javnost je javnost u kojoj učesnici raspravljaju o problemima i prihvataju odluke prema načelima pravednosti. Svaka javna politika mora uvažavati i pozicije onih koji su sistematski isključeni iz javne rasprave (Young, 2005: 231). Model heterogene javnosti je potpuna suprotnost monolitne javnosti koja je neodvojiva od delovanja medija. Mediji informišu i formiraju svoju publiku. Određuju ko govori i o kome se govori i definišu koji je prihvatljiv pogled na svet, a koji nije.

Mediji su važan i često pogrešno shvaćen izvor kritičke pedagogije. Uče nas kako da se ponašamo, kako (i o čemu) da razmišljamo, šta da osećamo, čemu da verujemo, čega da se plašimo i šta da želimo – odnosno uče nas i šta sve ne smemo da radimo. Mediji su oblik neformalnog „obrazovnog sistema“ (društveni kurikulum) koji nas uči kako da budemo muškarac ili žena, kako da se oblačimo, kakvu sliku o sebi da predstavljamo u javnosti, kako da trošimo, kako da se odnosimo prema pripadnicima drugih i drugačijih društvenih grupa, kako da budemo popularni i uspešni, ali i kako da izbegnemo neuspeh, kako da se prilagodimo društvenim normama i vrednostima, praksama i zahtevima institucija. Medijski spektakli pokazuju ko ima moć u društvu i ko je nema. Pokazuju kome je dozvoljeno da koristi silu i nasilje i kome ne. Mediji legitimišu poziciju onih koji imaju moć i ogoljuju nemoć onih koji tu moć nemaju (Kellner, 2003: 11).

Kritička pedagogija (kao i kritička medijska pedagogija) od pedagoga zahteva da razvijaju koncepte kritičkog građanstva, da razvijaju novi rečnik, da su svesni svoje vlastite kulturne i političke lokacije (Giroux, 1996: 77.) Jesu li mediji pri tome „saveznici“ ili „protivnici“, jeste ključno pitanje koje postavlja kritička medijska pedagogija, pre svega u radovima Daglase Kelnera (1995, 2003). Polazimo od pretpostavke da refleksija medijske moći ne može biti samo pravo (ili dužnost) građana, nego mora biti pre svega dužnost samih medija. Na isti način mora i sama medijska pedagogija reflektovati svoju vlastitu poziciju moći u delu koji nazivamo „medijsko učenje“.

Sticanje znanja i veština medijske pismenosti je zato, prema Kelneru, važan izvor savladavanja preobilja informacionog okruženja. Naučiti čitati i pisati, kritički razmišljati i odupreti se društveno-kulturnim manipulacijama medija pomaže ljudima da postanu suvereni u potrošnji medijske kulture (Kellner, 2003: 9–10). Međutim, sticanje moći u sferi medijske potrošnje ni na koji način ne utiče na odnos snaga unutar medijskog sistema. Biti svestan medijskih manipulacija i ograničenosti medijske ponude ne menja ustaljene odnose moći u polju komuniciranja. „Kritički“ medijski potrošač je i nadalje samo potrošač i ne producent medijskih sadržaja. Njegova moć, bez obzira na to kako velika bila, ne može se meriti s moći samog medija. A u slučaju društvenih mreža je sposobnost kritičkog odabira verodostojnih sadržaja i odgovornost u javnoj komunikaciji ključan deo pismenosti.

Kritička medijska i informaciona pismenost mora senzibilisati ljude da otkrivaju način na koje su odnosi moći i dominacije ukodirani u medijske tekstove i dominantne medijske prakse. Još jedanput upozoravamo da spoznanje i prepoznavanje načina medijske reprodukcije odnosa moći i dominacije samo po sebi ne dovodi i do njihovog prevazilaženja i menjanja. Medijska i informaciona pismenost nije samo prepoznavanje postojanja različitih oblika medijskih praksi ili manipulacija, nego je oruđe za njihovo aktivno menjanje i stvaranje takvog polja javne komunikacije u kojem se poštuju i razvijaju načela pluralizma, integriteta, verodostojnosti i poštovanja javnog interesa.

Ako parafraziramo Kelnera koji govori o kulturnim studijama, možemo reći da medijska i informaciona pismenost nije nekakav akademski modni hir nego može (i mora) postati način borbe za bolje društvo (Kellner, 2003: 19). Medijska i informaciona pismenost mora objašnjavati medije iz više različitih perspektiva: a) iz perspektive produkcije i političke ekonomije, b) iz perspektive analize medijskih tekstova, c) iz perspektive recepcije i korišćenja medijskih tekstova, pri čemu se pojam medijskog teksta odnosi na sve tipove medijskih produkata (Kellner, 2003: 12). I Dejvid Burkingem (David Buckingham) u knjizi *Media Education* (2003: 54-69) predstavlja moguć pristup korišćenja kritične medijske pedagogije koji uključuje četiri nivoa analize: nivo medijske produkcije, nivo korišćenja određenog tipa medijskog „jezika“, nivo medijske reprezentacije i nivo analize publike. Kao što vidimo, te dimenzije su uključene i u našu definiciju medijske i informacione pismenosti.

Kritična medijska pedagogija nije samo medijsko opismenjavanje učenika i studenata koja ih uči kako da čitaju, analiziraju i dekodiraju medijske tekstove, kako da koriste informaciono-komunikacione tehnologije kao oruđa za izražavanje i produkciju vlastitih tekstova, nego je kritična medijska pedagogija sve to i još više. To „više“ se odnosi

na učenje kako formirati kritički odnos prema medijskim produktima i njihovim intereptacijama te kako koristiti medije kao sredstvo izražavanja i društvenog aktivizma (Kellner, 2003: 551). Kritička medijska pedagogija i aktivizam zahtevaju novu ulogu i funkciju intelektualaca, upozorava Kelner, posebno sada kad informacione i komunikacione tehnologije stvaraju nove prostore političkih sukoba i intervencija.

Demokratska medijska politika teži ka tome da se informaciono-komunikacione tehnologije razvijaju u službi ljudi, za ciljeve informisanja i obrazovanja pojedinaca, a ne ka tome da bude (primarno) politika šticeanja interesa medijskih vlasnika. Budućnost demokratije u mnogo čemu zavisi od toga ko će imati kontrolu nad medijima i komunikacionim platformama, kakve će biti mogućnosti pristupa javnosti do njih, kako će se uspostaviti odgovornost i verodostojnost medija, njihovog finansiranja i regulacije u javnom interesu. Zato je od ključnog značaja ne samo aktivizam građana (iako je on i te kako važan), nego aktivna politika države koja bi morala temeljna načela slobode izražavanja „vratiti“ ljudima. Zato pojam medijske i informacione pismenosti u sebi sadrži svojevršno preplitanje aktivističkog i analitičkog pristupa. Pokušaji jasnog definisanja medijske i informacione pismenosti kao analitičkog oruđa za razumevanje delovanja medijske industrije su u velikoj meri usredsređeni na oblikovanje aktivističkog odnosa pojedinaca prema medijskoj potrošnji.

Naravno da je koncept „otvoren“ i da je o njemu moguće govoriti pre svega na deskriptivnom nivou – kroz poređenja različitih (uglavnom već postojećih) praksi. Naše istraživanje je pre svega služilo mapiranju polja analize. Pokazali smo da je u svakoj od država moguće pronaći određene dobre prakse, dobre pokušaje da se ideja pretvori u konkretnu javnu politiku. I upravo to je važno za dalji rad. Razdrobljene pokušaje, većinom angažovanih pojedinaca i civilno-društvenog sektora potrebno je promeniti u koherentnu javnu politiku koja će imati jasne ciljeve, jasne aktere i jasne pokazatelje uspešnosti delovanja.

Najgore što se može desiti je da medijska i informaciona pismenost postane nekakav „trojanski konj“ liberalne politike koja prava ljudi relativizuje na mogućnost odabira različitih identitetskih oblika medijske potrošnje. Kritičko razumevanje i medijski pismen odnos prema medijima i medijskim sadržajima je u takvom relativizmu tek jedna od mogućnosti koje izaberemo kao građani. A šta je druga mogućnost odabira? Medijska nepismenost i osuđenost na nekritičko prihvatanje medijskih manipulacija? Sme li to biti stvar izbora? Radi se o politici koja nedopustivo ne preuzima odgovornost za nešto što bi trebalo biti osnovno pravo građana koje mora biti osigurano i konzumirano. Današnja situacija radikalne zatvorenosti u informacione mehure (*filter bubbles*) nije daleko od toga. Uz argument

o slobodi izražavanja danas se štite različiti oblici nedopustivog diskriminisanja pojedinaca i grupa koje nemaju komunikacione moći (npr. izbeglice). Kao odgovor na poplavu dezinformacija i manipulacija nudi se koncept pismenog medijskog potrošača koji se sam mora snaći i pravilno razabrati verodostojne informacije od laži. Veliki deo informacija ljudi pronalaze na platformama koje sadašnje zakonodavstvo uopšte ne definiše kao medije. Lični podaci su postali valuta kojom trguju velika telekomunikaciona preduzeća u zamenu za pristup platformama u njihovom vlasništvu. Medijski pluralizam sveden je na neograničenu mogućnost odabira istog. Medijske monokulture imaju drastične posledice na društvenim mrežama. Zatvaranje u informacione mehure stvara komunikacioni prostor u kom ljudi koji isto misle komuniciraju međusobno i dodatno se radikalizuju. Došli smo do trenutka kad se kao učesnici u komunikaciji ne možemo složiti ni oko toga šta su činjenice. Relativizacija istine, relativizacija prava građana i na kraju krajeva relativizacija demokratije mogu imati strašne posledice na budućnost svih nas. Medijska i informaciona pismenost nije čudesna formula koja može rešiti sve nagomilane probleme. Ali je svakako prvi korak ka tome da priznamo da imamo problem i da ga je potrebno rešiti. Pristajanje na potpuni kulturni relativizam, kao što kaže Edvard Vilson (Edward O. Wilson), onemogućava traženje odgovora na pitanje šta je to što ljudsko društvo drži zajedno. Ako su temeljni etički standardi određenog društva kulturno uslovljeni i ako su kulture beskrajno različite i ravnopravne, na temelju čega onda možemo odbaciti teokratske režime, ropstvo, mučenje ili dečji rad? (Wilson, 1999: 201). Nauka nije samo jedan od pogleda na svet, niti samo jedna od intelektualnih supkultura između mnogih koje nam stoje na raspolaganju, kaže Vilson.

Ideja da je moguće ostvariti racionalnu javnu raspravu u uslovima nejednakosti komunikacione moći je naravno akademski izazov i teško ju je ostvariti kao medijsku/komunikacionu praksu. Komunicirati znači truditi se da se postigne saglasnost oko temeljnih pitanja koja društvo povezuju (*communis*) i njihovih interpretacija. Znači neprestano pregovaranje i poštovanje argumenata sagovornika. Većina današnje komunikacije ne temelji se na tome. Medijska komunikacija temelji se na formiranju što veće publike i prodaji te publike na tržištu oglašivača. Za medije je svaka publika jednako važna ako donosi novac. Mediji ne predstavljaju prostor otvorene javne komunikacije (ideja na kojoj se temelji liberalna ideja javne sfere), nego monoltni tržišni prostor u kom se informacija, medijska produkcija i potrošnja temelje na zakonitostima tržišta. Do sada je ideja kritičke medijske pedagogije ostala na „pola puta“. Naime, medije nije moguće promeniti na strani potrošnje, nego na strani produkcije. I u tome vidimo najvažniji kritički i emancipatorski potencijal medijske i informacione pismenosti – postići sposobnost građana da postave radikalni zahtev da mediji i komunikacione platforme deluju u javnom interesu (Sen, 2006 i Nussbaum, 2006).

# O ovom regionalnom istraživanju

Regionalno istraživanje, namenjeno mapiranju i boljem razumevanju stanja i razvoja medijske i informacione pismenosti u Albaniji, Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori, Makedoniji i Srbiji, trajalo je od aprila do oktobra 2018. godine. Na kontekst našeg istraživanja uticalo je učestalo referiranje na medijsku i informacionu pismenost u mnogim aktuelnim dokumentima evropskih institucija i organizacija, gde se medijska i informaciona pismenost nudi kao odgovor na različite i nagomilane probleme i propuste u medijskoj politici i medijskim praksama, kako na nivou država, tako i na nivou Evrope.<sup>41</sup>

Na pojmovni okvir, kao i na agendu i dinamiku aktivnosti i strateškog pristupa temi medijske i informacione pismenosti u našem regionu najveći uticaj imaju međunarodni akteri – UNESCO, UNICEF, Evropska unija, Savet Evrope, Organizacija za sigurnost i saradnju i drugi. Oni sarađuju s vladama i nevladinim organizacijama i podstiču prenos znanja, a često deluju i kao donatori finansijskih sredstava za delovanje na ovom području. Pregovori i pripreme za članstvo u Evropskoj uniji postavlja politički okvir i utiče na bavljenje pitanjem medijske pismenosti u državama našeg regiona kroz prenos direktive Evropske unije o audiovizualnim medijskim uslugama i zahteve u vezi sa medijskom pismenošću koji se pojavljuju u tom propisu i drugim dokumentima Evropske unije, te se prenose u nacionalno zakonodavstvo. Međunarodni akteri mobilizuju domaće u regionu i nude značajnu podršku, naročito aktivnostima za zaštitu dece na internetu.

Naše istraživanje je nastalo u razdoblju kada se dosadašnji koncept medijske pismenosti raširio i sve češće obuhvata i informacionu pismenost, a nekada mu se dodaju i pojmovi digitalna pismenost, pismenost u oblasti podataka (*data literacy*), itd. Zato je prvi korak u našem istraživanju bilo usaglašavanje definicije medijske i informacione pismenosti koju smo primenjivali u nastavku istraživanja i koja je bila osnova za druge korake u istraživanju. Usledio je pregled relevantne literature, dosadašnjih analiza i zakonskih i strateških dokumenata koji se odnose na medijsku i informacionu pismenost u svakoj od pet država. Glavni elementi prvog dela istraživanja bili su mapiranje glavnih aktera i glavnih inicijativa, projekata i akcija koje podstiču medijsku i informacionu pismenost u pet država obuhvaćenih istraživanjem.

---

<sup>41</sup> Takvo referiranje na medijsku i informacionu pismenost je prisutno, na primer, u izveštaju grupe stručnjaka koju je imenovala Evropska komisija, da izradi analizu i predloži mere medijske politike za suprotstavljanje „lažnim vestima i dezinformacijama na internetu“. Izveštaj „Višedimenzionalni pristup problemu dezinformacija“ objavljen je u martu 2018. godine. Istovremeno je Odbor ministara Saveta Evrope prihvatio [Preporuke državama članicama](#) u vezi medijskog pluralizma i transparentnosti u kojem navodi i niz mera na području medijske pismenosti i obrazovanja koje bi države trebalo da preuzmu kako bi uspostavile medijski pluralizam i transparentnost.

Zbog preglednosti i usklađenog raspoređivanja aktera uspostavili smo 11 kategorija. Obuhvatili smo državne organe i institucije koji vode politiku i regulišu područje promocije i razvoja medijske i informacione pismenosti; institucije i aktere u sistemu formalnog obrazovanja; institucije i organizacije koje se bave edukacijom edukatora na području medijske i informacione pismenosti; organizacije civilnog društva; veb (web) stranice, platforme i portale namenjene promociji medijske i informacione pismenosti; aktere u medijskoj industriji (u privatnim, javnim i neprofitnim medijima, tradicionalnim i digitalnim); aktere u filmskoj industriji i industriji igara; aktere u industriji informaciono-komunikacione tehnologije; istraživačke i akademske institucije i zajednice; mreže većeg broja aktera, uspostavljene za promociju medijske i informacione pismenosti, kao i biblioteke.

Glavne projekte, inicijative i akcije na području promocije i razvoja medijske i informacione pismenosti smo takođe razvrstali u više kategorija. Oslonili smo se na metodološki pristup uspostavljen tokom mapiranja akcija za promociju medijske i informacione pismenosti u 28 država članica Evropske unije, koji je 2016. godine sproveda Evropska opservatorija za audiovizualne medije u okviru Saveta Evrope. Delimično smo ga prilagodili i uspostavili pet kategorija veština i sposobnosti kojima doprinosi ili ih podstiče akcija ili projekat koji evidentiramo. Radi se o sledećih pet veština: veština traženja i korišćenja informacija, medijskog sadržaja i usluga preko tradicionalnih i digitalnih medijskih i informacionih platformi i tehnologija; veština kreiranja, produkcije i objavljivanja medijskih sadržaja i informacija u različitim formatima i na način koji je promišljen; veština kritičkog mišljenja, vrednovanja i razumevanja medija i informacija; osvešćenost i angažovanost u vezi sa zaštitom prava, sloboda i jednakosti, kao i sposobnost učešća i interakcije. Detaljno smo beležili podatke o najvažnijim akcijama i inicijativama za promociju i razvoj medijske i informacione pismenosti – o tome koju veštinu podstiče, u okviru kog sektora (kategorije aktera) se sprovodi i koja institucija ili organizacija je nosilac te akcije, koja je ciljna grupa, u kom razdoblju, kako se finansira i zašto smo tu akciju uvrstili među najvažnije.

Mapirali smo 58 najvažnijih akcija i inicijativa za promociju i razvoj medijske i informacione pismenosti u pet država: devet u Albaniji, 14 u Bosni i Hercegovini, sedam u Crnoj Gori, 12 u Makedoniji, 11 u Srbiji i pet na nivou regiona tj. akcije koje se sprovode u više država ili uključuju aktere iz više država našeg regiona.

Ustanovili smo da je u tim glavnim projektima, inicijativama i akcijama na području promocije i razvoja medijske i informacione pismenosti najaktivniji sektor civilnog društva – najveći broj aktera koji vode te akcije i sudeluju u njima su iz tog sektora. Slede organi vlasti/državni organi i institucije formalnog obrazovnog sistema, akteri iz akademske i istraživačke zajednice, zatim veb stranice, platforme i portali, namenjeni različitim elementima medijske i informacione pismenosti. Manje aktivni su akteri iz medijske i filmske industrije i industrije informaciono-komunikacione

tehnologije, a takođe i biblioteke. Nacionalna biblioteka se pojavljuje kao važan akter u Crnoj Gori, u manjoj meri u Albaniji i u Srbiji gde se školske biblioteke uključuju u projekte civilnog društva i razmatraju inicijative o transformaciji u školske infoteke i aktere medijskog obrazovanja.

Većina od 58 inicijativa, projekata i akcija koje smo izdvojili bila je namenjena đacima i studentima, pre svega đacima srednjih škola. Najveći broj tih inicijativa i akcija podsticao je veštinu traženja i korišćenja informacija, medijskog sadržaja i usluga, zatim veštinu kritičkog mišljenja, vrednovanja i razumevanja medija i informacija, kao i sposobnost učešća i interakcije. Manje su zastupljene akcije i inicijative koje podstiču veštine kreiranja, produkcije i objavljivanja medijskih sadržaja i informacija.

U svakoj državi smo posebno izdvojili, rangirali i još detaljnije zabeležili pet najvažnijih akcija i inicijativa na području promocije i razvoja medijske i informacione pismenosti – koje su glavne aktivnosti, kolika je veličina budžeta, koji su (očekivani) rezultati itd.

**Tabela 1: Najvažnije inicijative na području promocije i razvoja medijske i informacione pismenosti u pet država, prema oceni istraživača**

	1	2	3	4	5
Albanija	Elementi MIP u školskom kurikulumu	Aktivnosti regulatora - Agencije za audiovizualne medije - javne rasprave, rad sa univerzitetima	Istraživanja, rasprave i zagovaračke akcije Albanskog medijskog instituta o MIP	Inicijativa za sigurniji internet	Veb stranica Faktoje za proveravanje činjenica
Bosna i Hercegovina	Projekt „Jačanje medijske pismenosti u Republici Srpskoj“ u organizaciji Ministarstva saobraćaja i veza RS	Rad na razvoju strategije MIP u okviru Ministarstva za civilne poslove BiH	Projekt „Izgradnja poverenja u medije u državama JVE i Turskoj“ pod vođstvom Instituta za društvena istraživanja	Veb stranica Raskrinkavanje za proveravanje činjenica i kritičku analizu medijskih sadržaja	Aktivnosti regulatora - Regulatorne agencije za komunikacije - studije, rasprave, kampanje, smernice



	1	2	3	4	5
Crna Gora	Aktivnosti regulatora - Agencije za elektronske medije -kampanja i istraživanje	Aktivnost Nacionalne biblioteke na izradi studije, edukaciji predavača i prevodu publikacije o MIP	Nastavak aktivnosti Nacionalne biblioteke - rad na nacrtu nacionalne strategije za MIP i radionicama za učitelje i bibliotekare	Uvođenje izbornog predmeta Medijska pismenost u formalno obrazovanje	Edukacija učitelja za izborni predmet Medijska pismenost
Makedonija	Mreža za medijsku pismenost koja povezuje skoro 40 aktera, pod okriljem regulatora - Agencije za AAMU	Makedox - Putujući bioskop, omladinski lokalni filmski klubovi, priručnici i radionice o dokumentarnom filmu za učitelje i učenike	Vistinomer - veb stranica za proveravanje činjenica	Medium - prilog dnevnog lista Nova Makedonija kojeg pripremaju učenici srednjih škola, veb stranica Medium, medijski kamp i medijska laboratorija u školama	Kampanja „Dr. Dragan-ekspert manipulator“ u organizaciji Makedonskog instituta za medije s video i audio spotovima kako prepoznati medijske manipulacije, propagandu i dezinformacije

	1	2	3	4	5
Srbija	Projekat "Digitalni pogon" (Creative Drive) sa seminarima za nastavnike i bibliotekare, letnjim kampovima, festivalom u organizaciji Novosadske novinarske škole.	Škola medijske pismenosti za učenike srednjih škola i studente u organizaciji Centra za marginu	Uvođenje izbornog programa Jezik, mediji i kultura u gimnazije (od 2018./2019.)	Aktivnosti Ministarstva kulture i informisanja na koordinaciji glavnih aktera s ciljem strateškog pristupa i zakonskih rešenja na osnovu dobrih praksi za promociju MIP	Program Delegacije EU za podršku medijskim reformama, u okviru kojeg je i podrška radu Ministarstva kulture i informisanja na akcionom planu za promociju MIP i radu javnih RTV na produkciji medijskih sadržaja za mlade

Akcije koje smo evidentirali na regionalnom nivou uglavnom su kratkoročnog karaktera i zavisne od finansijskih podsticaja međunarodnih aktera kao što su UNESCO i Evropska komisija. Jedna od takvih inicijativa je Koalicija korisnika informacija i medija u jugoistočnoj Evropi (CIMUSE) koja je u trogodišnjem periodu od 2016. do 2018. podsticala javnu raspravu i konsultacije o strategijama razvoja medijske i informacione pismenosti u državama regiona i podsticala građane da kritički prate medije i podnose žalbe u slučaju spornih praksi. Projekat je sprovodila regionalna mreža medijskih centara i instituta SEENPM. Na regionalnom nivou se u novijem periodu povezuju akteri koji znanje na području digitalnih medija i tehnologija prepliću s nastojanjima za jačanje demokratije, građanske svesti i participacije. Jedna od takvih trajnijih inicijativa je godišnja konferencija POINT u Sarajevu koja je 2018. godine održana po sedmi put.

U drugom delu našeg regionalnog istraživanja sprovedena su manja tematska empirijska istraživanja o različitim segmentima u svakoj državi koje je bilo potrebno dodatno osvetliti za bolje razumevanje stanja i podsticanje strateškog

i praktičnog delovanja na razvoju medijske i informacione pismenosti. U Crnoj Gori i Srbiji su se istraživači posvetili obrazovnom sistemu i proučili odnos učenika i nastavnika prema uvođenju i izvođenju nastave izbornog predmeta o medijskoj pismenosti u gimnazijama. U Bosni i Hercegovini tematsko istraživanje je bilo usmereno u analizu delovanja civilnog sektora na razvoj medijske i informacione pismenosti. U Makedoniji je fokus bio na zakonskoj obavezi javnog RTV servisa da produkuje i emituje programske sadržaje o medijskoj pismenosti, stanju u praksi, kao i da uporedi delovanje dva javna RTV servisa u drugim evropskim državama (Velikoj Britaniji i Belgiji). U Albaniji je sprovedena analiza rada različitih organa i institucija javnog sektora na promociji i razvoju medijske pismenosti.

## Strateški rad i aktivnosti državnih organa

Medijska i informaciona pismenost nije izričito, rasprostranjeno i ustaljeno ugrađena kao cilj u strateške dokumente, javne politike i zakonodavstvo u državama regiona koje smo analizirali. Ipak, neki aspekti medijske i informacione pismenosti spominju se u strateškim dokumentima i zakonodavstvu o medijima, informacionom društvu i razvoju obrazovanja. U Makedoniji i Albaniji se u strateškim dokumentima i javnim politikama na području obrazovanja i informacionog društva naglašeno ističe kao cilj razvoj digitalne informacione infrastrukture i tehničkih veština za korišćenje informacionih i komunikacionih tehnologija u obrazovnom procesu i za pristupanje informacijama i uslugama javne uprave i komercijalnog sektora. U Srbiji se ipak medijska i informaciona pismenost i izričito spominje u strategijama javnog informisanja i obrazovanja, a u Makedoniji je u Zakonu o audio i audiovizualnim medijskim uslugama 2013. godine uvedena obaveza regulatora (Agencije za audio i audiovizualne medijske usluge) da promovise medijsku pismenost, kao i javnog emitera MRT da emituje programske sadržaje koji podstiču medijsku pismenost. Ipak, ni strateški ciljevi ni zakonske obaveze nisu u celini ispunjeni.

Primetni su aktuelni pozitivni pomaci i neposredni podsticaji državnim organima u gotovo svim državama koje smo analizirali da pristupe donošenju nacionalne strategije razvoja medijske i informacione pismenosti. U te aktivnosti uključuju se i povezuju državni organi i javne institucije iz više sektora (npr. kultura i mediji, informaciono društvo, obrazovanje), a takođe i akteri iz civilnog društva, biblioteka, akademije i drugih. U Bosni i Hercegovini je razvoj strategije preuzelo Ministarstvo za civilne poslove pod uticajem regionalnog projekta „Izgradnja poverenja u medije” i sistematskog rada Instituta za društvena istraživanja. U Crnoj Gori je nacrt strategije za razvoj medijske i informacione pismenosti pripremila Nacionalna biblioteka i očekuje se angažman Ministarstva kulture. U Srbiji Ministarstvo kulture

kroz nacionalne konsultacije i radnu grupu koordinira i podstiče strateški pristup i predlaganje zakonskih rešenja na osnovu dobrih praksi promocije i razvoja medijske i informacione pismenosti. Radi se o inicijativama i akcijama koje mogu rezultirati u donošenju državnih strategija o razvoju medijske i informacione pismenosti, prihvatanju zakonskih rešenja i mera, a mogu i usahnuti usled nedostatka političke podrške i angažmana vodećih struktura u državnim organima. Entuzijazam pojedinih državnih službenika koji nekad i bez posebnih fondova povezuju javne institucije u aktivnostima promocije medijske pismenosti, kao što je to slučaj s projektom nastalim na inicijativu službenika Ministarstva saobraćaja i veza u Republici Srpskoj u Bosni i Hercegovini, važan je dokaz postojanja svesti o nužnosti angažovanja i pomaka koje je moguće postići, ali je za sistematski i dugoročni rad potrebno da takav pojedinačni i osamljeni angažman postane državna politika, ugrađena u zakone i institucije.

Naše istraživanje je pokazalo da regulatori elektronskih medija odnosno audiovizualnih medijskih usluga, kao što su to regulatorne agencije u Makedoniji, Bosni i Hercegovini i Crnoj Gori, a delimično i u Albaniji, mogu preuzeti važnu ulogu ne samo u analizama i podsticanju medijske i informacione pismenosti građana, nego i u koordinaciji različitih aktera zbog celovitog i usklađenog delovanja na ovom području. To je pokazao primer regulatora u Makedoniji koji se u toj državi, ali i u čitavom regionu ističe kao primer šta regulator može da uradi na području promocije medijske i informacione pismenosti ako mu to zakon propiše i ako mu je omogućeno da slobodno i stručno radi na tom području. Pored delovanja na podizanju svesti i analiza stanja medijske pismenosti, tamošnja agencija za audio i audiovizualne medije je pokrenula i koordinira mrežu od skoro 40 aktera – institucija i organizacija koji deluju na području medijske i informacione pismenosti u Makedoniji.

Podsticaj državama da razviju koordinisanu politiku medijske pismenosti i operacionalizuju akcione planove uz osiguravanje finansijskih i drugih sredstava sadržan je u preporukama Saveta Evrope o medijskom pluralizmu, koje je Odbor ministara Saveta Evrope usvojio u martu 2018. godine. Kao jedan od glavnih strateških pristupa državama se preporučuje formiranje i koordinacija mreže aktera koji se bave pitanjima medijske pismenosti i razmenjuju dobre prakse. Savet Evrope ujedno preporučuje uvođenje nastave medijske pismenosti u obrazovnom sistemu na svim nivoima i kao deo celoživotnog učenja, kao i organizaciju redovne obuke za nastavnike i razvoj adekvatnih nastavnih sredstava (Council of Europe, 2018).

# Obrazovni sistem

Obrazovni sistem je ne samo u dokumentima međunarodnih organizacija, nego i u preporukama koje proizlaze iz akademskih istraživanja i analiza organizacija civilnog društva u regionu prepoznat kao jedan od najvažnijih stubova strateškog pristupa s potencijalom sveobuhvatnog, dugoročnog i masovnog razvoja medijske i informacione pismenosti u državama našeg regiona. Važnost takvog pristupa dodatno povećava doprinos medijske i informacione pismenosti jačanju demokratskih mehanizma i aktivnog građanstva.

Organizacije civilnog društva u više država regiona su tu stratešku ulogu i potencijal obrazovnog sistema prepoznale početkom ove decenije (2010. i 2011. godine), kada su npr. Makedonski institut za medije i Albanski institut za medije u svojim državama ostvarili saradnju s državnim organima, nadležnim za obrazovni sistem, i podsticali ih na uvođenje predmeta ili sadržaja medijske pismenosti u škole, razvijajući kurikulume, organizirajući obuku za učitelje (u Makedoniji je tako obučeno oko 1.000 učitelja), pripremajući udžbenike itd. Obe inicijative su propale usled promena i nestabilnosti u strukturi i političkoj podršci takvim naporima u državnim organima.

Skoro deset godina posle u tim državama u školama nema predmeta medijske pismenosti, tek neki aspekti medijske i informacione pismenosti raspršeno su prisutni u više drugih školskih predmeta (maternji jezik, građansko vaspitanje itd.). Istovremeno su u obrazovni sistem integrisani predmeti koji stavljaju naglasak na tehničke veštine korišćenja informacionih i komunikacionih tehnologija, ali i na tom području nedovoljna opremljenost škola s digitalnim tehnologijama i obučenosť učitelja za njihovu primenu onemogućava sveobuhvatnu ulogu škola u razvoju digitalne pismenosti učenika.

S druge strane u Crnoj Gori je kroz saradnju civilnog društva, međunarodnih organizacija i državnih institucija u okviru tadašnje reforme obrazovanja i nastojanja da se obrazovni sistem decentralizuje i unapredi, 2008. godine uveden predmet medijska pismenost kao jednogodišnji izborni predmet u drugom ili trećem razredu gimnazije. No i s takvim ograničenim dometom je taj predmet nedvosmisleno namenjen medijskoj pismenosti u školskim sistemima u regionu prisutan samo u Crnoj Gori. Izuzetak je još Slovenija, koja već više od dve decenije učenicima poslednja tri razreda osnovnih škola nudi mogućnost pohađanje nastave izbornog predmeta „medijski odgoj“.

Novi iskorak ka integraciji predmeta, namenjenog medijskoj pismenosti, u obrazovni sistem učinjen je u Srbiji gdje je od 2018/2019. školske godine u gimnazije uveden izborni program Jezik, mediji i kultura.

Empirijska istraživanja koja smo u Srbiji i Crnoj Gori sprovedli u okviru našeg projekta kroz intervjue, fokus grupe i an-

kete s učenicima i prosvetnim radnicima pokazala su da samo uvođenje školskog predmeta nije dovoljno za uspeh takve školske reforme. Bez adekvatnih priprema i obučavanja nastavnika koje mora biti kvalitetno i kontinuirano, zatim bez kvalitetnih udžbenika, dostupnosti tehničke opreme i didaktičkih sredstava nije moguće postići ciljeve uvođenja predmeta. U Crnoj Gori se broj učenika koji pohađaju izborni predmet medijska pismenost tokom deset godina prepolovio. Od 20 gimnazija u toj državi, njih 11 je do sada realizovalo taj predmet, a u školskoj 2016/2017. godini nastava je izvođena u šest škola i pohađalo ju je 164 učenika, a u 2017/2018. godini samo još u četiri škole i uz učešće 60 učenika. Izostala je doslednost i nadgradnja početnih osnova, sistematski pristup obuci i izboru nastavnika, osiguravanje tehničke podrške i opreme, izrada udžbenika umesto početnih nastavnih materijala i moguće uvođenje gostovanja eksternog stručnog kadra u nastavi. Takođe je premalo urađeno na promociji samog predmeta u školama i u javnosti; za to nisu pokazale interes niti državne institucije niti mediji.

U Srbiji je naše istraživanje pokazalo zabrinutost nastavnika zbog nedovoljnih informacija i pripreme za uvođenje novog izbornog programa Jezik, mediji i kultura u gimnazije. Istovremeno su istakli da su upravo prosvetni radnici zbog neinformisanosti i nezainteresovanosti često prepreka uspehu školskih reformi. Uvođenje nastavnih sadržaja i metoda koji bi unapredili medijsku i informacionu pismenost i nastavnika i učenika smatraju neophodnim da bi se povećala funkcionalnost obrazovanja, ali i prebrodio komunikacijski jaz između nastavnika i učenika.

Učenici koji su učestvovali u našem istraživanju od nastavnika i škole očekuju kvalitetnu komunikaciju, veće korišćenje digitalnih tehnologija, ali i otvorenost i sposobnost nastavnika da s njima kritički analiziraju informacije i medijske sadržaje.

Seminare i radionice za obuku nastavnika za izvođenje nastave i nastavnih sadržaja koji imaju elemente medijske i informacione pismenosti u državama u regionu već niz godina sprovode različite institucije i organizacije. U velikom delu su to organizacije civilnog društva koje takve aktivnosti sprovode entuzijastično, u okviru kratkoročnih i sporadičnih projekata koje financiraju strani donatori. U našem istraživanju nastavnici u Crnoj Gori i Srbiji pohvalili su takve seminare i potvrdili da se interes za obuku među nastavnicima povećava kad saznaju da se radi o kvalitetnim seminarima. Ipak, ne postoji sistematičan i dugoročan pristup obuci, niti merila kvaliteta. U Crnoj Gori je državna institucija Zavod za školstvo tek 2015. godine počela da akredituje različite seminare za obuku nastavnika za područje medijske pismenosti i uvrstila ih u službeni katalog programa stručnog usavršavanja nastavnika. U toj državi je deset godina posle uvođenja predmeta medijska pismenost u srednjoškolsko obrazovanje takav predmet u akademskoj 2018/2019. godini uveden i u univerzitetsko obrazovanje, u studijski program za studente medijskih studija i novinarstva na Fakultetu političkih nauka u Podgorici. S tim se sistematski pristup razvoju medijske pismenosti prenosi

na buduće novinare. Takav pomak napravljen je i na Univerzitetu u Istočnom Sarajevu i Banja Luci gde je predmet medijska pismenost uveden na katedrama za novinarstvo od akademske 2016/2017. godine. Studije o suprotstavljanju dezinformacijama navode upravo novinare, pored učitelja, kao aktere koji moraju dodatno razviti svest, znanje i veštine medijske i informacione pismenosti, koji imaju potencijal da s unapređenim znanjem utiču na svest i znanja velikog broj građana i tako multiplikuju učinak vlastite medijske i informacione pismenosti (European Commission, 2018: 25).

U Bosni i Hercegovini su veštine koje sastavljaju medijsku i informacionu pismenost tek delimično ugrađene u nastavu različitih predmeta u osnovnim i srednjim školama. Kao i u drugim državama s takvim pristupom u školskom sistemu zanemareni su aspekti medijske pismenosti koji razvijaju veštine kritičkog mišljenja, razumevanja i analiziranja i produkcije medijskog sadržaja. Obeshrabrujuće prepreke inicijativama za sistematičnu integraciju koncepta medijske i informacione pismenosti u školske kurikulume i obrazovni sistem u Bosni i Hercegovini predstavlja kompleksan administrativni sistem i rascepkane nadležnosti između 14 ministarstava, ali i nedostatak sredstava i zainteresovanosti onih koji donose odluke. Ipak, entuzijazmom pojedinaca, kao i u drugim segmentima promocije medijske i informacione pismenosti, i u obrazovnom sistemu dolazi do malih i izdvojenih pomaka, kao što je uvođenje predmeta Medijska pismenost u program studija razredne nastave na Filozofskom fakultetu u Tuzli.

Ostaje pitanje zašto je i kad se u nekim državama regiona zaobiđu prepreke i postigne saglasnost o uvođenju školskog predmeta koji razvija medijsku i informacionu pismenost to izborni predmet i ograničen samo na gimnazije. Nešto što se konačno prepozna kao sastavni deo školskog kurikuluma i što se prema svim istraživanjima i strateškim dokumentima relevantnih domaćih i međunarodnih organizacija smatra preduslovom za kritičko i aktivno sudelovanje u demokratskim i društvenim procesima prepušta se izboru učenika i konkurenciji drugih izbornih predmeta i ograničava se samo na škole koje pohađaju učenici s ambicijom nastavka obrazovanja na univerzitetskom nivou. Podaci o nivou funkcionalne i čitalačke pismenosti učenika (rezultati PISA testiranja) u većini država u regionu nisu ohrabrujući pa se to navodi kao prepreka širokom uvođenju predmeta medijska pismenost na svim nivoima obrazovanja i u svim vrstama obrazovnih institucija. Istovremeno, jedna od metodologija merenja medijske pismenosti uzima upravo loše rezultate PISA testa u državama u regionu, pored loših pokazatelja stanja slobode medija, kao dokaz niskog nivoa medijske pismenosti, najnižeg u Evropi (Lessenski, 2018).

# Civilno društvo

Organizacije civilnog društva su pioniri angažovanja na promociji i razvoju medijske i informacione pismenosti u državama regiona. Bile su aktivne na širenju svesti i sposobnosti građana, naročito mladih ljudi, da kritički razmatraju i uključe se u rad medija i digitalnih platformi, i kada koncept medijske i informacione pismenosti nije bio tako razrađen kao danas. Često su prve u svojim državama promovisale sam koncept, povezivale se sa stranim stručnjacima i međunarodnim organizacijama u prenosu znanja i podsticanju državnih institucija i organa da naprave systemske iskorake na promociji medijske i informacione pismenosti. Takav direktan angažman traje više od deset godina. Najčešće se radi o aktivnostima obuke i neformalnog obrazovanja mladih ljudi i njihovih edukatora (uključujući seminare i radionice na lokalnom nivou), organizaciji stručnih skupova, kampanjama podizanja svesti, kritičke analize i istraživanja, izdavaštva itd.

Katalog svih organizacija i akcija koje s ciljem razvoja medijske i informacione pismenosti sprovode organizacije civilnog društva u regionu bio bi obiman; već naše mapiranje vodećih aktera i inicijativa ukazuje na to. Ipak, brojnost akcija i aktera nije donela veće pomake, akteri deluju raspršeno, njihove akcije su mahom kratkog roka i u celini su zavisni od donacija stranih donatora. Najčešći donatori su Evropska unija i fondovi američke vlade, kao što su USAID i NED. Uprkos projektnom finansiranju neke organizacije civilnog društva uspevaju da održe kontinuitet aktivnosti koje doprinose medijskoj pismenosti. Međunarodni donatori kroz svoje politike i mehanizme finansiranja, kao i tematske prioritete, imaju velik uticaj na rad i razvoj civilnog društva u regionu, pa tako i na ovom području. Pored svesti i ideja unutar civilnog društva upravo je agenda stranih donatora tokom zadnjih deset godina doprinela dinamičnosti, brojnosti i dominantnosti angažmana civilnog društva na promociji medijske i informacione pismenosti.

Civilni sektor u državama regiona često kompenzuje pasivnost državnih organa i sporo pokretanje systemskih rešenja i mera za razvoj medijske i informacione pismenosti. Organizacije civilnog društva se povezuju s akademskim institucijama i istraživačima, i izrađuju temeljne analize i preporuke. U civilnom sektoru je akumulirano znanje i iskustvo, uključujući područje neformalnog obrazovanja, koje bi bilo nužno iskoristiti kao komplementarno aktivnostima javnog sektora. Uticaj na pokretanje javnog sektora, donošenje državnih strategija i systemskih rešenja pre će postići međunarodni akteri, naročito Evropska unija, ipak neizostavna je saradnja i civilnog sektora u tim procesima.

Problemi širenja dezinformacija, manipulacija i propagande s ciljem osujećivanja demokratskih mehanizama i potencijala u javnom komuniciranju i delovanju građana, ali i podsticanja polarizacije i radikalizacije doprineli su an-



gažovanju organizacija civilnog društva u regionu na suprotstavljanju i demontiranju takvih praksi, sadržaja i platformi. U gotovo svakoj od država koje smo obuhvatili istraživanjem deluju veb stranice i timovi koji raskrinkavaju dezinformacije, proveravaju činjenice i objavljuju analize s ciljem podizanja svesti o značaju medijske i informacione pismenosti građana. U Albaniji je to Faktoje, u Makedoniji Vistinomer, u Srbiji Istinomer i Tragač, u Bosni i Hercegovini Raskrinkavanje. Organizacije civilnog društva, npr. Makedonski institut za medije i Share fondacija u Srbiji, koriste i video spotove i dokumentarne emisije za kampanje na internetu i na televiziji da bi što veći broj građana upozorili i podučili kako da prepoznaju i suprotstave se dezinformacijama i manipulacijama u medijima i na digitalnim informacionim i komunikacionim platformama.

Dobre prakse se pokazuju i u aktivnostima u koje se uključuju organizacije civilnog društva, akademije, državne institucije i međunarodne organizacije s ciljem zaštite dece na internetu.

Istovremeno, s razgranatim aktivnostima civilnog društva na promociji i razvoju medijske i informacione pismenosti, u tom sektoru ima niz problema oko postizanja kontinuiteta, fokusa i stabilnosti kvaliteta aktivnosti, kao i koordinacije među organizacijama s ciljem izbegavanja dupliranja aktivnosti. Nedostaju informacije i analize gde je angažman najpotrebniji i koliko su aktivnosti efikasne. Premalo je znanja za preduzimanje razrađenih i ciljanih zagovorničkih akcija s kojima bi se uticalo na one koji imaju moć i donose odluke u institucijama i državnim organima. Jedan od zagovaračkih projekata organizacija civilnog društva koje promovišu medijsku i informacionu pismenost mogao bi biti uticanje na državne organe da se umesto dosadašnjeg nepreglednog i koruptivnog finansiranja medija javnim sredstvima uvede transparentan državni mehanizam za finansiranje medijskog pluralizma koji bi uključivao i redovno finansiranje projekata civilnog društva na razvoju medijske i informacione pismenosti.

## **Mediji, filmska industrija i industrija informaciono-komunikacione tehnologije**

Mediji nisu posebno aktivan akter u promociji medijske i informacione pismenosti u državama regiona. I kada pokazuju interes za ovo područje, to je najčešće preko medijskih udruženja i samoregulacionih tela. Savet za štampu u Bosni i Hercegovini (u koji su uključeni i štampani i onlajn (online) mediji) je takav primer dugogodišnje dobre prakse angažovanja na uključivanju građana u žalbene postupke uz podizanje svesti o etičkim standardima u medijima i

pravima građana kroz promociju samoregulacionog mehanizma, posebne radijske emisije, skupove i transparentan rad. Sličnu emancipatorsku ulogu obavljaju Savet za štampu u Srbiji i Savet za etiku medija u Makedoniji. Dobar rad samoregulacionih organa je dragocen proces objašnjavanja građanima kako rade mediji i šta je u njihovom radu etički sporno, kao i objašnjavanja medijima kako njihov rad razumeju građani i šta smatraju spornim. Taj stalni dijalog, objašnjavanje i vođenje rasprave je važan element u spektru aktivnosti i aktera koji doprinose medijskoj pismenosti građana, ali i samih članova medijske zajednice.

Druge dobre prakse, zabeležene u medijskoj industriji u državama regiona, su aktivnosti Medijske koalicije i Medijske asocijacije u Srbiji na kampanjama i edukativnim projektima, namenjenim boljem razumevanju medija i razvijanju veština medijske pismenosti među građanima te posebno među učenicima osnovnih škola.

U Makedoniji je nekoliko primera odlične višegodišnje saradnje između civilnog društva, akademskih institucija i medija. Škola za novinarstvo i odnose s javnošću kao važan akter neformalnog obrazovanja je epicentar takvog povezivanja i organizovanja. Tako na primer od 2014. organiziraju Dan za medije kada učenici srednjih škola posećuju medije i stiču uvid kako teče produkcija medijskih sadržaja i izdanja. U saradnji sa Školom za novinarstvo i odnose s javnošću dnevni list Nova Makedonija redovno od 2011. godine objavljuje dodatak *Medium* s člancima učenika srednjih škola.

S druge strane gotovo ništa na promociji medijske i informacione pismenosti ne rade javne radiotelevizije u državama regiona, iako bi rad na jačanju kompetencija i edukaciji građana morao biti sastavni deo njihove nadležnosti. U Makedoniji zakon od 2013. godine obavezuje javnog emitera MRT da produkuje takve sadržaje, ali vrlo sporo, uz saradnju s civilnim društvom, čine se pomaci i uvode posebni sadržaji. U Albaniji je javna televizija RTSH u jutarnjem programu uvela nedeljnu emisiju u kojoj profesor medijskih studija govori o radu medija i informacionih tehnologija i time doprinosi razvoju veština medijske i informacione pismenosti građana.

U sektoru filmske industrije zapažena je tek aktivnost MakeDoxa u Makedoniji gde od 2010. deluje putujući bioskop i dokumentarne filmove dovodi u ruralne krajeve, istovremeno radeći na edukaciji i nudeći kurikulum, priručnik i obuku nastavnika srednjih škola o uključivanju veština produkcije i analize dokumentarnih filmova u škole. Jedna od njihovih glavnih aktivnosti je upravo Festival kreativnih dokumentarnih filmova MakeDox, a 2013. i 2015. godine u saradnji sa srodnim organizacijama iz drugih država organizovali su i regionalnu školu dokumentarnog filma za mlade iz regiona.

Preduzeća iz sektora industrije informaciono-komunikacione tehnologije u državama regiona već niz godina organizuju radionice programiranja i drugih veština za đake i studente. Pri tome ih vode i komercijalni interesi populari-

zacije njihovih proizvoda i tehnologija. Sistemski oblik angažovanja je zapažen u Mostaru gde je tamošnje telekomunikaciono preduzeće HT Mostar 2018. godine sklopilo ugovor o dugoročnoj saradnji sa Univerzitetom u Mostaru, obavezujući se da će doprineti uvođenjem novih tehnologija u studijski proces, saradivanjem u istraživačkim projektima i osigurati studentima mogućnost studijskih poseta i stipendija itd.

## Istraživanja o medijskoj i informacionoj pismenosti

Medijska i informaciona pismenost je tema mnogih istraživanja i studija u državama regiona. Neke od tih studija su sveobuhvatne i evidentiraju i analiziraju sve relevantne segmente medijske i informacione pismenosti u državi i daju preporuke za javne politike. Druge se bave pitanjem uvođenja posebnih predmeta i sadržaja u škole ili istražuju pokazatelje medijske pismenosti dece i roditelja ili građana generalno. Angažovani su istraživači u organizacijama civilnog društva i na univerzitetima. I regulatori elektronskih medija (npr. u Makedoniji i Crnoj Gori) sprovode istraživanja medijske pismenosti. Na regionalnom nivou naša mreža medijskih instituta i centara u jugoistočnoj Evropi SEENPM već je preduzimala istraživanja manjeg obima o pitanjima medijske pismenosti (Londo i dr., 2017). Tema je prisutna i u diplomskim, magistarskim i doktorskim radovima studenata u državama regiona. Istraživačke aktivnosti se ponekad i dupliraju ili se nalazi i zaključci ponavljaju. I istraživački segment aktivnosti često zavisi od projekata i donacija stranih donatora, pa su i idejni okviri i fokusi uspostavljeni pod tim uticajem.

Zajedničko skoro svim istraživanjima je pozivanje na prioritarno donošenje nacionalnih strategija i akcionih planova za razvoj medijske i informacione pismenosti u državama regiona.

I pored brojnih analiza ne postoji sasvim usaglašeno definisanje i razumevanje koncepta medijske i informacione pismenosti, što je problem s kojim se susreću istraživači i izvan našeg regiona. Potreban bi bio detaljan pregled istraživačke agende u svakoj državi, evidentiranje koja područja ostaju nedovoljno istražena, stvaranje uslova za kvalitetna longitudinalna istraživanja, stalni fondovi u okviru budžeta regulatora, nacionalnih agencija za naučna istraživanja, kao i posebni segmenti u fondovima za medijski pluralizam, kako bi se osigurao redovan istraživački rad i uključenost istraživača u međunarodne naučne i stručne rasprave. I Evropska komisija bi mogla doprineti tom segmentu tako što bi u tematske i strateške skupove, stručne komisije i istraživanja o pitanjima medijske i informacione pismenosti koja organizuje uključila istraživače i stručnjake iz država našeg regiona.

# Zaključak

Govoriti danas o krizi medija i krizi novinarstva znači govoriti pre svega o gubitku poverenja građana u njihovo delovanje. Kriza nije nastala preko noći kao prirodna katastrofa koju niko nije mogao predvideti. Kriza je bila utkana u medijsko delovanje praktično od njihovog početka. Što su se mediji više udaljavali od svoje publike i približavali političkim i ekonomskim centrima moći, sve više je njihovo delovanje gubilo na integritetu i verodostojnosti. Isto se dogodilo i u politici. Politička eksproprijacija i duhovno podređivanje je temeljna karakteristika današnjeg vremena, kaže Mastnak. Depolitizacija građana nije kraj politike nego njihov politički poraz. To je pobeda politike bez ljudi i protiv ljudi. Demokratija je od političke reprezentacije građana postala igrokaz koji izvode građani, a da pritom nisu zastupljeni (Mastnak, 2015: 148-9). Mediji u tom igrokazu igraju važnu ulogu.

Želimo li da razumemo u kakvom medijskom sistemu živimo, moramo misliti. Moramo znati kako da kritički vrednujemo ne samo medijske sadržaje koji su nam na raspolaganju nego i da mislimo o alternativama medijskom sistemu koji proizvodi posledice o kojima govori Mastnak. Poplava dezinformacija, negiranje činjenica i naučnog delovanja, govor mržnje, rasprodaja privatnosti, gubitak ozbiljne političke debate o prošlosti, sadašnjosti i budućnosti, populizam koji nudi brza rešenja za kompleksne probleme i nepoverenje u političke institucije, rezultat su uništavanja demokratije koje traje već dugo. Magazin Tajm (Time) je za ličnosti 2018. godine proglasio „zaštitnike demokratije“ – novinare i novinarku koji su svojim beskompromisnim radom delovali u javnom interesu. Jedan od njih – Džamal Kašogi (Jamal Khashoggi) iz Saudijske Arabije – je ubijen tako da njegovo telo verovatno nikada neće biti nađeno. Dvojica Rojtersovih (Reuters) novinara – Va Lon (Wa Lone) i Čo So U (Kyaw Soe Oo) – koji su izveštavali o genocidu nad narodom Rohindža (Rohingya) su u zatvoru i prete im dugogodišnje kazne. Američko uredništvo Kapital Gazete (Capital Gazette) je bilo meta ubistva iz mržnje osobe koja se nije slagala sa njihovim izveštavanjem. Nagrađivana filipinska novinarka Marija Resa (Maria Ressa) koja se bori protiv vanskudskih ubistava je pod konstantnim pritiskom vlasti zbog navodne utaje poreza. Oni su zaštitnici bez zaštite. Više nego ikada nam je potrebno novinarstvo u javnom

interesu, novinari koji će svoj integritet i interes javnosti postaviti ispred privatnih i partikularnih interesa bilo koje grupacije, i kritička javnost koja će podržati njihov rad i postati aktivni zaštitnik medija u javnom interesu. Građani koji misle kritički su najsnažniji zaštitnici demokratije.

Medijska i informaciona pismenost nije čarobni štapić koji će rešiti sve nagomilane probleme u medijskoj sferi. Ali jeste prvi korak na dugom putu preobražaja sistema u kom informaciono-komunikacione potrebe građana moraju postati imperativ aktivne državne politike u javnom interesu. Definirati prioritete, napraviti široka savezništva za reformu medijskog sistema (na nacionalnom i nadnacionalnom nivou) i aktivno braniti pravo na verodostojnu informaciju predstavlja politički okvir promena. Naznake tih koraka pokazalo je naše prethodno istraživanje o medijskom integritetu, a one su jasno predstavljene i u ovom istraživanju o razvoju medijske i informacione pismenosti u pet država regiona i preporukama naših istraživača.

I pored relativne brojnosti aktivnosti i aktera koji tematizuju i promovišu medijsku i informacionu pismenost u državama regiona, i usprkos nekim pozitivnim pomacima u državnim organima ka donošenju nacionalne strategije za razvoj medijske i informacione pismenosti u više država u regionu, radi se o sporadičnim koracima s neizvesnim ishodom. I uspešniji i manje uspešni koraci ka strateškom pristupu i uviđanju njegove hitnosti jasno pokazuju da je nužna koordinacija i zajednički angažman državnih resora za obrazovanje, medije i informaciono društvo, ali i uključivanje svih relevantnih aktera, ponajpre civilnog društva i javnih medija u osmišljavanje javnih politika i u razgranato, ali ipak koordinisano sprovođenje aktivnosti.

Primeri angažovanja agencija za regulaciju elektronskih medija pokazuju da ti državni organi imaju potencijal za ključnu ulogu u promociji medijske i informacione pismenosti ukoliko im se takva uloga dodeli i omogućiti i ukoliko je ti organi ozbiljno i stručno preuzmu.

Stručni i nezavisni regulatori mogu, u skladu s preporukama međunarodnih organizacija, preuzeti i ulogu koordinatorka mreža i koalicija svih relevantnih aktera na promociji i razvoju medijske i informacione pismenosti. Puno je dokaza o izuzetnoj koristi od povezivanja u mreže i kolaborativnih aktivnosti, naročito kada se strateški rad i zajedničke akcije sprovode uz saradnju državnih organa, civilnog društva, ali i drugih aktera, uključujući i medije. Medije i novinare treba dodatno podstaći da preuzimaju aktivnije uloge u promociji medijske i informacione pismenosti, naročito javne medije i neprofitne medije, kao i novinarska udruženja. Odsutnost iz strateškog preduzimanja mera i aktivnosti za postizanje veće medijske i informacione pismenosti građana predstavlja istorijski promašaj medija i novinara u regionu. Usko usmeravanje pažnje i energije novinara i medija u vlastite strategije preživljavanja i u osujećivanje napada na njihov opstanak i dignitet je moguće razumeti, ali njihovo izostajanje iz aktivnosti, namenjenih medijskoj pismenosti

građana, znači da su slepi za istorijski trenutak i da ne prepoznaju priliku da na taj način ponovo uspostave vezu s građanima i ulože u njihovo osnaživanje kao aktivnih i kritički mislećih građana, zaštitnika demokratije.

Javne medije unutar medijske zajednice bi trebalo obavezati zakonskim odredbama da preuzmu moćnu i centralnu ulogu u promociji medijske i informacione pismenosti građana. To bi mogli obavljati kroz vlastite programske sadržaje, ali i kroz celokupni sistem i delovanje javnog medija, uz otvaranje medija za posete građana, praksu đaka i studenata, za žalbe i javne rasprave, za transparentnost poslovanja i ukazivanje građanima da je to medij odgovoran njima, za saradnju sa školama itd.

Istovremeno je neizostavno osmisliti mehanizme stalne edukacije i usavršavanja novinara i drugih radnika u medijima za unapređivanje njihove vlastite medijske i informacione pismenosti usled izazova novih tehnologija i kompleksnih struktura za organizovano širenje dezinformacija koji ugrožavaju opstanak i kritičku ulogu medija i novinara.

Sistem formalnog obrazovanja je svugde kompleksan i sporo se odaziva na reforme, međutim, on takođe poseduje neophodne potencijale za masivno osnaživanje i emancipaciju građana ukoliko se uvede i kvalitetno sprovodi nastava medijske i informacione pismenosti. Prosvetni radnici su u tom procesu najvažniji, oni mogu izneti veliki deo posla medijskog opismenjanja učenika. Zato bi trebalo uključiti ih u strateško planiranje reformi. Takođe, ne bi trebalo štedeti prilikom ulaganja u formalno i neformalno obrazovanje prosvetnih radnika, ali bi istovremeno trebalo uspostaviti visoke standarde kvaliteta te obuke.

Savremenici smo doba u kom je politička i ekonomska nejednakost dobila takve dimenzije da 26 bogatih pojedinaca (među njima su vlasnici najvažnijih komunikacionih platformi koje određuju naš komunikacioni svet) ima istu finansijsku moć kao četiri milijarde najsiromašnijih građana sveta (Oxfam, 2019). Vajdijanatan (Vaidhyathan) vidi svet naših komunikacija kao svet monopola, privilegija, zavisnosti i manipulacija: „Amazon Echo, Google Home i Oculus Rift su trenutno tek produkti za udovoljavanje sujeti najbogatijih među nama. Model je jasan: za operativni sistem naših života bitna su naša tela, naša svest i naše odluke. Pažnja je stvar opcije. Moć je koncentrisana i manipulacija je konstantna. To je svet bez strpljenja za autonomiju i bez prostora za demokratiju. Reč je o jednom lenjom i opojnom svetu“ (Vaidhyathan, 2018: 105).

Profitna i neprofitna zajednica producenata i poznavalaca digitalnih medija i tehnologija mora biti saveznik u politikama i praksama razvoja medijske i informacione pismenosti i jačanju svesti i veština građana. Njihova odgovornost i angažman su od velike važnosti. Važne su i velike i male ideje i akcije, poreban nam je angažman i globalnih i lokalnih aktera, i organizacija i pojedinaca koji poznaju i razumeju digitalni svet i koji mogu doprineti da se njegove dobrobiti iskoriste za emancipaciju građana i za napredak, a ne za uništenje znanja, civilizacijskih dostignuća i demokratije.

# Bibliografija

**Asa Briggs, Asa i Peter Burke** (2009). *A Social History of The Media – from Gutenberg to The Internet*. Cambridge: Polity Press.

**Brown, Wendy.** (2015). *Undoing the Demos. Neoliberalism's Stealth Revolution*. New York: Zone Books.

**Brynjolfsson, Erik i Andrew McAfee** (2016). *The Second Machine Age. Work, Progress and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. New York: W.W. Norton and Company.

**Buckingham, David** (2003). *Media Education. Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press.

**Council of Europe** (2018). *Recommendation CM/Rec(2018) of the Committee of Ministers to member States on media pluralism and transparency of media ownership*. Strasbourg: Council of Europe.

**European Audiovisual Observatory** (2016). *Mapping of media literacy practices and actions in EU-28*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory

**European Commission** (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation*. Luxembourg: Publication Office of the European Union.

**Ford, Henry.** (1923). *My Life and Work*. New York: Doubleday.

**Giroux, Henry A.** (1996). *Living Dangerously – Multiculturalism and the Politics of Difference*. New York, Peter Lang.

**Hrvatín, Sandra i Brankica Petković** (2004) »Regional overview«. U: Petković Brankica (ur.) *Media Ownership and Its Impact on Media Pluralism and Independence*. Ljubljana: Peace Institute.

- Hrvatín, Sandra i Brankica Petković** (2014). »Regional overview«. U: Petković Brankica (ur.) *Media Integrity Matters*. Ljubljana: Peace Institute.
- Jones, Alex.** (2009). *Losing The News. The Future of the News That Feeds Democracy*. Oxford: Oxford University Press.
- Kellner, Douglas,** (1995). *Media Culture. Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern*. London, Routledge.
- Kellner, Douglas** (2003). »Cultural Studies, Multiculturalism, and Media Culture«. V: Gail, Dines in Humez, Jean M. (ur.) *Gender, Race and Class in Media. A Text- Reader (2nd edition)*. London, Sage Publications. 9–21.
- Lessenski, Marin** (2018). *Common sense wanted: Resilience to ‚post-truth‘ and its predictors in the new media literacy index 2018*. Sofia: Open Society Institute- Sofia.
- Lippmann, Walter** (1999). *Javno mnenje*. Ljubljana, FDV, Zbirka Javnost.
- Londo, Ilda et al.** (2017). *Media Literacy and Education Needs of Journalists and the Public in Albania, Bosnia and Herzegovina, Macedonia, Montenegro, Serbia: Regional Report*. Bucharest: Center for Independent Journalism.
- Mastnak, Tomaž** (2015). *Liberalizem, fašizem, neoliberalizem*. Ljubljana: Založba/ \*cf.
- McLaren, Peter** (1997). *Revolutionary Multiculturalism – Pedagogies of Dissent for the New Millenium*. Colorado, Westview.
- McManus, John H.** (1994). *Market Driven Journalism – Let The Citizens Beware?* London: Sage.
- Mosco, Vincent.** (2014). *To The Cloud. Big Data in a Turbulent World*. London: Routledge.
- Nussbaum, Martha C.** (2006). *Frontiers of Justice. Disability, Nationality, Species Membership*. Harvard, Belknap.
- Oxfam** (2019). *Public good or private wealth?* Oxford: Oxfam International.
- Petković, Brankica, Panić, Saša i Sandra B. Hrvatín** (2016). *Comparing models and demanding reforms of public service media*. Ljubljana: Peace Institute.



**Sen, Amartya** (2006). *Identity and Violence. The Illusion of Destiny*. New York: W. W. Norton.

**Steiner, Christopher.** (2012) *Automate This: How Algorithms Came to Rule Our World*.

**Taylor, Charles** (1992). »The Politics of Recognition«. U: Amy Gutmann (ur.) *Multiculturalism. Examining the Politics of Recognition*. Princeton: Princeton University Press. 25–73.

**Tilly, Charles (ur.)** (1996). *Citizenship, Identity and Social History*. Cambridge: Cambridge University Press.

**Vaidhyathan, Siva.** 2018. *Antisocial Media. How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy*. Oxford: Oxford University Press.

**Verne, Jules.** (1863/1996). *Paris in the 20<sup>th</sup> Century. The Lost Novel*. Toronto: Ballantine Books.

**Wiener, Norbert.** (1965). *Cybernetics or Control and Communication in the Animal and the Machine*. Cambridge, Ma.: The M.I.T. Press.

**Wiener, Norbert.** (1973). *Kibernetika i društvo*. Beograd: Nolit.

**Wilson, Edward O.** (1999). *Consilience. The Unity of Knowledge*. New York, Vintage Books.

**Wu, Tim.** (2010) *The Master Switch – The Rise and Fall of Information Empires*. New York: Alfred A. Knopf.

**Young, Iris Marion** (2005). *Pravednost i politika razlike*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

**Živković, Milan F.** (2016). *Who will pay for journalism?* Ljubljana: Peace Institute.

# 0 autorkama:

**Dubravka Valić Nedeljković** doktorirala je na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Novom Sadu u oblasti analize medijskog diskursa. Trenutno je zaposlena kao redovna profesorica na Univerzitetima u Novom Sadu i Podgorici.

**Milica Janjatović Jovanović** završila je master studije filozofije na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Novom Sadu, gde trenutno pohađa interdisciplinarnu doktorske studije. Zaposlena je u Novosadskoj novinarskoj školi kao koordinatorica projekata.

**Brankica Petković** magistrirala je sociologiju kulture na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Ljubljani. Istraživačica je i menadžerka projekata u Mirovnom institutu, institutu za savremene društvene i političke studije u Ljubljani.

**Sandra Bašić Hrvatinić** doktorirala je na Fakultetu društvenih nauka Univerziteta u Ljubljani. Angažovana je kao profesorica na Univerzitetu "Primorska" i kao viša istraživačica Naučno-istraživačkog centra u Kopru, Slovenija.





Finansirala  
Evropska unija