

MEDIA AND MEDIA LITERACY

Abstract: The development of new technologies has a significant impact on media and communication process. Those continual changes have caused the segmentation of the audience more than ever before. The interpretation of auditory and visual segments (of pictures and sounds), as well as the interpretation of the text organization are all shaped by the latest technological characteristics of the media, which is often oriented towards achieving ideological and profitable goals. Since the changes in the sphere of media are happening remarkably fast, there is a growing need for posing questions, and the necessity of getting answers to these questions. Inside these frames, one should consider the need for enabling and encouraging media literacy in the public, i.e. working on the recipient's ability to 'read' the message from the media. To know what is the real meaning of the messages sent by media and who is the source, why those messages are shaped the way they are is of utmost importance for understanding and recognizing underlying messages and their content. Only a media literate person can get the answers to these questions.

Key words: media, media literacy, media education, manipulation, media messages

Uvod

Medijsko društvo više nije jednostavno društvo iz davnih vremena koje je funkcionisalo u sklopu jednodimenzionalnih i međusobno razgraničenih obrazaca i uloga (npr. novinara, publike, onog javnog i onog privatnog) i koje je time bilo društvo u kojem preovlađuju uređeni i pregledni odnosi. Nove tehnologije, novi mediji, život savremenog čoveka, učinili su da se javnosti segmentira više nego ikada do sad. U svemu tome mediji se snalaze, prilagođavaju u hodu, u želji da zadovolje potrebe i ukus raznolikog i razuđenog auditorijuma, ali i da opstanu u sve nemilosrdnijim tržišnim uslovima. Organizacija teksta, slike i zvuka uvek je prilagođena najnovijim tehnološkim karakteristikama određenog medija. Takođe su i ekonomski uslovi proizvodnje u velikoj meri zaslužni za to *šta* i *kako* slušamo, gledamo ili čitamo. Iskustvo je pokazalo da mediji uvek nastoje da budu u funkciji najbolje medijske prakse, što zapravo znači u funkciji publike, njenih želja i prohteva. Zarobljeni u duhu masovnih želja, potreba i sl. mediji zaboravljaju da njihova publika sve češće postavlja složenija pitanja. Kako su promene u sferi

medija vrtoglavo brze, tako je i potreba za postavljanjem pitanja sve veća, a neophodnost da se dobiju odgovori sve češća. Dakle, u ovim okvirima bi trebalo i posmatrati potrebu za medijskim opismenjavanjem javnosti, odnosno kod recipijenta graditi sposobnost "čitanja" medijske poruke. Zapitanost šta medijski upakovani i plasirani sadržaji (poruke) stvarno znače, ko je izvor, kako je i zašto poruka tako konstruisana, od ključne je važnosti za kvalitetno razumevanje i prepoznavanje medijski posredovanih poruka i njihovog smisla. Prava pitanja, ali i odgovore može dobiti samo medijski pismen čovek.

U pojam medijskog društva utkani su i mitovi koji unapređuju čoveka u onoj meri u kojoj ih ono podstiče, npr. mitovi o sveznanju, totalnoj javnosti ili mit o tome da se o svemu mora sve znati. Može se reći da je društvena stvarnost do te mere posredovana medijima da su i posledice koje proizilaze iz tog posredovanja potpuno očekivane. Zato, niti su nam strane, niti daleke pretpostavke koje govore o tome da gotovo ne postoji čovek koji na neki način nije izložen dejstvu medija. Uticaj medija vidljiv je na svakom koraku: lični, svakodnevni raspored vremena, teme za razgovor, planiranje aktivnosti itd. Jedino je medijski obrazovana i pismena javnost dobar kontrolor medija i njihovog profesionalizma.

Kratka istorija medijskog obrazovanja

Razvoj medijskog obrazovanja usko je povezan sa razvojem medijske scene, komunikoliškim studijama i sa pojavom pedagogije i obrazovanja. Medijsko obrazovanje započelo je u različitim zemljama u različitim periodima i razvijalo je različite radne koncepte i pristupe. Polazna tačka skoro svuda bila je ozbiljna zabrinutost roditelja, nastavnika i edukatora zbog predviđenih negativnih posledica medija po decu i omladinu. Pojava svakog novog medija dovodila je do novih strahova. Prema Kumaru, koreni medijskog obrazovanja mogu se pronaći u „*zebni industrijski razvijenog Zapada da se pomiri sa rastom masovnih medija*". Naročito je sve veća popularnost televizije i filma u 50-im i 60-im godinama dovela do pojačane zabrinutosti. Walsh ističe da su „*nastavnici ubrizgali masovne medije u svoje časove da bi pokazali koliko je to prazno, smešno i bezvredno. To je bio pokušaj da se učenici zaštite od opasnih klica trenutne medijske kulture*". Nekoliko konferencija koje je sponzorisao Unesco, od kojih je većina održana u Evropi, promovisale su ono što je nazvano *Obrazovanje posredstvom ekrana*, a kasnije i *Filmske studije*, *Medijske studije*, *Medijska pismenost*, *Edukomunikacija*, *Medijska pedagogija*, *Obrazovanje za komunikacije* i dr. Postojali su i nacionalni razlozi za zastupanje medijskog obrazovanja, na primer u Škotskoj, gde je otpor medijskom imperijalizmu Engleske doprineo da kritički pristup dobije podršku vlade i školskih vlasti. Kao rezultat, medijsko obrazovanje ubrzo je postalo školski predmet u Škotskoj. Ovo se, takođe, desilo u Kanadi i u Latinskoj Americi.

U šezdesetim godinama medijsko obrazovanje počelo je da se usmerava ka *kritičkom primaocu*, a cilj je bio ostvariti razumnu upotrebu medija. U sedamdesetim

su započeti obrazovni programi na televiziji, a mediji su upotrebljeni kao alatke za obrazovanje i podučavanje. Zaštitni pristupi su počeli da se povlače, pre svega zbog rezultata istraživanja o medijskim efektima koji su govorili da se oni ne mogu dokazati linearno, da ne postoje jednostavne reakcije na medijske poruke. Pristup nazvan *koristi i zadovoljstvo*, koji pretpostavlja da aktivni pojedinci koriste medije za zadovoljenje psiholoških, kulturnih i društvenih potreba, doveo je do istraživanja o upotrebi medija u svakodnevnom životu i obezbedio studije koje su pokazale, sa sociološkog, socio- ekološkog ili medijsko-biografskog stanovišta značaj koji mediji imaju za svakog pojedinca. Komunikacijski procesi između medija i javnosti počeli su da se posmatraju sa sistematskog stanovišta, kao složeno međudejstvo sa nepredvidljivim efektima i kontraefektima. Danas su mnoga istraživanja posvećena medijskom stvaranju realnosti i načinu na koji se kreiraju značenja i tumače poruke. Medijsko obrazovanje se sprovodi u praksi po celom svetu, ali razni pokušaji i načini realizacije se značajno razlikuju. Iako medijsko obrazovanje postoji već više od pola veka, ono je i dalje podložno individualnim i lokalnim inicijativama. U većini zemalja medijsko obrazovanje je još sporedna aktivnost kojom se bave nastavnici ili medijski edukatori u školama ili u radu sa omladinom. U nekim zemljama započeto je formiranje medijskih pokreta, kao što su akcione grupe gledalaca, na primer *Action for Children's Television (Akcija za dečiju televiziju)* u SAD, Britaniji i Japanu.

Medijsko obrazovanje danas postoji u većini zemalja kao poseban predmet u osnovnim, srednjim i univerzitetskim školskim programima, ili kao deo drugih programa koji se sprovode na svim obrazovnim nivoima. Sve je započelo 1964. godine, upozorenjem Uneska da je medijsko obrazovanje (*media education*), važno obrazovno područje. Prvi su sa medijskim obrazovanjem počeli Finci još početkom sedamdesetih godina prošlog veka. Istraživač Sikka Minkkinen je 1978. godine ponudila sistematičan pregled medijskog obrazovanja u svetlu kognitivnih, filozofskih, etičkih i estetskih premisa odnosa prema masmedijskom komuniciranju. Devetnaest država je u januaru 1982. godine u Nemačkoj potpisalo Uneskovu deklaraciju o medijskom obrazovanju, koja je tražila uvođenje medijskih znanja i veština u školske programe, od predškolskog do univerzitetskog nivoa, uključujući obrazovanje odraslih i, pre svega, kritički odnos prema medijskom delovanju. Od tada se učenje o masovnim medijima uključuje u različite školske predmete (maternji jezik, sociologija, istorija itd.), a uvodi se i poseban predmet *medijsko obrazovanje*.

U aprilu 1999. godine, održana je u Beču međunarodna konferencija *Obrazovanje za medije i digitalno doba (Education for the Media and the Digital Age)*, koju je organizovalo *Austrijsko federalno ministarstvo obrazovanja i kulture* u saradnji sa Uneskom. Učestvovali su predstavnici 33 države iz Evrope, Afrike, Australije, SAD, Kanade, Južne Amerike i Indije. Sve države su se odlučile za uvođenje medijskog obrazovanja u svoje obrazovne programe. Raspravljalo se o razlozima i načinima uključivanja ovog predmeta, pa je skup zaključen raspravom na temu budućih strategija medijskog obrazovanja (*Media Education – Future Strategies*)¹.

¹ Nada Zgrabljic Rotar, *Medijska pismenost i civilno društvo*, MediaCentar, Sarajevo, 2005:2

Pojam medija i medijske poruke

Kada govorimo o definisanju medija nailazimo na celokupni rečnik izraza, te jedinstvene i sveprihvaćene definicije nema. Od latinskog *medium*, "sredina", "centar", pa preko značenja "posrednika" dolazimo do ponovnog otkrića termina kod Anglosaksonaca, koji su uveli pojam "masmedija" kao sredstava za komunikaciju masa.

U opisu medija danas se takođe oslanjamo i na medijske institucije, na vrste medija (dnevne novine, časopisi, itd.), ili na medijske tehnike (faks, mašina, radio, itd.). Sve definicije, u svojoj raznolikosti, ipak generalno ističu krajnji cilj medija, koji podrazumeva komunikaciju².

Mediji kao sredstva masovne komunikacije predstavljaju glavno obeležje savremenog sveta. Oni su mehanizmi u funkciji prenošenja znanja i svesti, bilo da je reč o knjigama, štampi, radiju, filmu, televizili, internetu ili interaktivnim oblicima povezivanja.

Često se zbog korisnika, da bi se ukazalo na raznovrsnost medija, razlikuju *autonomni mediji* (knjige, novine i dr.), koji ne zahtevaju spajanje sa nekom posebnom mrežom, *difuzni mediji* (tv, radio), koji funkcionišu pomoću određenih talasnih frekvencija i kablova i *komunikacijski mediji* koji omogućavaju uspostavljanje interaktivnosti (nekada je to bio telefon, a danas telematske mreže i komunikacioni video).

Medijska poruka se može definisati kao svaka poruka sa značenjem i smislom, koju publika prima posredstvom nekog medija (knjige, filma, interneta i dr.). Javnost je neprestano izložena dejstvu medijskih poruka, tragajući za njihovim smislom, značenjem i ciljem. Auditorijum, po karakteru nestalan i promenljiv, može imati povratni uticaj (feedback) kao odgovor na poruku koju je percipirao. Poimanje poruka zavisi kako od subjektivnosti tako i od načina na koji se prezentuju, a ponajviše od obrazovanja, tj. sposobnosti i spremnosti publike da ih svesno tumači.

Obrazovanje

U pokušaju da se što preciznije definiše pojam obrazovanja, neminovno se u vezu sa njim dovodi i pojam vaspitanja. Obrazovanje, kako je to podvučeno i u latinskom korenu reči *ducere*, podrazumeva i postojanje vodiča, edukatora kojem je i povereno vaspitanje. *Obrazovanje je neophodno i obogaćujuće ulaganje, koliko za dete, toliko i za odraslog čoveka.*

Obrazovanje evoluiru na osnovu potreba koje treba da zadovolji. Teško je, zaista, da bi bez toga i moglo imati valjani smisao. Obrazovni proces, samo je deo celine... I to onaj pokretački. Više zapravo, ne možemo ni govoriti na romantičan način o obrazovanju kao o zalogu za budućnost... *Obrazovanje je postalo nasušna potreba sadašnjosti. Znanja sve brže zastarevaju, a sve je teže usvojiti ih...*³

² Žak Gone, *Obrazovanje i mediji*, Clio, Beograd, 1998:14

³ Vladeta Radović, *Mediji i e-obrazovanje*, Institut za političke studije, Beograd, 2006: 11

Vladajući stav demokratskih društava stavlja naglasak na razvoj deteta i na rascvetavanje njegovih kvaliteta. Ustvari, nema nimalo sumnje da je tradicionalna koncepcija, koja je obrazovanje posmatrala kao umeće uvođenja dece u prihvatanje normi određene društvene klase, još prisutna⁴. Iskustvo i frustracije su nerazdvojivi pratioci obrazovanja. Oni se odnose na mnoge elemente – fizičke (fizičko vaspitanje), društvene (odnos sa drugima), mentalne (pamćenje i rasuđivanje), moralne (vrednosti, moral, religija) i obuhvataju čitav proces obrazovanja jer, u poređenju sa životinjskim svetom, obrazovanje ljudske vrste dotiče često i područje životne nade i očekivanja. Sasvim je prirodno što vladajuće strukture pridaju veliku važnost obrazovanju, što nastoje da ga kontrolišu, iskoriste ili suzbiju⁵.

Mediji i obrazovanje

Pod obrazovanjem posredstvom medija treba podrazumevati studiranje, podučavanje i vaspitanje uz pomoć modernih sredstava komunikacije i izražavanja, koja postaju sastavni deo specifičnog i autonomnog područja procesa saznanja u pedagoškoj teoriji i praksi. Pojam medijsko obrazovanje počeo je da se upotrebljava šezdesetih godina u međunarodnim krugovima koji su se bavili istraživanjem problema obrazovanja. Razmatrane su brojne teme među kojima: moć novog magičnog sredstva za opismenjavanje javnosti; oklevanje nastavnika da prihvate televiziju kao legitimni pristup znanju, neophodnost kritičkog razmatranja, opasnosti manipulacije medijskim sadržajima i sl.

Medijsko obrazovanje se tumači kao sposobnost za kritičko rasuđivanje i iščitavanje medijskih sadržaja, bilo da se govori o štampanim ili elektronskim medijima.

U jednom značajnom delu koje je služilo kao orijentir čitavoj jednoj generaciji Lin Mastermen nabraja sedam suštinskih razloga:

- visoka potrošnja medija i prezasićenost do koje stižemo;
- ideološki značaj medija, posebno imajući u vidu reklame;
- pojava informacionog rukovođenja u preduzećima (vladini uredi, političke partije, ministarstva, itd.) ;
- narastajući prodor medija u demokratskim procesima (izbori su, pre svega, medijski događaji) ;
- narastajući značaj vizuelne i informacione komunikacije u svim domenima (izuzev škole, koja prvenstvo daje štampanoj građi; komunikacioni sistemi su uglavnom vizuelnog karaktera) ;
- očekivanja mladih da budu obrazovani tako da mogu da razumeju svoje doba (kakav je smisao obrazovanja i izgradnje individualne kulture, ako se tako brižno izbegavaju tehnološka sredstva i preispitivanje vrednosti svog doba?) ;

⁴ Žak Gone, *Obrazovanje i mediji*, Clio, Beograd, 1998:19

⁵ Žak Gone, *Obrazovanje i mediji*, Clio, Beograd, 1998:20

- nacionalni i međunarodni porast privatizacije svih informacionih tehnologija (kada informacija postane proizvod, njena uloga i njene osobine se menjaju)⁶.

Dakle, *medijsko obrazovanje podrazumeva sticanje medijske pismenosti*. Kao i sticanje svake druge pismenosti, ono može biti istinski uspešno samo ako uzme u obzir povezanost između dva ključna faktora specifičnosti (datog) medija i načina na koji te specifičnosti razumeju oni koji se obrazuju. Ovako koncipirano medijsko opismenjavanje može doprineti usvajanju mnogih društvenih vrednosti, kako kod dece i mladih svih uzrasta, tako i kod predškolaca.

Medijska pismenost

Pojam medijske pismenosti definisan je na konferenciji o medijskoj pismenosti 1992. godine, kao sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija⁷. Ova definicija *medijske pismenosti podrazumeva da su mediji pozitivni izvori informacija i zabava, ali da je za njih neophodno posedovati mnoga znanja, kao i mnoge veštine*. Zašto? Medijska pismenost je proces pristupanja, analize, evaluacije i stvaranja poruka u širokom spektru medijskih vrsta, žanrova i oblika. Ona koristi instrukcioni model baziran na ispitivanju, koji ohrabruje ljude da postavljaju pitanja o tome šta gledaju, slušaju i čitaju. *Edukacija medijskom pismošću je oblik razvoja medijske pismenosti koji ljudima pomaže da kritički analiziraju medijske poruke i da prepoznaju propagandu, cenzuru, manipulaciju, kao i da detektuju zašto je poruka upakovana baš tako kako jeste*. Dakle, da prepoznaju iza kojih se poruka kriju politički, gde glavnu ulogu igraju komercijalni interesi, a gde je spoj i jednih i drugih. Transformišući proces konzumiranja medija u aktivni kritički proces (što jedino medijska pismenost omogućava), ljudi stiču veću svesnost o mogućnosti pogrešne prezentacije, dezinformacije, manipulacije i shvataju ulogu masovnih medija i učesnika medija u interpretiranju stvarnosti.

Slobodan pristup informacijama u posedu organa vlasti, te kritička percepcija tog oblika informisanja značajno pospešuje i "novo čitanje" medija. Tim putem građanin napušta poziciju pasivnog korisnika medija i postaje aktivni akter medijskog pisma, koji kroz novo sagledavanje pristupa informacijama ima i novi "posmatrački" ugao programskog sadržaja medija. Medijska pismenost, kao važna oblast komunikologije, posebno dobija na značaju u vremenu društvenih promena prouzrokovanih globalnim medijskim tehnologijama, hiperprodukcijom medija, te uopšte pozicioniranosti medija kao bitnih činilaca u formiranju sistema društvenih vrednosti, ali i uspostavljanju aktuelnih društvenih diskursa. Slobodan pristup informacijama, koji je u interesu ljudskog prava, jača nivo kulture medijske

⁶ Žak Gone, *Obrazovanje i mediji*, Clio, Beograd, 1998:23

⁷ Nada Zgrabljic Rotar, *Medijska pismenost i civilno društvo*, Media Centar, Sarajevo, 2005:1

pismenosti, kao načina za lakše razumevanje poruka iz medijske sfere, što umnogome povećava važnost građanina u društvenoj zbilji⁸.

Medijska pismenost ne podrazumeva samo prepoznavanje medijskih sadržaja utkanih u raznolike forme, već se odnosi i na umeće upotrebe računara u svrhu dobijanja raznovrsnih poruka u što kraćem roku, razumevanje odnosa znaka i značenja, intencije i poruke kao i emocionalnog i kognitivnog odgovora na medijski saopšteno. Nove tehničko-tehnološke promene ne samo da nam omogućuju paletu novih sadržaja već nam nužno nameću i potrebu za stalnim usavršavanjem, dakle opismenjavanjem. Savremene tehnologije donose nove izazove ali, prilagođavajući se korisnicima, traže i nova znanja. *Dakle, živeti u nekom vremenu znači i nositi se sa njegovim bremenom.*

Najpopularniji model medijske pismenosti razvio je Britanski institut za film 80-ih godina XX veka.

Ovaj model je poslužio kao teorijski okvir mnogim nastavnim programima širom sveta i sadrži šest ključnih oblasti:

- 1) Medijski subjekti (ko komunicira i zbog čega?)
- 2) Medijske kategorije (kakva je ovo vrsta sadržaja?)
- 3) Medijske tehnologije (kako se proizvode sadržaji?)
- 4) Medijski jezici (kako shvatamo značenje sadržaja?)
- 5) Medijska publika (ko su recipijenti i kako stvaraju značenja?)
- 6) Medijski prikazi (kako mediji predstavljaju neku temu?⁹(Lemiš, 2008:292)

Medijska nepismenost kao otvorenost za manipulaciju

Medijska nepismenost, kao i proces sticanja medijske pismenosti, pripadaju i obrazovnoj i razvojnoj problematici, kako su to u svojim radovima jasno pokazali Salomon (1981) i Korać (1992). Oba autora usredsređuju se na medijski specifična izražajna sredstva (npr. pokreti kamere, zum, animacija i vizuelna retroakcija) kao sredstva za sticanje medijske pismenosti. Ove studije ukazuju i na izuzetno važnu mogućnost da ta ista sredstva imaju podsticajno dejstvo na širi spektar saznavnih sposobnosti, pre svega (ali ne samo) onih koje se tiču poimanja prostornih odnosa. Obrazovne i razvojne implikacije ovih nalaza čine filozofiju koja leži u osnovi projekta *Videolab*.

Proces sticanja medijske pismenosti pokazuje se kao složeniji nego što bi se očekivalo, ne toliko usled složenosti jezika o kome je reč, koliko zbog toga što njegovo osnovno izražajno sredstvo čine pokretne slike. One gledaoca navode da veruje svojim očima i prihvati ono što vidi na ekranu pre kao jednostavno preslikanu stvarnost, nego kao jedan od mogućih načina prikazivanja i tumačenja te stvarnosti. Najkraće rečeno, gledalac ovaj jezik nepotpuno ili pogrešno razume

⁸ Nemanja Knežević, Časopis za upravljanje komuniciranjem, Fakultet političkih nauka, Beograd, 2008:86

⁹ Dafna Lemiš, Deca i televizija, Clio, Beograd, 2008:292.

prvenstveno zbog toga što nema svest o tome da je to uopšte jezik. Iz ovoga sledi da je, pre nego što počne upoznavanje sa pojedinim izražajnim sredstvima vizuelnog jezika i načinima njihovog korišćenja, neophodno kod gledaoca razviti svest o tri jednostavne činjenice koje suštinski obeležavaju prirodu vizuelnih medija:

1. *ono što se vidi na ekranu nikad ne izgleda potpuno isto kao ono što postoji u stvarnosti;*
2. *ono što postoji u stvarnosti ne mora se uopšte videti na ekranu;*
3. *ono što se vidi na ekranu ne mora uopšte postojati u stvarnosti*¹⁰.

Proučavanjem uticaja televizijskog sadržaja na mlade došlo se do zaključka da postoje, kako pozitivni, tako i negativni efekti na intelektualni, emocionalni i socijalni razvoj recipijenta. Uzroci se nalaze ne samo u mentalnim sposobnostima da se razumeju poruke medija, već i u socio-kulturnom okruženju, kao i u spremnosti za kritički pristup medijima. Medijska pismenost pretpostavlja sposobnost da se potpuno komunicira u svim medijskim formama, da se razumeju, koriste i kritički procenjuju poruke medija, bez obzira na to da li su ove saopštene vizuelno, auditivno ili audiovizuelno.

Trendovi u oblasti medijskog opismenjavanja odnose se na usvajanje širokog repertoara veština i kompetencija koje će omogućiti mladima da razumeju svet komunikacija i medija. Masterman, jedan od najpoznatijih kritičara obrazovanja za medije, ističe da *medijski pismena osoba ne može biti lako izmanipulisana i da se njeno mišljenje u medijima uvažava jer je u stanju da donosi nezavisne sudove*. Reč je o sposobnosti kritičke autonomije koja treba da postane primarni cilj kontinuiranog obrazovanja za medije.

Mnogobrojni su razlozi za uvođenje medijskog opismenjavanja u savremene obrazovne sisteme, s obzirom na prisutnost i uticaj koji mediji vrše na mlade. S jedne strane, medijska pismenost postaje obrazovna potreba savremenog čoveka, a s druge strane, škola ne omogućava realizaciju tih potreba. Stoga, medijsko opismenjavanje treba da postane sastavni deo repertoara u obrazovnoj ponudi škole. Danas, medijsko opismenjavanje nije odraz potreba i privilegija pojedinaca, već deo nužnih kompetencija svih članova društva.

Elektronska pismenost

Praktično samo u poslednjoj deceniji drugog milenijuma u globalnom komunikacijskom prostoru primenjene su mnogobrojne tehnologije, koje neslučenim komunikacijskim mogućnostima otvaraju vrata ubrzanom razvoju.

Razvojem savremenih, svakako informaciono-komunikacionih tehnologija pre svih, determinisan je i razvoj svih ostalih ljudskih delatnosti. Kruna razvoja ovakvih vrsta tehnologija, van svake sumnje je, pre svega telekomunikacioni

¹⁰ Nada Korać, Medijska pismenost kao osnov obrazovanja za medije: Razvojnopsihološka perspektiva-Naučni rad, Zbornik instituta za pedagoška istraživanja, Beograd, 2005:513

kompleks, a posebno Internet¹¹. Postalo je očigledno da se danas nalazimo usred *treće velike medijamorfoze*, koja je započela primenom električne struje u komunikaciji početkom devetnaestog veka.

U isto vreme, nova vrsta jezika pojavila se kao moćan činilac promene-digitalni jezik. On se razlikuje od svih ostalih jezika (izražajni, govorni i pisani) koji su se razvijali kako bi olakšali komunikaciju među ljudima. Digitalni jezik, koji koristi brojeve da bi šifrovao i obrađivao informacije, razvijen je da bi olakšao komunikaciju između mašina i njihovih komponenti. Samo posredstvom matematičkog procesa prevođenja, digitalni jezik se može koristiti za komunikaciju s ljudima i između njih. Uticaj digitalnog jezika i tehnologija na medijske oblasti toliko je dubok da razumevanje sadašnjih i budućih transformacija nije moguće bez osnovnog poznavanja terminologije i osnovnih koncepata. Pre samo nekoliko godina termini kao što su *digitalni*, *megabajt*, *modem* i *sajber spejs* retko su se mogli čuti ili videti u medijima. Smatralo se da su oni isuviše tehnički da bi većina ljudi mogla da ih shvati. Kada su se koristili, gotovo uvek su bili označeni znacima navoda ili su bili praćeni kratkim objašnjenjem¹². Danas, situacija je sasvim drugačija, pa ih gotovo ne možemo udaljiti iz svakodnevnog života jer su deo naše svakodnevice. Pritom, lako je uočljiv osnovni problem. Stvaranje adekvatnog modela učenja, kojim će biti usklađena brzina učenja sa brzinom promena¹³.

Obrazovanje kod nas i u svetu ne zadovoljava uslove koji se pred njega postavljaju. Nezadovoljstvo stanjem u obrazovanju raste do visokih tenzija, jer obrazovanje ne odgovara zahtevima za razvoj individue i društvenih odnosa. Ono ne stimuliše dovoljno razvojnu akceleraciju nauke i tehnologije¹⁴. Dosadašnje analize pokazale su da pokušaji reforme u školstvu nisu dali baš plodne rezultate. Naše škole i dalje ostaju klasične škole, opterećene pozamašnim udžbenicima.

Iako su najčešća mišljenja da je posezanje za korišćenjem interneta ustvari težnja ka zabavi, ostaje i činjenica da je *internet sastavni deo naše svakodnevice, dakle, korisno sredstvo za izvršenje brojnih zadataka*.

Zaposleni se sve češće upućuju na mogućnosti koje pruža internet, a neretko im se "doturaju" materijali na kompakt diskovima, da ih samostalno savladavaju. E-mreža je osmišljena kao elementarni izvor podataka, obaveštenja, uputstava, kriterijuma i merila za potrebe obrazovanja. Razlika nije toliko u sadržaju učenja, koliko u depersonalizaciji "nastavnika" i u promenama samog procesa i "delatnosti predavača".

Uloga interneta u procesu globalizacije jeste, zapravo, jedna od nosećih. Broj dnevnih aktivnosti koje zavise od interneta i dalje je u porastu. A sa porastom broja korisnika, koji se konektuju na internet i koji se navikavaju na prednosti koje pruža, postojanje interneta će veoma brzo biti sasvim uobičajena pojava. Tako

¹¹ Vladeta Radović, *Reforma javnog informisanja u e- okruženju*, Institut za političke studije, Beograd, 2006:15

¹² Rodžer Fidler, *Mediamorphosis*, Clio, Beograd, 2004:101

¹³ Vladeta Radović, *Mediji i e- obrazovanje*, Institut za političke studije, Beograd, 2006:22

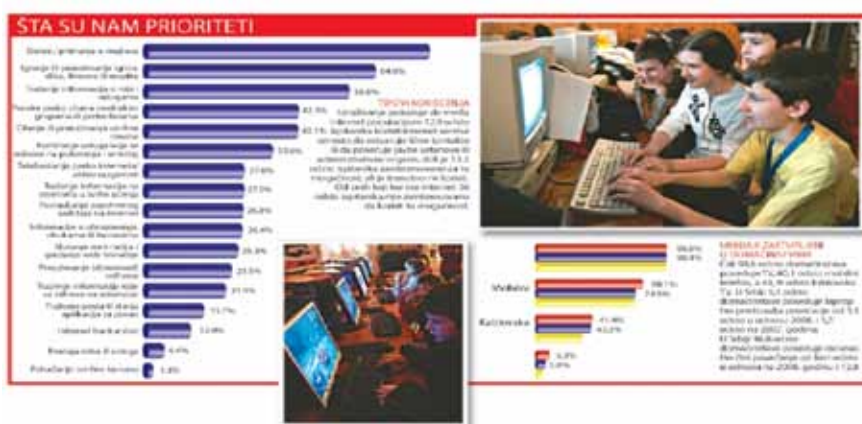
¹⁴ Vladeta Radović, *Mediji i e- obrazovanje*, Institut za političke studije, Beograd, 2006:123

će iskustvo elektronskog obrazovanja postati druga priroda sve brojnije internet populacije.

Mogućnosti obrazovanja i sticanja znanja zaista su više nego impresivne. To je već sada očigledno¹⁵.

Elektronska pismenost predstavlja sposobnost osobe da efektivno koristi računar u svom radu i van radnog mesta. U širokom opsegu zanimanja neophodna je elektronska pismenost za obavljanje stručnih zadataka, ali je ona postala i važan faktor socijalizacije svakog građanina, jer u svakodnevnom životu građani imaju potrebe koje im može zadovoljiti internet.

Sa blizu pedeset miliona ljudi koji imaju kontakt i razmenjuju informacije posredstvom interneta širom sveta, ova tehnologija se ne može više opisivati kao prolazna stvar ili podzemna mreža za amatere tehnike¹⁶.



Slika br.1. Prioriteti upotrebe interneta¹⁷

Dosadašnja istraživanja – upotreba Interneta



Slika br.3 Primer pristupa internetu¹⁸

¹⁵ Vladeta Radović, Mediji i e- obrazovanje, Institut za političke studije, Beograd, 2006:78

¹⁶ Rodžer Fidler, Mediamorphosis, Clio, Beograd, 2004:59

¹⁷ Detaljnije na sajtu: <http://www.blic.rs/Vesti/Tema-Dana/194677/Vecina-ne-zna-sta-je-internet>

¹⁸ Detaljnije na sajtu: <http://www.turizamzavasinaz.com/sr/aktuelno/internet-prevarama-objavili->

Kada je u pitanju elektronska pismenost, Srbija se nalazi na samom dnu liste evropskih zemlja, što nije ništa novo, navodi se u istraživanju koje je objavio "Blic". Međutim, zapanjuje podatak "Eurostata" da čak 44,7% ispitanih građana naše zemlje nikada nije koristilo računar, kao i da još veći procenat (56,4%) nikada nije upotrebio internet. Da li zbog loše ekonomske situacije koja traje decenijama ili zbog nejednake razvijenosti regiona zemlje, pojedini delovi Srbije gotovo potpuno su izolovani od savremenih tehnologija, dok drugi, iako nedovoljno u poređenju sa razvijenim zemljama, stalno napreduju.

Brojke govore da je Srbija još na početku razvoja informacionog društva i da je potrebno savladati mnoge barijere na tom putu, od razvoja infrastrukture, preko veće raspoloživosti hardverskih i softverskih potencijala, do neophodnog obrazovanja. Potrebno je obezbediti minimalni nivo informatičke pismenosti svim stanovnicima kako bi mogli da iskoriste sve prednosti koje pruža upotreba ICT u svim domenima rada i poslovanja radi uštede, veće efikasnosti, udobnosti i višeg kvaliteta života – objašnjava prof. dr Marijana Vidas-Bubanja, profesor u Višoj poslovnoj školi, koja je od 2005. do 2007. godine u ime Srbije predsedavala regionalnoj inicijativi „Elektronska jugoistočna Evropa“ pod okriljem Pakta za stabilnost.

Rasprostranjenost računara u srpskim domovima povećana je u poslednjoj godini i to daje nadu da se situacija sa elektronskim opismenjivanjem kreće uzlaznom putanjom. Beležena procentima, uzlazna putanja vidljiva je u poslednjih nekoliko godina, pa je u 2009. to povećanje iznosilo 6% u odnosu na 2008, 12,8% u odnosu na 2007. i čak 20,3% u odnosu na 2006 godinu.

Zastupljenost računara u domaćinstvima varira u zavisnosti od regiona, pa u Beogradu iznosi 59,8%, u Vojvodini 46,1%, a u centralnoj Srbiji 41,3%. Razlike se mogu uočiti i kada se uporedi zastupljenost računara u urbanom i ruralnom delu Srbije – 56% spram 33,6%. U odnosu na 2008. godinu, ovaj jaz se dodatno produbio. U prilog tome govore i stope rasta zastupljenosti računara u urbanom i ruralnom delu Srbije - u urbanom delu stopa rasta je 8,5%, a u ruralnom, u odnosu na 2008, iznosi svega 2,4%.

Istraživanje pokazuje da u Srbiji više od 1.450.000 ljudi poseduje internet priključak, što deluje kao impozantna brojka, ali uzevši u obzir da naša zemlja ima oko sedam miliona stanovnika, nikako ne bismo mogli da budemo ponosni. Srbija ima internet penetraciju nivoa oko 34% do 35%, što je manje od Hrvatske ili Makedonije, ali više od BiH i Albanije. U svakom slučaju, može se konstatovati da se Srbija nalazi u digitalnom jazu kako prema nekim zemljama regiona, tako i prema članicama EU. Jer, cilj potpisane regionalne strategije razvoja informacionog društva - ESEE iz 2007. godine od 50% internet penetracije za region, još nije dostignut – komentariše Vidas-Bubanja.

U rasprostranjenosti interneta važnu ulogu igra i teritorijalna komponenta, pa je tako rasprostranjenost najveća u Beogradu i iznosi 48,6%, nešto manja u Vojvodini sa 37,9% i najmanja u centralnoj Srbiji 30,5%.

Nažalost, u poslednjih 13 godina, od prve strategije razvoja Informacionog društva iz 1997. godine, mnoge aktivnosti su propale, posebno usled finansijskih

razloga. Rast potrošnje za telekomunikacije mora da bude najmanje nekoliko puta veća u odnosu na rast društvenog proizvoda. U Srbiji se pomak ne može učiniti ukoliko se razvoju Informacionog društva, a posebno interneta, ne pristupi kao stvarnom strateškom prioritetu, kaže prof. dr Nataša Gospić sa Saobraćajnog fakulteta u Beogradu.

Kako ističe Vidas-Bubanja, digitalni jaz kao razlika u nivou primene ICT i elektronskog poslovanja prisutna je ne samo na relaciji razvijene zemlje i zemlje u tranziciji već i na relacijama kao što su gradske i ruralne sredine, velike i male kompanije.

Dobra nacionalna strategija razvoja telekomunikacione infrastrukture, zakonske i institucionalne osnove, znanja i nivoa svesti o tome da svet ulazi u novu eru razvoja i poslovanja može da obezbedi da se ovi jazovi ublaže. To je jedan od preduslova koji Srbija mora da ispuni i u okviru procesa stabilizacije i pridruživanja EU, koja informaciono društvo tretira kao razvojni prioritet – ističe Vidas-Bubanja.

Nije teško prepoznati da se u eri elektronskih i digitalnih medija simulira ideal otvorenih trgova Atine i Rima, jer pojedinci teoretski imaju priliku da javno izraze svoje stavove, ali se prećutkuje da su oni u manjini i da zahvaljujući kontrolisanim medijskim kanalima teško mogu uticati na socio-psihološke činioce. Tako organizovana manjina dobija neograničenu mogućnost da upravlja neorganizovanom većinom, izvrćući ruglu tradicionalna poimanja demokratije.

Zaključak

U zavisnosti od toga koliku podršku država daje programima medijskog opismenjavanja, može se očekivati jači ili slabiji sistem edukacije za medijsku pismenost. Krucijalni problem je neusklađenost u pogledu same prakse medijske pismenosti. S jedne strane, imamo pobornike ideje da je medijska pismenost zapravo kritički odgovor komercijalnoj kulturi, ideja koja u sebi objedinjava analizu i produkciju, a s druge, stalno osporavanje koncepta medijske pismenosti.

Borba za medijsko obrazovanje, danas i ovde, ne vodi se u okviru obrazovnih institucija, već u sektoru slobodnih inicijativa i kreativno- kritičkog mišljenja. To što je slobode malo, a kreativnog i kritičkog mišljenja još manje, ne pobija, već dokazuje tezu. Svako kome je stalo do medijske pismenosti zna da se ona ne svodi na puko savladavanje veština, konstruisanja i dešifrovanja medijskih poruka, već da svako ulaženje u polje medija otvara mogućnost preobražaja društva.

Medijska pismenost vrhunski je izdanak praksisa ispređenog od dubokog promišljanja prirode medija, odnosno kritike medijskog posredovanja. Reč je, dakle, o jednoj novoj pedagoškoj paradigmi, programu utemeljenom na promišljanju medija, kojim se otvara polje nove medijske kulture. U rukama čovečanstva je novo oruđe emancipacije, koje se može upotrebiti u preobražaju društvene realnosti ili se može odbaciti u stranu i prepustiti konzumerskom novinarstvu.

Medijsko obrazovanje daleko prevazilazi puko sticanje znanja o medijima. Njegov potencijal da deci i mladima omogući sticanje uvida, stavova i veština nužnih za razvoj demokratskih vrednosti je ogroman. Iz razumevanja prirode i veličine tog potencijala proističu značajne implikacije za obrazovanje dece i mladih svih uzrasta, uključujući i najmlađe. Upoznavanje prirode i izražajnih sredstava različitih medija, u kontekstu aktivnosti primerenih uzrastu i interesovanjima učesnika, nesumnjivo doprinosi njihovoj pripremi za aktivan i odgovoran život u slobodnom društvu.

Vladajuće elite sve više koriste medije kao pripremne škole u kojima masama „poklanjaju“ celofanom umotane snove, vrednosti i ideje, menjajući njihov psihološki lik i kulturne identitete. Navedeno apostrofira potrebu za stalnim animiranjem medijskih poslenika, koje bi trebalo da se razvijaju još u procesu obrazovanja. Međuti, kontekst u kojem delaju mediji, kao i očigledno skrivanje medijskih vlasnika iza, najčešće, komercijalnih zahteva tržišta i politički uslovljenog opstanka, upućuje na zaključak da to još nije slučaj. Tek kada se savlada znanje, razumeće se i šta za medije znači medijski pismena publika. Tada nastupa shvatanje da od kompetentnosti publike zavisi koliko će medijski konstrukti biti profesionalni, objektivni i u službi onima kojima su namenjeni.

Generacije koje su se oslonile na papir i olovku, zameniče generacije upućene na nove medije, savremenu tehnologiju i nov način organizovanja u savremenim medijima. Oni će se naći pred novim izazovom – da dizajniraju pravi model u kojem će se na najbolji način „sresti“ auditorijum, tehnologija i diktat tržišta. Izvesno je da učenje gramatike tih novih medijskih jezika predstoji i medijima i auditorijumu.

Literatura

- Gone, Žak. 1998. *Obrazovanje i mediji*. Beograd: Clio
- Lemiš, Dafna. 2008. *Deca i televizija*. Beograd: Clio
- Radović, Vladeta. 2006. *Mediji i elektronsko obrazovanje*. Beograd: Institut za političke studije
- Radović, Vladeta. 2006. *Reforma javnog informisanja u elektronskom okruženju*. Beograd: Institut za političke studije
- Fidler, Rodžer. 2004. *Mediamorphosis*. Beograd: Clio

Antologije i zbirke, članak iz zbornika

- Zgrabljčić Rotar, Nada. 2005. *Medijska pismenost i civilno društvo*. Sarajevo: Media Centar
- Korać, Nada. 2005. *Medijska pismenost kao osnov obrazovanja za medije; Razvojnopsihološka perspektiva-Naučni rad*. Beograd: Zbornik instituta za pedagoška istraživanja

Članak iz časopisa

1. Knežević, Nemanja. 2008. *Nova medijska pismenost; Časopis za upravljanje komuniciranjem*. Beograd: Fakultet političkih nauka

Prilozi sa Interneta

<http://www.turizamzavasinaz.com/sr/aktuelno/internet-prevarama-ojadili-gradane-za-stotine-hiljada-evra/#>

<http://www.blic.rs/Vesti/Tema-Dana/194677/Vecina-ne-zna-sta-je-internet>

Milena Milutinović, Ivana Stojković

MEDIJI I MEDIJSKA PISMENOST

Summary: Media education is a complex and dynamic area which is still in development. It supersedes mere knowledge acquisition about the media. The basic characteristic of media literacy is the tendency to allow the consumers to construct their own critical point of view, to revise the contents of the most popular media, along with the existing social structure. The capacity of media education to provide an insight, attitude and abilities formation required for the development of democratic skills abilities is huge. Out of this understanding of the nature and capacity of this potential come significant implications for children and young people education, including the youngest. Getting familiarized with the nature and expressive methods of different media undoubtedly benefits their preparation for an active and responsible life in a free society.

Attitude contradiction in terms of media literacy shows that on the one hand there is an idea of it being a vital critical reaction against the contents of popular culture, while on the other hand, the followers do not show interest nor respect for the media education concept.

Only when this knowledge is grasped can the significance of a literate audience be understood. The understanding of how the audience competence influences the professionalism of media construct begins, along with its objectivity and the purpose of serving those for whom the construct is intended. It is obvious that new technology sets a task for adopting knowledge about media languages and public and media itself.