

**Iskustva i perspektive
medijske i informacione
pismenosti u
obrazovnom sistemu
Crne Gore**

Pavle Pavlović, Brankica Petković, Sandra Bašić Hrvatinić



**Projekat finansira
Evropska unija**



Ministarstvo javne uprave

**Projekat kofinansira
Ministarstvo javne uprave Crne Gore**

Izveštaj je finansiran uz podršku Evropske unije i kofinansiran od Ministarstva javne uprave. Sadržaj izveštaja je isključiva odgovornost partnera na projektu "Mediji za građane - građani za medije" i autora i ni na koji način ne odražava stavove Evropske unije i Ministarstva javne uprave.

Naslov: Iskustva i perspektive medijske i informacione pismenosti u obrazovnom sistemu Crne Gore

Izdavač: Institut za medije Crne Gore, Bul. Sv. Petra Cetinjskog br. 9, 81000 Podgorica, Crna Gora (<http://www.mminstitute.org>)

Za izdavača: Olivera Nikolić

Autori: Pavle Pavlović, Brankica Petković, Sandra Bašić Hrvatin

Izvršni urednik izdanja za Crnu Goru: Pavle Pavlović

Urednica regionalnog izdanja: Brankica Petković

Prevod: Ksenija Latinović

Lektura: Lida Vukmanović Tabaš

Tehnička urednica i korektorka: Lida Vukmanović Tabaš

Dizajn: Slaviša Starčev

Prijelom i priprema: Radmila Beća Radulović

Tiraž: 100 primjeraka

CIP - Каталогизација у публикацији

Национална библиотека Црне Горе, Цетиње

ISBN 978-86-84095-06-2

COBISS.CG-ID 38214928

Iskustva i perspektive medijske i informacione pismenosti u obrazovnom sistemu Crne Gore

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

„Mediji za građane – građani za medije“

Media for Citizens – Citizens for Media

www.seenpm.org

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

@SEENPM_org

www.cimusee.org

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

@CIMU_SEE

Za sve informacije o projektu, možete nas kontaktirati na **admin@seenpm.org** i **imcg@mminstitute.org**



Institut za medije Crne Gore
Montenegro Media Institute

Sadržaj

Predgovor	7
Pavle Pavlović ISKUSTVA I PERSPEKTIVE MEDIJSKE I INFORMACIONE PISMENOSTI U OBRAZOVNOM SISTEMU CRNE GORE	9
Brankica Petković i Sandra Bašić Hrvatinić MEDIJSKA I INFORMACIONA PISMENOST NA ZAPADNOM BALKANU: neiskorišten emancipacijski potencijal	49
O autorima	91

Predgovor

Živimo u vremenu u kojem promjene koje nas okružuju postaju prepreke ukoliko nam nedostaje znanja da ih razumijemo i iskoristimo. Tehnološka stratifikacija i jaz koji iz nje proističe ima za posledicu nerazumijevanje sistemskih i individualnih rešenja kao nužnih pretpostavki informisanog građanina. Kvalitetna informacija je jedan od aksioma demokratije a razumijevanje medijskog djelovanja preduslov da se sadržajima koje oni proizvode postupi po zasluži. U tom procesu medijska i informaciona pismenost postaje instrument i preduslov razumijevanja medijskog okruženja i kvalitetne informisanosti.

Stanje u oblasti medijske pismenosti u Crnoj Gori je u kvalitativnom i kvantitativnom padu. Gubitak povjerenja građana u medije, loši pokazatelji nivoa medijske pismenosti, rezultati PISA testiranja opominju na stanje u ovoj oblasti. Iako je predmet medijska pismenost uveden kao izborni predmet u gimnazijama prije deset godina, indikatori uspješnosti realizacije ove inicijative ukazuju da je nastava na ovome predmetu opstala zahvaljujući entuzijazmu pojedinaca. Djelovanje civilnog sektora je bilo sporadično, a pravovremena reakcija države je izostala.

Podstaknuti navedenim razlozima, Institut za medije Crne Gore je ispitivao stanje i razvoj medijske i informacione pismenosti u Crnoj Gori. Naš rad smo usmjerili na obrazovni sistem i ispitivali izazove i perspektivu implementacije ovoga predmeta. Decenijska distanca između uvođenja predmeta medijska pismenost na srednjoškolskom i fakultetskom nivou poslužili su kao dodatan povod da se detaljnije bavimo ovom temom. Svi akteri koje smo uključili u istraživanje su ukazali na stanje u toj oblasti. Istraživanje je pokazalo da je za dalju perspektivu potrebna značajnija priprema inicijative kao i kvalitetno i kontinuirano djelovanje svih aktera u društvu. Emancipacija građana je moguća samo ukoliko se sistem obrazovanja odazove i pripremi za predstojeće promjene — medijska i informaciona pismenost su jedan od najznačajnijih preduslova te promjene.

Tekst publikacije koja se nalazi pred vama je podijeljen u dva dijela. Prvi dio u kojem izlažemo rezultate istraživanja Iskustva i perspektive medijske i informacione pismenosti u obrazovnom sistemu Crne Gore gdje smo pokušali da utvrdimo nedostatke i kreiramo preporuke za bolju perspektivu medijske i informacione pismenosti. On se dopunjava drugim dijelom koji daje osvrt na rezultate istraživanja u zemljama regiona. Autorke Brankica Petković i Sandra

Bašić Hrvatini ukazuju na sistemske i strateške nedostatke pomenute oblasti kao i primjere dobrih praksi a sve u cilju djelotvornije javne politike.

Istraživačke aktivnosti u svih pet pomenutih zemalja su dio 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.

Rezultati istraživanja će poslužiti kao osnov za proces javnog zagovaranja u sklopu istog projekta ali njegove rezultate mogu koristiti i istraživači, medijski eksperti, kreatori javnih politika, eksperti za edukaciju.

Podgorica, februar 2019. godine

Iskustva i perspektive medijske i informacione pismenosti u obrazovnom sistemu Crne Gore

1. Uvod

Pravce razvoja aktivnosti kojima je bio cilj da promovišu i unapređuju status medijske i informacione pismenosti u Crnoj Gori, možemo pratiti u odnosu na aktere koji su bili inicijatori u toj oblasti. U periodu između dvije reforme, reforme predškolskog, osnovnog i srednjeg obrazovanja završene 2008. godine i reforme visokog obrazovanja završene 2017. godine, realizovale su se brojne aktivnosti na polju medijske i informacione pismenosti kako na državnom institucionalnom nivou tako i djelovanjem civilnog sektora.

1.1. Reforme obrazovanja i uvođenje predmeta Medijska pismenost

Već pomenutom reformom iz 2008. godine u srednje obrazovanje uvodi se izborni predmet Medijska pismenost. Pored Slovenije Crna Gora je od zemalja bivše Jugoslavije jedina „relativno rano“ realizovala taj predmet i na sličan način.¹ Naime, u periodu od 2000. do 2008. godine reformom predškolskog, osnovnog i srednjeg obrazovanja napravljene su značajne izmjene radi decentralizacije obrazovnog sistema i podizanja kvaliteta obrazovanja². Reforma je nastala radi „oblikovanja obrazovnog sistema koji će rezultirati stvaranjem znanja za lični i društveni razvoj“ (Bešić i Reškovec, 2012: 7), a obilježila ju je saradnja civilnog sektora i međunarodnih organizacija s predstavnicima državnih

-
- 1 U Sloveniji se predmet Medijsko obrazovanje (Medijska vzgoja) počeo uvoditi kao izborni predmet 1994. godine. Reformom obrazovanja iz 2003. kojom je uveden devetogodišnji program u osnovnim školama, nastava na predmetu počela se realizovati u 7, 8. i 9. razredu osnovne škole.
 - 2 Reforma sistema obrazovanja i implementacija novih obrazovnih planova i programa započela je 2006/2007. školske godine u gimnazijama. Strateškim dokumentima *Knjigom promjena* iz 2001. i *Osnova za obnovu nastavnih planova i programa*, i pratećim zakonskim izmjenama iz oblasti obrazovanja i vaspitanja, urađeni su novi planovi i programi za predstojeću reformu (Zavod za školstvo, 2009, str. 7).

institucija. Svrha uvođenja izbornih predmeta jeste razvijanje participacije učenika kroz razvoj sopstvenih kapaciteta i interesovanja a radi razvoja demokratske klime u oblasti obrazovanja:

„Izborni predmeti imaju, pored funkcionalnog usmjerenja za sticanje znanja iz oblasti koje individualno interesuju učenike/učenice i roditelje, i demokratsku komponentu. Otvarajući mogućnost izbora postizemo da učenici/učenice utiču na promjenu tradicionalne klime u školi i društvu u cjelini. (...) Škola preko izbornih predmeta u velikoj mjeri omogućava učenicima/učenicama da razviju svoje potencijale, znanja, vještine, sposobnosti, i da se sami/same uče demokratskim ulogama u društvu.“ (Zavod za školstvo, 2009: 16)

Ideja o uvođenju predmeta Medijska pismenost kao izbornog predmeta u gimnazijama potekla je od inicijative profesorice književnosti Božene Jelušić i uz podršku Fondacije Instituta za otvoreno društvo (Foundation Open Society Institute – FOSI). Božena Jelušić i Tomislav Reškovac³ kreirali su nastavni program čime su ispunjeni inicijalni uslovi koje je Ministarstvo prosvjete postavilo pred ovu inicijativu. Na sastanku odrađanom 4. aprila 2008. Savjet za opšte obrazovanje odobrio je uvođenje pomenutog predmeta u obrazovni sistem (Ružić, 2016). Pilot projekat započeo je u Budvi i Kotoru, a sljedeće godine ponuđen je svim školama opšteg srednjeg obrazovanja (gimnazije) kao izborni predmet.⁴ Predmet je jednogodišnji i programom je planirano da se nastava organizuje u drugom ili trećem razredu s dva časa nedjeljno. Uslov za formiranje razreda u školi je 20 učenika koji pohađaju nastavu. Međutim, često se zbog kontinuiteta nastave ona izvodila i s manjim brojem učenika. Za potrebe predmeta nastavni materijal supripremili medijski ekspert Dragoljub Vuković i Janko Ljumović, tadašnji direktor Crnogorskog narodnog pozorišta (Ružić, 2016); s druge strane, prilikom izvođenja nastave programom je predviđeno da se nastavnici služe nastavnom strategijom „MediaLit Kit“.⁵

-
- 3 Božena Jelušić je profesorica književnosti i književna kritičarka čija oblast naučnog interesovanja obuhvata teoriju književnosti, književnu kritiku i metodiku nastave. Tomislav Reškovac je profesor filozofije, logike i književnosti u Zagrebu. Saradnik je u nekoliko institucija koje se bave obrazovanjem i autor značajnog broja naučnih članaka. Autor je udžbenika etike za treći razred srednje škole.
 - 4 Predmet je ponuđen i srednjim mješovitim školama koje realizuju programe opšteg srednjeg obrazovanja. Od ukupno 20 škola opšteg srednjeg obrazovanja predmet medijske pismenosti realizovan je u 11, a u posljednjoj školskoj godini (2017/2018) u četiri škole.
 - 5 MediaLit Kit je nastavna strategija koja obezbeđuje školama i nastavnicima organizaciju i strukturu nastavnih aktivnosti u oblasti medijske pismenosti (Center for Media Literacy, n.d.). Za potrebe izvođenja nastave u crnogorskim gimnazijama Pedagoški centar Crne Gore je obezbijedio prevod udžbenika *5 ključnih pitanja koja mogu izmijeniti svijet – Učeničke aktivnosti koje mogu izmijeniti svijet*, autora Džefa Šera i Elizabet Toman.

U 2018/2019. školskoj godini počela je s realizacijom nastava po novom nastavnom programu kojim se uvodi predmet Medijska pismenost na Fakultetu političkih nauka (Fakultet političkih nauka, 2017). Obrazovanje i edukacija u visokom obrazovanju u oblasti medijske pismenosti omogućena je tek nakon sprovedene reforme visokog obrazovanja. Reorganizacijom Univerziteta u susret reakreditaciji (2015–2017) učinjene su brojne izmjene radi efikasnijeg funkcionisanja univerzitetskih jedinica, kvalitetne realizacije nastave, rješavanja upravljačkih problema, veze s tržištom rada, ažurnosti u poslovanju i kontrole održivosti (Univerzitet Crne Gore, 2015). Reformom je stavljen naglasak na primjenu praktičnih vještina i znanja. Fakultet političkih nauka pretrpio je izmjene jer je reorganizacijom prethodnog studijskog programa *Novinarstvo* uveden novi program *Medijske studije i novinarstvo*. Predmet Medijska pismenost studenti pohađaju na drugoj godini ovoga fakulteta. Takođe, u 2018/2019. studijskoj godini uveden je predmet medijska i informaciona pismenost i na doktorskim studijama ovoga fakulteta što pruža određenu naučnu perspektivu ovoj oblasti u Crnoj Gori. Pomenutom reformom izostala je realizacija nastave ovoga predmeta na ostalim univerzitetskim jedinicama. Time su fakulteti koji školuju nastavni kadar i nakon čijeg završetka se dobija zvanje profesor ostali uskraćeni za realizaciju predmeta medijska pismenost.

1.2. Obuka nastavnog kadra

Za realizaciju nastave za predmet Medijska pismenost u srednjim školama bila je potrebna obuka radi sticanja znanja iz ove oblasti jer nastavni kadar zaposlen u školama opšteg srednjeg obrazovanja⁶ nije u toku svojih studija imao prilike da stiče znanja iz medijske pismenosti. Time se stvorila potreba da se projektno realizuju aktivnosti za edukaciju nastavnika i njihovo osposobljavanje za rad na ovome predmetu. Pedagoški centar Crne Gore je kroz projekat „Mediji i obrazovanje – medijska pismenost“ radi izvođenja nastave na predmetu medijska pismenost edukovao 28 nastavnika kroz dva dvoipodnevna seminarra koji su se održali u aprilu i junu 2009. godine. Programe

⁶ Nastavni program za predmet medijska pismenost predviđa profil i stručnu spremu nastavnika koji mogu izvoditi nastavu na ovom predmetu. To su profesori jezika i književnosti, psihologije, sociologije i filozofije uz dodatnu stručnu edukaciju. Stručna edukacija uključuje teme iz sociologije kulture i medija, političke filozofije, teorije medija, psihologije medija, estetike medija, semiologije i osnova tehnologije medija (Zavod za školstvo, 2009).

edukacije u oblasti medijske pismenosti Zavod za školstvo je počeo da nudi 2015. godine kroz programe stručnog usavršavanja nastavnika.⁷ Od 2015. do 2018. ova institucija realizovala je edukaciju 137 nastavnika kroz tri obuke: upotreba medija u demokratskom društvu, sigurna komunikacija s medijima i medijska pismenost.

Edukacije zaposlenih realizovale su se i kroz aktivnosti Nacionalne biblioteke „Đurđe Crnojević“. Ova institucija je kroz program UNESCO participacije⁸ realizovala brojne aktivnosti u oblasti informacione i medijske pismenosti. Dva projekta realizovana u okviru ovoga programa (u periodu od 2014. do 2017. godine) imala su cilj da definišu nacionalne strategije u oblasti informacione i medijske pismenosti i edukaciju zaposlenih u bibliotekama. Krajnji ishod projekta je prijedlog Strategije za informacionu i medijsku pismenost koja je 2017. godine predata Ministarstvu kulture. Kroz dva akreditovana programa obuke Nacionalna biblioteka je izvršila edukaciju i time ojačala kadrovske kapacitete (ukupno 169 polaznika realizovanog kursa) u oblasti informacione i medijske pismenosti. Za potrebe edukacije prevedena su i objavljena (u elektronskoj ili štampanoj formi) četiri UNESCO priručnika koji su promovisali važnosti informacione i medijske pismenosti i smjernice za njenu implementaciju.⁹

1.3. Kampanje u oblasti medijske i informacione pismenosti

Zakon o elektronskim medijima uspostavlja Agenciju za elektronske medije kao nezavisni regulatorni organ nadležan za audiovizuelne medijske usluge (Skupština Crne Gore, 2010). Agencija od 2018. godine implementira trogodišnji

7 U posljednjem Katalogu programa stručnog usavršavanja nastavnika za školsku 2015/2016. akreditovani su sljedeći programi: Informaciona i medijska pismenost u biblioteci i školi – edukacija edukatora, Informaciona i medijska pismenost – ključ za cjeloživotno učenje, Medijska pismenost – obuka nastavnika za izborni predmet, PISA projekat – čitalačka pismenost, Upotreba medija za učešće u demokratskom društvu (Zavod za školstvo, 2016).

8 Program UNESCO participacije pruža podršku nacionalnim, subregionalnim i regionalnim aktivnostima država članica a u skladu sa prioritetima za pet glavnih programskih oblasti organizacije u skladu s Rezolucijom 37 C/35 (UNESCO, 2016).

9 U pitanju su sljedeći priručnici: *Informaciona i medijska pismenost – Smjernice za politiku i strategiju*, *Program obuke nastavnika za informacionu i medijsku pismenost*, *Uvod u otvoreni pristup i Infrastruktura za otvoreni pristup*. Priručnike je moguće preuzeti na zvaničnoj stranici Nacionalne biblioteke Đurđe Crnojević.

projekat razvoja medijske pismenosti u okviru kojeg realizuje kampanju „Birajmo šta gledamo“ u saradnji s UNICEF-om a radi podizanja nivoa svijesti o važnosti medijskog opismenjavanja roditelja, djece i staratelja (Agencija za elektronske medije, 2017). U okviru projekta realizovano je kvantitativno istraživanje „Djeca, roditelji i mediji u Crnoj Gori“ (Agencija za elektronske medije, 2018).

Medijska industrija i industrija informacionih tehnologija i usluga zbog svojih komercijalnih interesa takođe nudi aktivnosti koje doprinose razvoju medijske pismenosti. Od 2014. u okviru kampanje „Za svako dobro“ crnogorski operater Telekom podržava projekte kojima je cilj realizacija aktivnosti u oblasti medijske pismenosti (Telekom, 2018). Ovim putem je 2018. godine podržan projekat „Teachtoday“ sa svrhom da se podigne informisanost djece i roditelja da bi se izbjegle opasnosti i iskoristile sve prednosti koje pružaju digitalne tehnologije.

1.4. Naučnoistraživački rad

Kao i u drugim oblastima i naučni, istraživački i akademski rad o temi medijske pismenosti karakteriše sporadičnost. Časopis za istraživanje medija i društva *Medijski dijalozi* je toj temi posvetio izdanje broj 22/2015 (Istraživački medijski centar, 2015).¹⁰

Ipak, nužno je istaći interesovanje akademske javnosti za ovu oblast, o čemu govore radovi objavljeni na temu medijske pismenosti u obrazovanju. Prva evaluacija procesa obrazovanja rađena je u diplomskom radu Igora Varge, objavljenom 2009. Autor ukazuje na pozitivne efekte realizacije nastave na medijsku osviješćenost i kritički pristup medijskim sadržajima učenika koji su pohađali nastavu (Varga, 2009). Jelena Perović je u doktorskom radu istraživala ulogu koju zaposleni u obrazovnim institucijama imaju u pogledu podizanja svijesti o važnosti nastave predmeta Medijska pismenost. Autorka zaključuje da poboljšanje statusa nastavnog kadra, saradnja s lokalnom zajednicom i medijima, redovnja obuka i širenje nastave predmeta Medijska pismenost na ostale nivoe obrazovanja jesu mjere

¹⁰ Časopis je regionalnog karaktera i teme su obrađene u širokom opsegu. U časopisu se nalaze sledeći članci autora iz Crne Gore: Srđan Vukadinović, „Medijska (ne)pismenost kao slika društva“, Radenko Šćekić, „Politička pismenost i mediji“, Nikola Radunović, „Značaj medijske i informacione pismenosti za elektronsku komunikaciju s javnom upravom u Crnoj Gori“ te Miroslav Doderović i Dragana Mrkić, „Medijska pismenost i problematika klimatskih problema“.

koje bi poboljšale realizaciju nastave na ovome predmetu (Perović, 2015). Analize stanja medijske pismenosti u Crnoj Gori prisutne su i u radu profesorice Fakulteta političkih nauka Nataše Ružić. Ona se u radu bavi izazovima implementacije predmeta Medijska pismenost u crnogorskom obrazovnom sistemu (Ružić, 2016). Ružić ukazuje na tri problema slabe implementacije Medijske pismenosti: izborni karakter predmeta, ekskluzivnost predmeta samo za srednje škole opšteg obrazovanja, nedovoljna posvećenost nastavnika da zainteresuju studente za predmet (Ružić, 2016).

1.5. Uočeni nedostaci

Iako je prijem i ideja medijske pismenosti prvenstveno kroz uvođenje predmeta Medijska pismenost u gimnazije imala veliku potporu Ministarstva prosvjete, institucije se ne mogu pohvaliti bogatim strateškim i zakonodavnim okvirom kad je u pitanju ova oblast. Nedostatak strategije u oblasti medijske i informacione pismenosti pozicionira Crnu Goru među zemlje koje su na osnovnom nivou razvijenosti medijske i informacione pismenosti (Perović, 2015: 103). Zakoni Crne Gore štite slobodu izražavanja i zagovaraju razvoj profesionalizma i demokratije i zaštitu djece i omladine od štetnog uticaja medijskih sadržaja. Međutim, osim indirektnog prepoznavanja teme i njene veze s konceptom medijske pismenosti konkretniji sistematičan rad u ovoj oblasti je izostao. Akteri koji su svojim djelovanjem mogli uticati na to da se oblast medijske pismenosti više razvije nijesu prepoznali važnost pomenute inicijative u obrazovanju. Ova oblast je zaživjela tek u 2018. godini „medijske pismenosti“.

Izložene inicijative i rad u oblasti medijske pismenosti pokazuje različitu dinamiku i intenzitet. Uzimajući u obzir originalnost, broj aktera i važnost uvidjeli smo da bi bilo korisno detaljno sagledati medijsku pismenost u obrazovanju, tj. kako se realizuje predmet Medijska pismenost u školama opšteg srednjeg obrazovanja. Na važnost ove teme upućuju i zabrinjavajući rezultati PISA testiranja u Crnoj Gori (Roditelji.me, 2017). Naime, ispodprosječni rezultati praktičnih znanja, kompetencija i vještina koje đaci stiču tokom obrazovanja i trend pogoršanja jeste nešto što obilježava ovo testiranje: u 2015. godini rezultati PISA testiranja su pozicionirali petnaestogodišnjake iz Crne Gore na 56. mjesto od 70 zemalja u kojima se ovo testiranje sprovodi (Dmitrović, 2015; Nikolić, 2016).

Istovremeno, pad trenda pohađanja nastave na predmetu Medijska pismenost ukazuje na stanje u ovoj oblasti. U

posljednjoj školskoj godini (2017/2018) svega je 60 učenika pohađalo nastavu na ovome predmetu.¹¹ Tome treba dodati i istraživanje Instituta za otvoreno društvo iz Sofije (Open Society Institute) koje ukazuje na lošu poziciju Crne Gore kad je u pitanju indeks medijske pismenosti. Od 35 rangiranih zemalja Crna Gora se nalazi na 31. mjestu što je pad za dvije pozicije u odnosu na 2017. godinu (Lessenski, 2018). U izvještaju se navodi da su razlozi loših rezultata slabi učinci u procesu obrazovanja i kontrolisani (neslobodni) mediji – u takvim uslovima uticaj lažnih vijesti znatno je veći. (Lessenski, 2018: 2)

Prethodno izloženi podaci ukazuju na potrebu da se istraži provođenje programa medijske pismenosti u oblasti formalnog obrazovanja. Nedostatak institucionalnog i strateškog okvira, pad pohađanja nastave, kvalitet obuke nastavnog kadra, izborni karakter predmeta, njegova ekskluzivnost na srednje škole opšteg obrazovanja, zabrinjavajući rezultati crnogorskih srednjoškolaca na PISA testiranju i loš indeks medijske pismenosti ukazuju na potrebu i pravac daljeg djelovanja.

Ispitivanje potreba i efikasnost implementacije predmeta Medijska pismenost u Crnoj Gori u opštim srednjim školama je u fokusu našeg istraživanja u okviru regionalnog projekta Mediji za građane, građani za medije. Pažnju smo usmjerili na srednje, ali i visoko obrazovanje, jer su najkonkretniji koraci napravljeni upravo na tom nivou. Decenijska distanca između reformi obrazovnog sistema upućuje na potrebu za analizom konceptualnih razlika koje su se desile u ovoj oblasti a od čijeg razumijevanja zavisi i kvalitetna implementacija. Ipak najveću pažnju ćemo posvetiti trenutnom stanju stvari. Utvrdićemo i preporuke koje je iskustvo u oblasti donijelo i time izvući pouke o preprekama do kojih može doći prilikom implementacije ovoga predmeta.

¹¹ U periodu od 2011. do 2017. godine nastavu na predmetu Medijska pismenost pratilo je između 257 i 154 učenika s izraženim trendom pada pohađanja nastave.

2. O ovom istraživanju – metodološki okvir

Tema ovog istraživanja je implementacija predmeta Medijska pismenost u crnogorskom obrazovnom sistemu od početka reforme predškolskog, osnovnog i srednjeg obrazovanja zaključno s reformom visokog obrazovanja. Jedan od ciljeva istraživanja je i kreiranje preporuka na osnovu sagledavanja implementacije pomenutog predmeta, realizovanih inicijativa i rada u oblasti naučne, istraživačke i akademske djelatnosti.

Glavna hipoteza ovoga istraživanja glasi: Prepreke za razvoj medijske i informacione pismenosti su slaba posvećenost predstavnika škola u razvoju predmeta medijske pismenosti i neadekvatnost institucionalnih rješenja (izborni karakter predmeta, selektivna implementacija i obuka nastavnog kadra).

U istraživanju smo primijenili kvantitativne i kvalitativne metode. Analiza uključuje dubinske intervjue s predstavnicima institucija, nastavnim kadrom, predstavnicima civilnog sektora i međunarodnih organizacija, ekspertima koji su pripremali nastavni materijal te predstavnicima univerziteta. Koristili smo i eksperimentalni metod i terenske posjete. Terenskom posjetom obuhvatili smo sve škole koje su u prethodne dvije školske godine – 2016/2017. i 2017/2018 realizovale nastavu na predmetu Medijska pismenost (Tabela 1).

Posjeta školama omogućila nam je da razgovaramo s nastavnicima i upravom škole o implementaciji medijske i informacione pismenosti u obrazovni sistem. Tom prilikom su realizovani dubinski intervjui s nastavnicima i sprovedena je anketa s učenicima. Za potrebe anketnog istraživanja primijenili smo eksperimentalni metod koji je uključio učenike koji su pohađali nastavu Medijska pismenost i učenike koji nijesu pohađali nastavu na ovome predmetu.

Tabela 1: Broj učenika koji su pohađali nastavu na predmetu Medijska pismenost

Školska godina	Škola	Broj učenika
2016/2017.	Gimnazija „Niko Rolović“ – Bar	23
	Srednja mješovita škola „Danilo Kiš“ – Budva	21
	Gimnazija Cetinje	62
	Gimnazija „Slobodan Škerović“ – Podgorica	21
	Srednja mješovita škola „Mladost“ – Tivat	26
	JU Srednja mješovita škola „17. septembar“ – Žabljak	11
Ukupno		164
2017/2018.	Srednja mješovita škola „Danilo Kiš“ – Budva	9
	Srednja mješovita škola „Braća Selić“ – Kolašin	13
	Srednja mješovita škola „Mladost“ – Tivat	20
	JU Srednja mješovita škola „17. septembar“ - Žabljak	18
Ukupno		60

Izvor: Ministarstvo prosvjete

3. Reforma srednjeg obrazovanja – uvođenje predmeta Medijska pismenost u gimnazije

3.1. Sistemsko djelovanje aktera u demokratizaciji društva

Uticaj medija na prikaz i konstrukciju stvarnosti postavlja pred obrazovni sistem obavezu da se bavi medijskom pedagogijom. Jedan od preduslova promjene obrazovne kulture je implementacija predmeta Medijska pismenost, jer predmet omogućava „provjetranje“ i preispitivanje sistema vrijednosti što je faktor izraženije vertikalne pokretljivosti u društvu. Ove potrebe prepoznali su brojni akteri u vremenu kad se vršila reforma obrazovnog sistema.

Reforma obrazovnog sistema i promjene koje je ona donosila doprinijele su u vrijeme predreferendumskeg perioda (2006. godine) decentralizaciji i depolitizaciji sistema. To je uticalo da inicijativa o uvođenju medijske pismenosti dobije političku podršku za realizaciju (Jelušić, 2018).

Ključnu ulogu u uvođenju predmeta Medijska pismenost imala je profesorica književnosti Božena Jelušić. Ona podsjeća da je Zavod za školstvo tada postavio uslove za uvođenje predmeta, a podrazumijevali su kreiranje infrastrukture i njene provjere. Ministarstvo je time dobilo „gotov proizvod“ spreman za implementaciju (Jelušić, 2018).

Iako je inicijativa za uvođenje predmeta imala pozitivan odjek kod institucija, same škole nijesu bile dovoljno zainteresovane (Ružić, 2018). Profesorica na Filološkom fakultetu Dušanka Popović ističe razloge za takvo stanje: „Po mom saznanju nastavnicima se ne sviđa da rade medijsku pismenost već samo književnost. Smatrali su da to nije njihova obaveza, oni žele da rade književno-umjetnička djela i postoji strašan otpor prema nelinearnom tekstu, na primjer tabeli.“ (Popović, 2018).

Kada je uveden, predmet je obučavao učenike kako da interdisciplinarno koriste nastavnu građu i podsticao ih na nelinearno mišljenje (Jelušić, 2018). Božena Jelušić ističe dvije glavne prednosti koje je imao predmet:

„Ono što je nabitnije kod tog predmeta [je da se] mijenja i unapređuje kritički potencijal [mladih], a to je najvažniji efekat. Drugo je što će učenici steći obrazovanje za demokratsko, građansko društvo i što ćemo kroz razne primjere njegovati senzibilnost u odnosu na različite percepcije na predrasude.“ (Jelušić, 2018)

3.2. Realizovani programi obuke i utvrđeni nedostaci

Idejno je predmet imao dobru osnovu za realizaciju, ali se nedosljednošću u primjeni i radu na daljem razvoju inicijative i programa izgubio polet u njegovom sprovođenju. Dva glavna problema tog početnog perioda bila su sporadičnost edukacije nastavnog kadra i nivo edukacijom stečenog znanja.

Kreiranjem nastavnog programa i njegovom implementacijom kroz pilot projekat ne samo da se vršila evaluacija programa medijske pismenosti već i vještine i znanja koje su nastavnici usvajali i prenosili. Znanja iz oblasti medijske pismenosti nastavni kadar najčešće stiče na sertifikovanim obukama Pedagoškog centra ili Zavoda za školstvo, ili neformalnim putem i samoedukacijom.

Kada je Medijska pismenost uvedena u obrazovni sistem obuku nastavnog kadra realizovao je Pedagoški centar (2009. godine). Ostale institucije i organizacije civilnog društva u početku nijesu prepoznale značaj tih aktivnosti. Zavod za školstvo je tek od 2015. godine akreditovao obuke za oblast medijske pismenosti koje se realizuju od predškolskog do nivoa srednjoškolskih ustanova i koje su u nadležnosti Ministarstva prosvjete u okviru Kataloga programa stručnog usavršavanja nastavnika (Ivanović, 2018). U Tabeli 2 nalaze se podaci o broju osoba koje su pohađale obuku.

Tabela 2: Broj osoba koje su pohađale obuku Ministarstva prosvjete

Naziv akreditovane obuke	Godina realizacije	Broj osoba
Upotreba medija u demokratskom društvu	2015. i 2016.	56
Sigurna komunikacija s medijima	2016.	24
Medijska pismenost	2016.	28
Medijska pismenost	2017.	29

Izvor: Ministarstvo prosvjete

Najčešći polaznici obuke su profesori književnosti, iako je ta mogućnost ponuđena i drugim profilima. Naime, proces sistematizacije radnih mjesta u prosvjeti utvrdio je pravila za izbor nastavnika, a predmetni program Medijska pismenost odredio je koji profil obrazovanja odgovara profilu nastavnika medijske pismenosti. Programom je predviđeno da nastavu mogu izvoditi nastavnici jezika i književnosti te profesori psihologije, pedagogije, filozofije i sociologije. Kroz razgovor s predmetnim nastavnicima uočili smo da su nastavu na ovome predmetu u prethodne dvije godine izvodili profesori jezika i književnosti (u jednom slučaju to je bila profesorica francuskog jezika i književnosti, dok su svi ostali profesori maternjeg jezika i književnosti). Profesorica crnogorskog jezika i književnosti Anita Adžić ističe da su joj znanje i vještine koje je „prenijela“ sa svog predmeta predstavljali olakšicu za znanja koja je stekla i koja implementira kroz predmet Medijska pismenost (Adžić, 2018). Međutim, ostali nastavnici su izrazili zabrinutost u odnosu na znanja i vještine koje su potrebne učenicima, a koja im oni mogu prenijeti. Nije rijedak slučaj da profesor koji realizuje nastavu na ovome predmetu nema potreban sertifikat. Profesorica književnosti u gimnaziji „Niko Rolović“ Vesna Pavićević izražava zabrinutost u odnosu na znanja koja su dobijena obukom i ističe da je potrebno mnogo više infrastrukture da bi nastava bila kvalitetnije organizovana (Pavićević, 2018). Ona čak predlaže mogućnost da se uvede vanjski stručni kadar u realizaciji predmeta Medijska pismenost.

3.3. Organizacija nastave i tehnički kapaciteti škola

Karakter i nivo znanja koji se stiče na predmetu i tehnički kapaciteti potrebni za realizaciju nastave medijske pismenosti podrazumijevaju kreativniji pristup u odnosu na ostale predmete. Time je napor koji nastavni kadar treba da uloži još važniji, a metode i tehnički kapaciteti ključni za povoljnije ishode predmetnih aktivnosti.

Nastavni program predmeta Medijska pismenost od njegovog uvođenja 2009. godine do danas nije izmijenjen ili dopunjen. U realizaciji nastave nastavnici koriste *MediaLit Kit* koji predstavlja strukturnu i kreativnu podršku nastavnicima u realizaciji praktične nastave. Od početka realizacije programa do danas nije izrađen udžbenik za ovaj predmet.

Za realizaciju nastave na programu nastavnim planom je predviđena obavezna oprema i učila kao što su TV, kamera, DVD ili VHS, računari i softverska podrška (Zavod za školstvo, 2009). Nastavnici su saglasni da su za kvalitetnu i dinamičnu nastavu potrebna savremena informatička sredstva koja će učenicima omogućiti razvijanje praktičnih vještina. Zoja Bojanić-Lalović, direktorica gimnazije „Slobodan Škerović“ u Podgorici, ističe da današnji obrazovni okviri zahtijevaju praćenje digitalnih trendova: „Dugo je u gimnazijama jedino nastavno sredstvo bio udžbenik. Nove generacije traže nešto novo.“ (Bojanić Lalović, 2018)

Međutim, nedostatak tehničkih kapaciteta pogađa mnoge škole. Pojednim školama nedostaje i dobra internet konekcija, a kabinet informatike koji je opremljen računarima rijetko se koristi za potrebe nastave Medijska pismenost. Škole rijetko sarađuju s medijima jer takav pristup zahtijeva budžetska sredstva koja za to nijesu predviđena.

Pogođeni tim nedostacima nastavnici često gube motivaciju za rad. Vesna Pavićević objašnjava uslove u kojima nastavnici djeluju: „...postalo [je] toliko monotono jer udžbenik [*MediaLit Kit*] nije bio lak za upotrebu već upravljavajući se planom sama sam se dovijala u najvećem dijelu bez ikakve tehničke podrške škole“ (Pavićević, 2018).

Za kvalitetniju realizaciju nastave potrebna su nastavna sredstva koja bi uključivala i izradu udžbenika i smjernica za nastavnike, a metode realizacije nastave moraju se neprestano preispitivati i usavršavati. Tatjana Zeković, profesorica francuskog jezika u Cetinjskoj gimnaziji, predlaže metodu 270 i ističe sljedeće:

„Telefon ne treba da bude doživljen kao konkurencija vašoj nastavi. Imate projekat metode 270, koji je vezan za obrnutu učionicu, učionicu u kojoj će se i mobilni telefoni i internet koristiti kao sredstvo za realizovanje nastave, a ne kao prepreka. Obrnuta učionica će tražiti načine da se s učenicima zajedno kreira program, izvori i načini za dobijanje odgovora na pitanja koja postavlja medijska pismenost, a što je gradivo tog predmeta.“ (Zeković, 2018)

Uspješna realizacija nastave zahtijeva redovnu edukaciju te praćenje savremenih digitalnih tehnologija i razvijanje vještina i znanja za njihovu upotrebu. Pitanje je mogu li nastavu tako realizovati nastavnici koji su prošli obuku u trajanju dan ili dva. Medijska pismenost je zato veliki pedagoški izazov za nastavnike, a kvalitet i uspješnost realizacije nastave utiču ne samo na znanje učenika, nego i na popularnost predmeta.

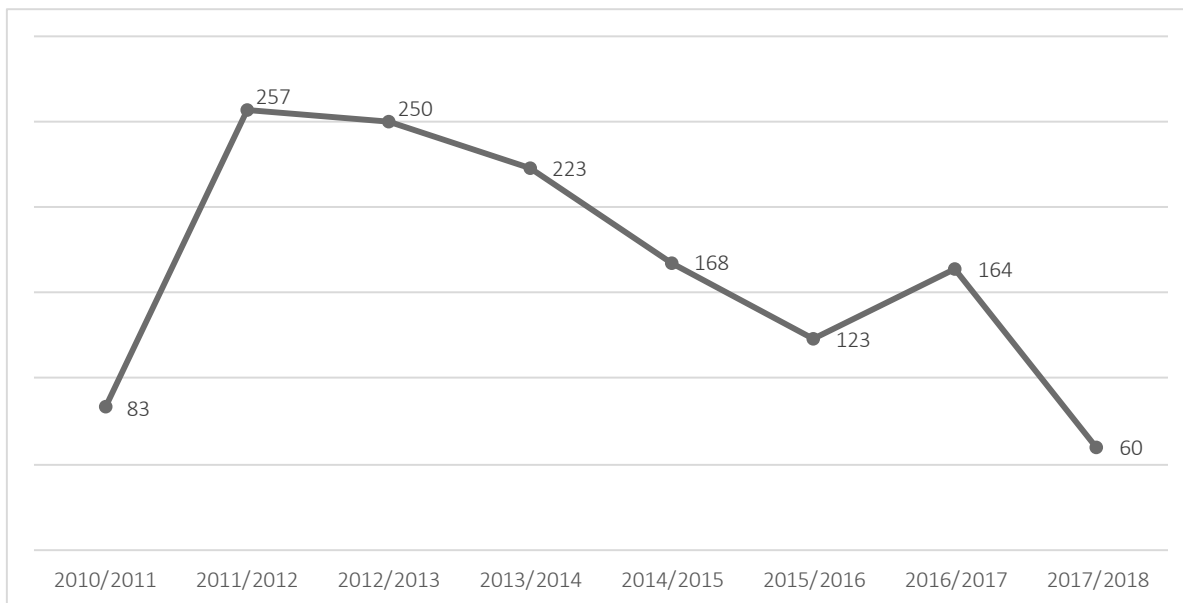
3.4. Trend pada pohađanja nastave

Pohađanje nastave na predmetu Medijska pismenost jeste pokazatelj uspješnosti realizacije nastave. Na osnovu podataka dobijenih iz Ministarstva prosvjete uočava se zabrinjavajući pad pohađanja nastave.¹² Grafik 1 pokazuje kretanje ukupnog broja učenika koji su pohađali nastavu na ovome predmetu po školskim godinama. Prve dvije godine realizacije nastave predmeta Medijska pismenost jasno ukazuju na pozitivan trend koji je obilježio početak implementacije. Međutim, početni entuzijazam ubrzo se izgubio.

Od 2011/2012. školske godine jasno se uočava pad pohađanja nastave. Taj pad primjetan je do školske 2016/2017. godine kad nastupa manje odstupanje od ovoga trenda, ali se on nakon te godine ponovno nastavlja. Posljednju školsku godinu (2017/2018) karakteriše najmanji broj učenika koji su pohađali nastavu od kad se radi mjerenje.

Najveći broj učenika predmet Medijska pismenost pohađao je na Cetinju (301 učenik) a najmanji u Beranama (21). U ostalim školama prosječno se taj broj učenika kreće između 71 i 175. Gradovi s manjim brojem stanovnika (Plav, Kolašin, Žabljak) pokazuju da je ovaj predmet donekle održiv. Sagovornici objašnjavaju negativan trend nedostatkom bogatijih sadržaja za učenike (čime bi škola postala središtem njihovih dnevnih aktivnosti, što bi doprinijelo tome da učenici s više interesovanja pohađaju nastavu) i praksom da se nastavna norma popunjava časovima tog predmeta (Jelušić, 2018, Ružić, 2018).

12. Ministarstvo prosvjete je u školskoj 2010/2011. godini uvelo informacioni sistem crnogorskog obrazovanja MEIS (Montenegrin Education Information System) te su podaci o pohađanju nastave od tada dostupni. Evidentiranjem podataka o učenicima, nastavnim predmetima i zaposlenima, MEIS omogućava analizu podataka o obrazovanju, brže dostupnu statistiku na svim nivoima itd. (Ministarstvo prosvjete, 2014).

Grafik 1: Trend pohađanja nastave na predmetu Medijska pismenost

Izvor: Ministarstvo prosvjete

Iako je Medijska pismenost jednogodišnji predmet, nastava se zbog interesovanja često organizovala u drugom i trećem razredu. Od ukupnog broja učenika koji su pohađali nastavu na ovome predmetu (1328), njih 302 su pohađali nastavu u trećem razredu, a 1018 u drugom razredu. Predmetni nastavnici ukazali su nam na to da su stariji učenici postizali bolje rezultate jer predmet vjerovatno zahtijeva određenu „zrelost“ što utiče i na postignuće učenika. Najveći broj učenika pohađao je nastavu u opštinama centralnog regiona (430), ali sjeverni region je imao najveći broj opština u kojima se realizovala nastava na ovome predmetu. Zabrinjava podatak da se nastava u nekim opštinama

uopšte nije realizovala (Kotor, Nikšić, Danilovgrad, Ulcinj, Bijelo Polje, Pljevlja). Kontinuirano se pohađala nastava u školama opština Bar, Budva, Tivat, Žabljak, i Cetinje. Cetinjska gimnazija je od 2011/2012. do 2016/2017. školske godine bez prekida realizovala nastavu na ovome predmetu. U posljednjoj školskoj godini (2017/2018) svega 60 učenika je pohađalo nastavu u četiri opštine – u Budvi, Kolašinu, Tivtu i Žabljaku.

3.5. Izbor predmeta i njegov izborni status

Reformom obrazovanja uvedeni su izborni predmeti koji omogućuju da dio edukacije učenika proizlazi iz njihovih ličnih preferenci. Reformisano obrazovanje obuhvata 11 obaveznih predmeta kojima se dodaju izborni predmeti. Da bi učenik ispunio uslov da polaže maturalni ispit i time završi svoje srednjoškolsko obrazovanje, mora ispuniti maturalni standard koji se izražava brojem časova koje je pohađao tokom III ili IV razreda (Ispitni centar, 2010).

Učenici mogu birati Medijsku pismenost nakon završetka prvog razreda gimnazije. U školama se organizuje javna prezentacija izbornih predmeta. Na to hoće li se učenik/učenica opredijeliti za neki predmet veliki uticaj ima način na koji je predmetni nastavnik predstavio dati predmet i sama promocija predmeta. Zoja Bojanić-Lalović, direktorica Gimnazije „Slobodan Škerović“ u Podgorici, objašnjava kako oni organizuju taj proces:

„Mi odredimo neki period u toku godine kad organizujemo prezentaciju izbornih predmeta. Prezentaciji prisustvuju i profesori koji predaju predmet, i učenici koji imaju iskustva s izbornim predmetima. Zatim se kaže sve o predmetu i ishodima učenja. Mi im zatim pošaljemo jedan vodič te nakon toga dobiju anketni listić da se izjasne o određenom predmetu.“ (Bojanić-Lalović, 2018)

Istovremeno, direktorica dodaje da se ovaj način zagovaranja izbornih predmeta pokazao nedovoljno efikasnim jer je primjetan pad pohađanja nastave na predmetu Medijske pismenosti, a formiranje odjeljenja i realizacija nastave je sporadična.

Zavod za školstvo je radi informisanja učenika o izbornim predmetima pripremio priručnike *Katalog izbornih predmeta u gimnaziji* i *Naša škola*, koji su distribuirani svim crnogorskim gimnazijama. Ljiljana Ivanović, savjetnica u Zavodu za školstvo, ističe da je glavni razlog smanjenog interesovanja za Medijsku pismenost nedovoljno angažovanje nastavnika na promociji predmeta još u prvom razredu kroz predmet crnogorski-srpski, bosanski i hrvatski jezik i književnost (Ivanović, 2018).

Nastavnici koje smo intervjuisali imaju drugačije mišljenje. Oni smatraju da učenici koji biraju Medijsku pismenost to čine iz dva razloga: ili već imaju razvijenu svijest o značaju predmeta ili to rade zbog prethodnog pozitivnog iskustva s nastavnikom koji predaje predmet. Milica Vuković, profesorica književnosti u srednjoj mješovitoj školi „Danilo Kiš“ u Budvi, istakla je da Medijsku pismenost najčešće pohađaju već osviješćeni učenici, zbog čega je znanje o važnosti medijske pismenosti kod njih već razvijeno (Vuković, 2018).

Jedan od faktora koji utiče na izbor predmeta je način zagovarivanja ostalih izbornih predmeta. Naime, Medijsku pismenost najčešće predaju profesori književnosti i jezika, a to su nastavnici koji imaju najčešće veliki broj časova pa time zadovoljavaju normu koju je postavilo Ministarstvo prosvjete. Međutim, profesori drugih predmeta kojima je upitan broj časova na kojima predaju, što je osnova da ostanu aktivni u nastavi, moraju se izboriti da održe nastavnu normu. Nerijetko zbog toga učenici biraju neki predmet koji obuhvata organizovana putovanja, izlete ili neke „olakšice“ što im je privlačnije od „klasične“ nastave u učionici. Predmetnim programom Medijska pismenost predviđena je posjeta javnog servisa RTCG, lokalne medijske kuće ili Instituta za medije. Međutim, nastava je najčešće ograničena resursima i tehničkim kapacitetima škole. Praksa pokazuje da se takve aktivnosti rijetko realizuju.

3.6. Evaluacija znanja i mogućnost obaveznog statusa

Znatan broja učenika ne razumije što je medijska pismenost. Veliki broj učenika smatra da se to odnosi na pravopisnu pismenost novinara (Vuković, 2018). Da bi se otklonila ta nejasnoća i steklo inicijalno znanje o pojmu medijska pismenost, bilo bi potrebno raditi na boljoj promociji predmeta ne samo u školi već i kroz kampanju u medijima.

Jedan od problema koji je takođe prisutan je ocjenjivanje znanja. Uzimajući u obzir visoku zastupljenost najviših ocjena na izbornim predmetim u odnosu na uobičajeno visoke kriterijume ocjenjivanja u gimnazijama, status izbornih predmeta prema mišljenju naših sagovornika jeste zabrinjavajući. Od učenika se očekuje što bolje postignuće pa se nedostaci u visini ocjena na obaveznim predmetima kompenzuju visokim ocjenama na izbornim predmetima, čime je status izbornih predmeta obesmišljen. Na predmetu Medijska pismenost najčešće su prisutne najviše ocjene, te se postavlja pitanje koliki broj učenika bira taj predmet zbog znanja i vještina koje stiču, a koliko zbog ocjene. Ocjena znanja učenika koje stiču na predmetu Medijska pismenost je upitna zbog nestandardizovanih kriterijuma i

nedostatka smjernica. Poboljšanje rezultata nastave Medijske pismenosti morale bi pratiti izmjene koje bi obuhvatile i jasnije kriterijume ocjenjivanja.

Reformom obrazovanja predviđeno je da se predmet implementira samo u gimnazijama dok su srednje stručne škole isključene iz ovakvog načina realizacije nastave. U tim školama i dalje je na snazi sistem „smjerova“ koji je ukinut u gimnazijama. Sagovornici su podijeljeni po pitanju izbornog statusa predmeta. Na primjer, „ograničenost“ Medijske pismenosti samo na gimnazije predstavlja, po mišljenju Dragoljuba Vukovića i Biljane Maslovarić, faktor njegove degradacije. Rješenje bi u tom pravcu podrazumijevalo njegov obavezan status i uvođenje u sve srednje škole (Vuković, 2018, Maslovarić, 2018). Dušanka Popović, međutim, dovodi u pitanje takvo rješenje: „Ne znam da li bi obavezan status predmeta promijenio njegovu popularnost jer profesori su ti koji prenose znanje“ (Popović, 2018). Ona skreće pažnju i na predmetni sadržaj programa za crnogorski jezik i književnost za srednje stručne škole, kojim je predviđena realizacija nastave u trećem i četvrtom razredu kroz programske cjeline koje se realizuju sa ciljem da se razviju vještine razumijevanja i analize ekranizovanih neumjetničkih tekstova i sličnih medijskih sadržaja.

4. Perspektiva i značaj medijske pismenosti – stavovi učenika/učenica

Za potrebe kompletnog uvida u temu istraživanja sproveli smo anketno istraživanje u kojem smo ispitali stavove učenika/učenica prema medijima i medijskoj pismenosti, i njihov odnos do realizacije nastave.¹³

4.1 Karakteristike uzorka

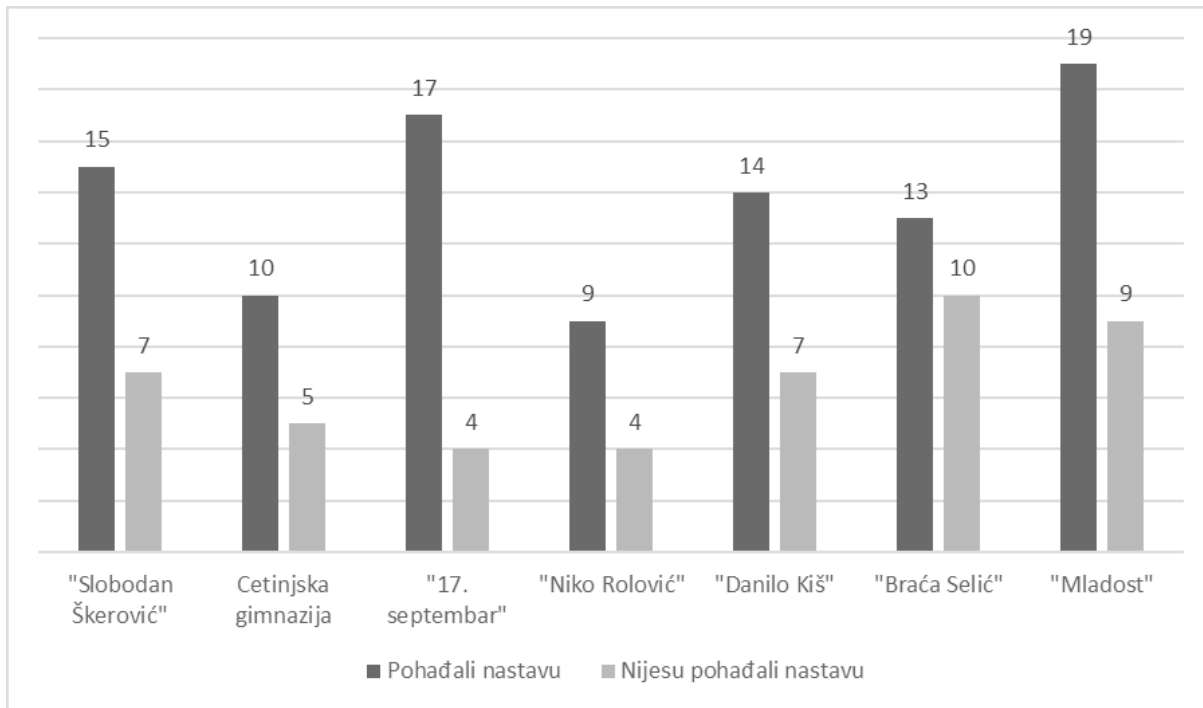
Eksperimentalni metod u ovoj fazi istraživanja podrazumijevao je uzorak sačinjen od dvije grupe ispitanika. Jednu grupu činili su učenici koji su pohađali nastavu Medijske pismenosti u prethodne dvije školske godine (2016/2017. i 2017/2018), a drugu grupu učenici koji nijesu pohađali nastavu na ovome predmetu (kontrolna grupa). Prilikom kreiranja uzorka vodili smo računa da veličina uzorka po školi ne prelazi 30 učenika, što i jesu prostorni kapaciteti učionioce u kojoj se popunjavao upitnik.

Od ukupnog broja učenika koji su pohađali nastavu u prethodne dvije školske godine (224 učenika) naš uzorak činilo je 97 ispitanika koji su pohađali nastavu na predmetu Medijska pismenost i 46 koji nijesu.¹⁴ Grafik 2 prikazuje strukturu realizovanog uzorka u odnosu na školu u kojoj je rađeno anketiranje.

¹³ Za potrebe ove faze istraživanja kreirali smo upitnik od sedam pitanja, otvorenog, zatvorenog i poluotvorenog tipa. Anketa se sastojala i od dvije skale Likertovog tipa kojima smo procijenili nivo razlika u znanju u oblasti medija/medijske pismenosti i odnos do nastave koju su realizovali učenici.

¹⁴ Distribuciju ankete vodio je istraživač Instituta za medije čime se vodilo računa o kvalitetu dobijenih odgovora. Nakon završene ankete logičkom analizom smo ispitali kvalitet dobijenih odgovora; u ovoj fazi smo iz istraživanja isključili 13 anketa za koje smo procijenili da nijesu popunjene s dovoljno pažnje.

Grafik 2: Struktura realizovanog uzorka (po školama)



4.2 Odnos učenika prema medijima i njihovom radu

Odgovaranjem na stavove iz Tabele 3 vršili smo djelimičnu provjeru znanja o medijima stečenom na predmetu Medijska pismenost.¹⁵ Rezultati realizovane ankete ukazuju na neznatne razlike između dvije grupe učenika u odnosu na svijest o uticaju medija na dešavanja u društvu i društvenu zbilju, i na veću potrebu uticaja građana na rad i sadržaj medija. Tabela 3 pokazuje da su razlike prisutne u tri stava: *Mediji bitno utiču na naš pogled na dešavanja u društvu, Javni servis treba da bude u službi svih građana, Građani bi trebali imati više mogućnosti da utiču na medije i njihov sadržaj*. Međutim, pregledom kolone prosječne vrijednosti vidi se da su razlike neznatne.

Tabela 3: Odnos učenika prema medijima i njihovom radu (ANOVA)

	Prosječne vrijednosti		
	Da	Ne	Sig.
Mediji bitno utiču na naš pogled na dešavanja u društvu.	4,66	4,41	.032
Država ima pravo da ograniči rad medija.	2,71	2,65	.823
Slobodu medija ograničavaju vlasnici medija.	3,66	3,68	.925
Javni servis treba da bude u službi svih građana.	4,77	4,41	.025
Novinar ne treba da u izvještavanje o određenom događaju unosi svoje gledište.	4,14	4,20	.806
Građani bi trebali imati više mogućnosti da utiču na medije i njihov sadržaj	4,36	3,78	.001

Rezultati iz kolone prosječne vrijednosti (Tabela 4) pokazuju da su razlike između odgovora u odnosu na to od koga dolaze neznatne. Bila bi potrebna dodatna analiza da bismo razumjeli zašto su na pitanja o medijima i njihovom radu podjednako odgovarali učenici koji su pohađali nastavu na predmetu Medijska pismenost i oni koji nijesu. Kreirani

¹⁵ Već smo istakli da nam cilj nije bio evaluacija znanja stečenog pohađanjem nastave jer bi to istraživanje zahtijevalo obimniji upitnik, koji bi kreirao ekspert za oblast obrazovanja.

instrument nam ne može objasniti rezultate iz Tabele 4.¹⁶

Tabela 4: Prosječne razlike učenika u odnosu na znanje o medijima (sumarni skor)

	Jeste li pohađali nastavu?	N	Prosječne vrijednosti
Znanje o medijima/medijskoj pismenosti	Da	94	4,05
	Ne	44	3,85

4.3. Odnos učenika prema predmetu Medijska pismenost

Ispitivanjem razloga zašto se pohađa nastava iz Medijske pismenosti utvrđivali smo koji su glavni faktori koji motivišu učenike da biraju ovaj predmet. Najveći broj učenika pohađa ovaj predmet zbog opšte kulture i sticanja vještina koje im mogu koristiti za dalje obrazovanje. To ukazuje na to da je 60 ispitanih učenika (Tabela 5) svijest o značaju predmeta u određenoj mjeri posjedovalo i prije nego što su pohađali nastavu. Drugi po zastupljenosti odgovor *Želim razviti kritički odnos prema medijima* (36 učenika) ukazuje na to da određeni broj učenika bira predmet zbog razvijanja kritičkog odnosa prema medijima, što i jeste jedan od ciljeva predmetnog programa. Škole bi trebale prepoznati važnost zagovaranja predmeta i širenja interesovanja kod učenika koji nemaju prethodno razvijeno znanje o važnosti medijske pismenosti. Upitan je efekat dosadašnjeg načina zagovaranja koji nije dao rezultate, a nije ni pokrenuo interesovanje dovoljnog broja učenika za ovaj predmet.

¹⁶ Prilikom kreiranja sintetičkog (sumarnog) skora provjerili smo unutrašnju saglasnost skale pomoću srednjih vrijednosti korelacije između stavki (mean inter-item correlation) i utvrdili nedovoljno visoke koeficijente korelacije. Razloge za to pronalazimo u malom broju stavova i njihovom opštem karakteru. Za potrebe budućih istraživanja, konceptualizaciju i kreiranje skale bilo bi potrebno ići u pravcu izrečenih smjernica, a skala upotrijebljena u ovom istraživanju može poslužiti kao osnova za kreiranje iste.

Slaba zastupljenost ostalih odgovora ukazuje na to da je mali broj učenika birao predmet zbog interesovanja za novinarstvo (15 učenika) i zbog „težine“ predmeta (16 učenika). Svega 11 učenika izabralo je predmet jer je smatralo da je ta nastava kvalitetno organizovana.

Tabela 5: Razlozi za izbor predmeta

	N	%
Želim razviti kritički odnos prema medijima.	36	26,1%
Želim u budućnosti raditi u medijima i novinarstvu.	15	10,9%
Predmet nudi znanja korisna za opštu kulturu i dalje obrazovanje.	60	43,5%
Nastava za predmet je kvalitetno organizovana, koristi savremene metode i tehnologiju.	11	8,0%
Predmet nije težak.	16	11,6%
Ukupno	138	100 %

Stečena znanja i vještine jesu važan pokazatelj uspješnosti realizacije nastave. Taj indikator može biti upotrijebljen u kreiranju smjernica radi poboljšanja kvaliteta nastave. Za te potrebe kreirali smo pitanja koja su se odnosila na stečena znanja i vještine i na odnos učenika prema nastavi na tom predmetu (Tabela 6). Ukoliko se odgovori rangiraju, može se steći utisak o efektima predmeta i njegovim nedostacima. Učenici ukazuju na to da je najveći nivo stečenog znanja pomogao da razumiju rad medija. Kreativno izražavanje i razumijevanje o etičkim standardima slijedi nakon tog odgovora. Rezultati koji pokazuju gdje je, prema mišljenju učenika, nastava bila najkorisnija i koja su znanja nastavnici najbolje prenijeli. Manje je slaganje u odnosu na stav da predmet treba da bude obavezan. Ranije u istraživanju istaknuto je da određenim školama nedostaju tehnički kapaciteti pri realizaciji nastave što se odražava i na znanja stečena iz ovoga predmeta. To se može zaključiti i na osnovu najmanje zastupljenog odgovora iz navedene Tabele, a to je da je najmanji broj učenika zadovoljan znanjem koje su stekli kad je u pitanju primjena različitih alata pomoću kojih se dobijaju kompletne informacije.

Tabela 6: Stečena znanja i vještine¹⁷

	Prosječne vrijednosti
Predmet Medijska pismenost unaprijedio je moje znanje da bolje razumijem kako djeluju mediji.	4,45
Nastava na predmetu Medijska pismenost pomogla mi je da prepoznam i koristim potencijale da se kroz medijske formate (blog, video...) i platforme kreativno izrazim.	4,22
Pohađanjem nastave na predmetu Medijska pismenost stekao sam znanje o različitim alatima (baze podataka, pretraživači veba, društvene mreže, blogovi) pomoću kojih dobijam potpunije informacije.	3,82
Upoznat sam s profesionalnim i etičkim principima koji se koriste u procjeni kvaliteta i vjerodostojnosti medijskih sadržaja.	4,21
Predmet Medijska pismenost treba da bude obavezan.	4,05

U poluotvorenom pitanju učenici su mogli navesti koje su to izmjene po njihovom mišljenju potrebne da nastava na predmetu bude kvalitetnija. U odnosu na njihove prijedloge izmjena koje je potrebno napraviti izdvajaju se tri odgovora (Tabela 6). Bolja saradnja s medijima i civilnim društvom, značajnija praktična nastava i kvalitetna i savremena oprema jesu način pomoću kojeg bi se, po mišljenju učenika, poboljšala realizacija nastave na ovome predmetu.

¹⁷ Raspon ponuđenih odgovora: 1. Uopšte se ne slažem s tvrdnjom; 2. Djelimično se ne slažem; 3. Nijesam siguran; 4. Djelimično se slažem s tvrdnjom; 5. U potpunosti se slažem s tvrdnjom.

5. Reforma visokog obrazovanja i uvođenje predmeta Medijska pismenost na nivou visokog obrazovanja

5.1. Konceptualne razlike između medijske pismenosti i medijske i informacione pismenosti

Koncept medijske pismenosti je od uvođenja predmeta u gimnazije pretrpio značajne izmjene. Danas sve više govorimo o oblasti medijske i informacione pismenosti dok se ranije pominjani termin često smatra anahronim pojmom. Tome je značajno doprinio i razvoj digitalnih tehnologija koji postavlja izazove za one koji kreiraju politike i za one koji ih implementiraju.

Polje medijske pismenosti sve više ispunjava informatički sadržaj koji utiče na to da se metode i znanja koja se stiču iz ovoga predmeta mijenjaju i osavremenjuju. Jelena Perović ističe ulogu i važnost obrazovnog sistema da prepozna i prati pojavu nove digitalne paradigme i sadržaja i trendova koje ona nosi: „Ažuriranje glavnih koncepata medijskog obrazovanja je apsolutna potreba usljed promjena koje digitalna revolucija uvodi“ (Perović, 2016: 99).

Promjene u konceptu, a time i sadržaju predmeta Medijska pismenost odnose se na ulogu medija kao nosioca informacija i sve veću upotrebu interneta u svrhu informisanja. Opšti ciljevi predmetnog programa Medijska pismenost, kreiranog 2009. godine za potrebu realizacije nastave, jasno ukazuju na potrebu razvoja kritičkog odnosa prema medijima, tj. kritičke recepcije i sopstvene produkcije medijskih tekstova (Zavod za školstvo, 2009). Program ističe ulogu interneta u procesu informisanja, ali se najveći dio sadržaja ovoga programa odnosi na potrebu razvoja

kritičkog odnosa prema sadržajima koji dolaze iz „tradicionalnih“ medija. Predviđeno je da se znanja s interneta koriste da bi nastavnici crpili dodatne ideje za realizovanje nastave (Zavod za školstvo, 2009), međutim, kurikulum ne predviđa usvajanje znanja koje bi pomoglo učenicima da razviju tehnike informisanja koristeći savremene digitalne tehnologije. Od njegovog objavljivanja kurikulum nije dopunjen ili mijenjan, a Ružić postavlja pitanje je li on uopšte dorastao savremenim digitalnim izazovima (Ružić, 2018).

Svijest o znanjima potrebnim mladim ljudima mora prevazići generacijski jaz jer je nužna potreba za savremenim nastavnim programima i aktivnostima da bi predmetni program bio aktuelan u vremenu u kome se realizuje. Time su medijska pismenost i informaciona pismenost pojmovno komplementarne. Gordana Ljubanović, koordinatorka projekata Nacionalne biblioteke „Đurđe Crnojević“ tu sinergiju ovako objašnjava: „Medij ispražnjen od informacija je prazna kutija, isto tako informacija bez svog nosioca je čista apstrakcija, ona se mora nekako materijalizovati“ (Ljubanović, 2018).

Pojmovno prožimanje medijske i informacione pismenosti je zahtjevno iz ugla kreatora politika, ali je nužno za kvalitet obrazovanja. Praćenje trendova i naglih promjena u konceptualizaciji ovoga pojma jeste obaveza za institucije da kroz saradnju s nastavnim kadrom i naučnom zajednicom kreiraju okvir za praćenje datih promjena. Prema mišljenju medijskog eksperta Dragoljuba Vukovića, zadatak obrazovanja u oblasti medijske i informacione pismenosti jeste da pomogne učenicima da prave razliku između onoga što je stvarnost sama po sebi i onoga što je medijska realnost, da znaju da dekodiraju to što je medijska poruka i da znaju da je medijska poruka konstrukt, da nije objektivni odraz neke realnosti, i da steknu vještine pogodne za njeno razumijevanje (Vuković, 2018).

UNESCO-ov priručnik smjernica za politiku i strategiju informacione i medijske pismenosti, kojeg je objavila Nacionalna biblioteka „Đurđe Crnojević“, zagovara pristup u kojem kreiranje politika informacione i medijske pismenosti treba zasnovati tako da se „harmonizuju“ i obuhvate različite vrste pismenosti koje se mogu prepoznati u digitalnom dobu (Alton Grizl, 2015: 13). Priručnik ne kreira definiciju informacione i medijske pismenosti već se fokusira na ključne rezultate učenja i glavne elemente ovog predmeta. Time ovaj koncept obuhvata znanja koja omogućavaju građanima da: a) razumiju ulogu i funkciju medija i svih ostalih izvora informisanja u demokratskom društvu, b) kritički vrednuju dobijene informacije i sadržaje, i c) sintetizuju i kreiraju ideje dobijene putem medija i ostalih izvora informisanja (Alton Grizl, 2015: 13/14).

5.2. Uvođenje predmeta Medijska pismenost na Fakultetu političkih nauka

Reformom visokog obrazovanja napravljene su izmjene radi efikasnije praktične primjene stečenih znanja usvojenih tokom školovanja. Pomenutu reformu pratila je i reorganizacija studijskih programa i dopuna kurikuluma. Na Fakultetu političkih nauka Univerziteta Crne Gore u Podgorici u studijskoj 2018/2019. godini počeli su realizovati nastavu na predmetu Medijska pismenost na drugoj godini odsjeka Medijske studije i novinarstvo. Predmet Medijska i informaciona pismenost se novim nastavnim programom našao u kurikulumu doktorskih studija. Važno je pomenuti da se Fakultet političkih nauka teško izborio da održi status samostalne univerzitetske jedinice. Reformom univerziteta dugo je zagovarana ideja da se smjerovi „dodijele“ nekim drugim univerzitetskim jedinicama, a neka od alternativnih rješenja su podrazumijevala i ukidanje smjera novinarstvo i uvođenje novog smjera Komunikologija.¹⁸ Trenutno se obrazovanje novinara realizuje u okviru smjera Medijske studije i novinarstvo koji se implementira od 2017. godine.

Razloge za navedene izmjene i uvođenje pomenutih predmeta moguće je pronaći u sve lošijem stanju crnogorskog novinarstva, a kako ističe Nataša Ružić, profesorica na Fakultetu koja vodi odsjek Medijske studije i novinarstvo, upravo su razlozi medijskog opismenjavanja novinara podstakli nju i kolege da zagovaraju uvođenje ovoga predmeta (Ružić, 2018).

I ranije je nastava na predmetima koje pohađaju budući novinari podrazumijevala cjeline koje su povezane s oblašću medijske pismenosti – predmeti kao što su Psihologija medija, Analiza medijskog diskursa, Medijska publika omogućavali su studentima da steknu određena znanja iz oblasti medijske pismenosti. O tome govori i solidno interesovanje studenata za teme medijske i informacione pismenosti; nijesu rijetki diplomski i magistarski radovi na ovu temu (Ružić, 2018). Studenti se već od prve godine upoznaju s trendovima i aktuelnostima u novinarstvu na predmetu Uvod u novinarstvo, te obrađuju i teme kao što su tehnike manipulacije, post istina i lažne vijesti (Ružić,

18 O ovom problemu više vidjeti u istraživanju o potrebama u obrazovanju novinara i medijskoj pismenosti u Crnoj Gori (Vranković, 2016).

2018).

Ipak, pitanje na koje nijesmo dobili odgovor je zašto se na osnovnim studijama realizuje nastava na predmetu Medijska pismenost, a na doktorskim Medijska i informaciona pismenost, i što je sastav kurikuluma za pomenute predmete.

Prepoznavanje značaja predmeta Medijska pismenost izostalo je kad je u pitanju realizacija nastave na ostalim univerzitetskim jedinicama. Naime, svršeni visokoškolci Filozofskog fakulteta i Filološkog fakulteta u Nikšiću svoj posao pronalaze uglavnom u školstvu. Na njihovo znanje i vještine učenja mladih, gdje veliku ulogu igra i kritičko sagledavanje stvarnosti, zasigurno utiče nedostatak upućenosti u oblast medijske pismenosti. Dušanka Popović, profesorica na Filološkom fakultetu u Nikšiću, pokušala je inicirati uvođenje predmeta Medijska i informaciona pismenost na tom fakultetu, ali apel nije imao odjeka (Popović, 2018). Jedan od glavnih izgovora bio je da se na tim fakultetima stiču dovoljna znanja o medijskoj pismenosti kroz predmete Sociologija medija i Filozofija medija te je time poseban predmet nepotreban (Ružić, 2018). To ukazuje na nedostatak „sluha“ angažovanih profesora, što se značajno odražava i na status znanja o toj oblasti među studentima.

6. Zaključak

Pokazatelji stanja i kvaliteta obrazovanja u Crnoj Gori mogu biti rezultati PISA testiranja, ali i indeks medijske pismenosti i trend pohađanja nastave na ovome predmetu. Vještine stečene u okviru predmeta Medijska pismenost mogu se okarakterisati kao obrazovne vještine za 21. vijek.

Razlozi koji su nas naveli da detaljno ispitamo što se u oblasti obrazovanja u Crnoj Gori dešava s predmetom Medijska pismenost podstaknuti su desetogodišnjim razdobljem od pokretanja inicijative za uvođenje tog predmeta u gimnazije, njenim formalnim karakterom, i brojem aktera koji su učestvovali u njenoj implementaciji. Dodatni motiv pronašli smo u preprekama koje smo uočili u realizaciji tog predmeta, a koje mogu biti korisne prilikom kreiranja sličnih inicijativa u zemljama regiona.

Medijska pismenost se uprkos početnoj uspješnosti ubrzo „zagubila“ među ostalim izbornim predmetima u gimnazijama. Tome u prilog govore i podaci o trendu pada broja učenika koji pohađaju tu nastavu. Sistemski odgovori i reakcija civilnog sektora potpuno je izostala. U periodu od 2009. godine, tj. od početka implementacije ovoga predmeta do 2015. kad se uvodi Medijska pismenost u Katalog programa stručnog usavršavanja nastavnika proteklo je predugo razdoblje nečinjenja radi poboljšanja statusa predmeta. U tom periodu uspješnost realizacije nastave na predmetu zavisila je od entuzijazma nastavnika, a nivo pohađanja od entuzijazma i volje učenika.

Problemi na koje je ova inicijativa upozorila ubrzo nakon početka implementacije nijesu prepoznati kao podsticaji za njeno poboljšanje, već se nedosljednošću djelovanja brojnih aktera perspektiva predmeta dovela u pitanje.

Problemi bodovanja za maturski standard, nepostojanje udžbenika, pitanje norme, i nedovoljna promocija predmeta jesu neki od razloga koji su doveli do stanja u kojem se danas nalazi predmet Medijska pismenost, a koje smo utvrdili ovim istraživanjem.

Naše istraživanje ukazuje na nedovoljno efikasne metode promocije predmeta Medijska pismenost. Takođe, svi akteri koji su učestvovali u intervjuima saglasili su se da je konkurencija ostalih izbornih predmeta i njihovo zagovaranje, najčešće podstaknuto motivom norme časova, jedna od glavnih prepreka za bolju implementaciju predmeta. U odnosu na taj problem javlja se pitanje efikasnosti zagovaranja predmeta Medijska pismenost od strane nastavnog

kadra. Anketno ispitivanje učenika ukazalo je na to da postoji predznanje o važnosti predmeta i njegovim ciljevima kod značajnog broja onih koji pohađaju nastavu na ovome predmetu. Taj potencijal nije dovoljno razvijen.

Predmet ne predstavlja dopunu za maturalni standard i njegov izbor i pohađanje nastave zavise od volje učenika da stiču znanje u ovoj oblasti. Uloga nastavnika u promociji predmeta trebala bi biti značajnija jer je i jedan od razloga za izbor predmeta upravo održavanje kontinuiteta pohađanja nastave kod nastavnika.

Realizacija nastave i metode koje se koriste u skladu su s programom predmeta Medijska pismenost koji se implementira od 2009. godine, i u odnosu na smjernice za realizaciju nastave koje postoje u MediaLit Kit-u. Nastavnici ističu da je potrebno osvježiti program i osmisliti udžbenik za predmet što bi predstavljalo olakšicu i za nastavnike i za učenike. Udžbenikom bi se standardizovala struktura nastave i time olakšao sistem ocjenjivanja znanja na ovome predmetu.

Tokom devet godina koliko se primjenjuje program i realizuje nastava Medijske pismenosti kao izbornog predmeta u gimnazijama u Crnoj Gori došlo je do konceptualnih promjena u ovoj oblasti što nije praćeno izmjenom programa, a to se odrazilo i na strukturu realizovane nastave. Nove metode i tehnike koje donosi digitalna tehnologija, a koje su neizostavni sadržaj predmetnih programa, izostale su. Pitanje je koliko bi škole imale tehničkih kapaciteta jer je prilikom terenske posjete uočeno da pojedine škole nemaju ni dobru internet konekciju, a da se kabineti informatike ne koriste za realizaciju nastave medijske pismenosti.

Periodična obuka nastavnog kadra i nedovoljna evaluacija njihovih znanja i sposobnosti u velikoj mjeri utiču na kvalitet realizovane nastave. Česti su primjeri da su nastavnici angažovani na ovome predmetu prošli obuku koju je organizovao Pedagoški centar 2009. godine i da se od tada nijesu dodatno usavršavali u ovoj oblasti. Kroz intervju smo imali i slučajeve da pojedini nastavnici nijesu uošte prošli obuku za ovaj predmet već su realizovali nastavu s nastavnim jedinicama za koje su lično procijenili da su dovoljno važne u ovoj oblasti. Zabrinjavajuće je nepostojanje smjernica Ministarstva da se nastava realizuje po već utvrđenom programu već nastavnici imaju slobodu da mijenjaju program „u hodu“.

Nakon devet godina implementacije predmeta Medijska pismenost u srednjem obrazovanju reformom visokog obrazovanja napravljeni su iskoraci radi veće primjene teorijskog znanja u praktične svhe. Jedna od promjena uključila je uvođenje predmeta Medijska pismenost na Fakultetu političkih nauka. Početna iskustva su pozitivna, no ostaje otvoreno pitanje zašto je izostalo uvođenje ovoga predmeta na Filološkom fakultetu i Filozofskom fakultetu u Nikšiću čiji studenti nakon završetka studija najčešće nalaze posao u profesorskoj struci.

Postavljena hipoteza istraživanja u odnosu na izloženo pitanje potvrđena je u određenim segmentima. Sam predmet

trpi zbog neažurnosti institucija i nedovoljne spremnosti nastavnog kadra da novim metodama i efikasnim nastavnim materijalom doprinesu boljoj realizaciji nastave. Ono što je upitno je u kolikoj je mjeri izborni status predmeta mogao uticati na njegovu bolju implementaciju. Njegova „ograničenost“ na gimnazije je u određenoj mjeri opravdana jer je u program za Crnogorski-srpski, bosanski i hrvatski jezik i književnost uključena implementacija jedinica povezanih s medijskom pismenošću.

Spremnost svih relevantnih aktera radi kvalitetnije implementacije predmeta Medijska pismenost nužna je zbog perspektive ovoga predmeta.

7. Preporuke

Radi većeg učinka predmeta Medijska pismenost i brojnijeg pohađanja nastave predlažemo sljedeće preporuke:

Nadležne institucije u obrazovnom sistemu treba da provedu naučnu i stručnu evaluaciju predmeta Medijska pismenost s obzirom na iskustva njegove implementacije kao izbornog predmeta u gimnazijama od 2009. godine.

Nadležne institucije u obrazovnom sistemu u saradnji s institucijama nadležnim za medijsku politiku treba da provedu javnu raspravu i uključe sve zainteresovane aktere (škole, civilno društvo, predstavnike medija, akademske zajednice) o značaju i daljem razvoju predmeta Medijska pismenost kao obliku razvijanja kritičkog mišljenja, potrebnog za razumijevanje svijeta u kojem živimo.

Nadležne institucije u obrazovnom sistemu treba da prouče sadržaj nastavnog programa Medijska pismenost u gimnazijama i da utvrde mogućnost uvođenja novih ciljeva i tema s obzirom na razvoj i uticaj savremenih informacionih tehnologija. Ovu mjeru bi trebala pratiti i izrada udžbenika koji bi učenicima i nastavnicima omogućio efikasnu i jednostavnu realizaciju nastave.

Nadležne institucije obrazovnog sistema treba da prouče mogućnost da predmet Medijska pismenost postane dopuna maturalnog standarda (za gimnazije).

Nadležne institucije obrazovnog sistema treba da prouče mogućnosti i utvrde načine da predmet Medijska pismenost postane međupredmetna tema u srednjim stručnim školama.

Nadležne institucije obrazovnog sistema treba da obezbijede redovnu obuku nastavnog kadra i praćenje kvalitete njihovog rada na predmetu Medijska pismenost.

Nadležne institucije obrazovnog sistema treba da obezbijede jačanje tehničkih kapaciteta u učionicama radi efikasne realizacije nastave medijske pismenosti.

Nadležne institucije u obrazovnom sistemu u saradnji s institucijama nadležnim za medijsku politiku treba da unaprijede rad na promociji medijske pismenosti u školama i medijima, te uvedu redovne kampanje za podizanje svijesti o važnosti medijske pismenosti.

Bibliografija

Agencija za elektronske medije, 2017. *Medijska pismenost*. [Online]

Dostupno na: <http://www.medijskapismenost.me/o-nama/>
[Pristupljeno 14. septembra 2018].

Alton Grizl, P. M. M. D. S. A. K. V. F. B. Č. O., 2015. *Informacijska i medijska pismenost – Smjernice za politiku i strategiju*.
Cetinje: Nacionalan biblioteka „Đurđe Crnojević“.

Bešić, M. & Reškovec, T., 2012. *Evaluacija reforme obrazovanja u Crnoj Gori*. [Online]

Dostupno na: <http://www.zzs.gov.me/ResourceManager/FileDownload.aspx?rId=119598&rType=2>
[Pristupljeno 11. septembra 2018].

Center for Media Literacy, n.d. *CML MediaLit Kit*. [Online]

Dostupno na: <http://www.medialit.org/cml-medialit-kit>
[Pristupljeno 2. oktobra 2018].

Dmitrović, D., 2015. *PISA 2015. u Crnoj Gori - Rezultati*. [Online]

Dostupno na: <http://www.iccg.co.me/1/images/dok/medjunarodno/PISA%202015%20rezultati.pdf>
[Pristupljeno 14. septembra 2018].

Fakultet političkih nauka, 2017. *Medijska pismenost*. [Online]

Dostupno na: <http://www.ucg.ac.me/studprog/31/16/0/0-medijske-studije-i-novinarstvo-2017-osnovne>
[Pristupljeno 4. oktobra 2018].

Fakultet političkih nauka, 2017. *Novi nastavni plan i program Fakulteta političkih nauka Univerziteta Crne Gore*. [Online]
Dostupno na: http://www.ucg.ac.me/skladiste/blog_18551/objava_3556/fajlovi/Nastavni%20plan%20i%20program%20za%20akademske%20osnovne%20studije%20_%20Medijske%20studije%20i%20novinarstvo.docx
[Pristupljeno 3. oktobra 2018].

Ispitni centar, 2010. *Opšti maturalni katalog – Maturalni ispit u gimnaziji*. [Online]
Dostupno na: http://www.iccg.co.me/1/dok/zavrzni/maturalni/akt/OPSTI_KAT_OM_2010_2011.pdf
[Pristupljeno 16. oktobra 2018].

Istraživački medijski centar, 2015. *Medijski dijalozi*. [Online]
Dostupno na: <https://medijskidijalozi.files.wordpress.com/2015/10/medijski-dijalozi-22.pdf>
[Pristupljeno 14. septembra 2018].

Lessenski, M., 2018. *Common Sence Wanted - Resilience to "post-truth" and its Predictors in New Media Literacy Index 2018* [Online]
Dostupno na: http://osi.bg/downloads/File/2018/MediaLiteracyIndex2018_publishENG.pdf
[Pristupljeno 13. septembra 2018].

Ministarstvo prosvete, 2003. *Foundation Open Society Institute - Representative Office Montenegro (FOSI ROM)*. [Online]
Dostupno na: <http://www.mpin.gov.me/en/sections/international-cooperation/86669/1514.html>
[Pristupljeno 5. novembra 2018].

Ministarstvo prosvjete, 2014. *Prezentacija MEIS-a portala i portala za roditelje*. [Online]
Dostupno na: <http://www.mpin.gov.me/ministarstvo/142117/PREZENTACIJA-MEIS-A-I-PORTALA-ZA-RODITELJE.html> [Pristupljeno 7. oktobra 2018].

Nacionalna biblioteka Đurđe Crnojević, n.d. *Nacionalna biblioteka Đurđe Crnojević - Zvanična internet stranica*. [Online]
Dostupno na: <https://nb-cg.me/>
[Pristupljeno 5. oktobra 2018].

Nikolić, P., 2016. PISA TESTIRANJE UČENIKA: Opet među najgorima u Evropi. *Monitor*, Volume 1365.

Perović, J., 2015. *Media Literacy in Montenegro*. [Online]

Dostupno na: <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/335>

[Pristupljeno 12. septembra 2018].

Perović, J., 2016. Towards a New, Digital Communication Paradigm. *Studies in Media and Communication*, 4(1), pp. 99–110.

Roditelji.me, 2017. *PISA testiranje nalaže promjene u sistemu obrazovanja*. [Online]

Dostupno na: <https://www.roditelji.me/blog/2017/01/08/pisa-testiranje-nalaze-promjene-u-sistemu-obrazovanja/>

[Pristupljeno 14. septembra 2018].

Ružić, N., 2016. Challenges in the implementation of the subject of Media Literacy in the educational system in Montenegro. *Nova prisutnost*, 14 (2016)(1), pp. 69–89.

Skupština Crne Gore, 2007. *Ustav Crne Gore*. [Online]

Dostupno na: <http://www.skupstina.me/images/dokumenti/ustav-crne-gore.pdf>

[Pristupljeno 30. oktobra 2018].

Skupština Crne Gore, 2010. *Zakon o elektronskim medijima*. [Online]

Dostupno na: <http://www.mek.gov.me/ResourceManager/FileDownload.aspx?rid=260125&rType=2&file=Zakon%20o%20elektronskim%20medijima.pdf>

[Pristupljeno 14. septembra 2018].

Telekom , 2018. *Za svako dobro*. [Online]

Dostupno na: <https://www.telekom.me/za-svako-dobro-2017.nsp>

[Pristupljeno 14. septembra 2018].

UNESCO, 2016. *Program participacije*. [Online]

Dostupno na: <https://www.unescomontenegro.com/index.php?option=comcontent&view=category&id=45&layout=blog&Itemid=93&lang=sr>

[Pristupljeno 3. oktobra 2018].

Univerzitet Crne Gore, 2015. *Analiza stanja i strateška opredjeljenja za reorganizaciju i integraciju Univerziteta Crne Gore*. [Online]

[Online]

Dostupno na: http://www.ucg.ac.me/skladiste/blog_4/objava_40/fajlovi/UCG%20Analiza%20stanja.pdf

[Pristupljeno 23. septembra 2018].

Varga, I., 2009. *Implementacija medijske pismenosti u obrazovni sistem*. [Online]

Dostupno na: <https://vdocuments.site/implementacija-medijske-pismenosti-u-obrazovni-sistem-igor-varga.html>

[Pristupljeno 17. septembra 2018].

Vranković, D., 2016. *Istraživanje o potrebama u obrazovanju novinara i medijskoj pismenosti u Crnoj Gori*. [Online]

Dostupno na: https://www.mminstitute.org/files/Istrazivanje_2016.pdf

[Pristupljeno 6. novembra 2018].

Wikipedia, 2018. *Open Society Foundations*. [Online]

Dostupno na: https://en.wikipedia.org/wiki/Open_Society_Foundations

[Pristupljeno 11. novembra 2018].

Zavod za školstvo, 2008. *Koncept maturalnog i stručnog ispita*. [Online]

Dostupno na: <http://www.zzs.gov.me/ResourceManager/FileDownload.aspx?rid=69124&rType=2&file=Koncept>

[Pristupljeno 16. oktobra 2018].

Zavod za školstvo, 2009. *Naša škola - Istraživanje: Primjena reformskih rješenja u osnovnim školama i gimnazijama u Crnoj Gori*. [Online]

Dostupno na: <http://www.zzs.gov.me/ResourceManager/FileDownload.aspx?rid=70145&rType=2&file=PREPORUKE%20za%20stampu.pdf>

[Pristupljeno 22. septembra 2018].

Zavod za školstvo, 2009. *Predmetni program – Medijska pismenost (izborni predmet)*. [Online]
Dostupno na: <http://www.zzs.gov.me/ResourceManager/FileDownload.aspx?rId=82431&rType=2>
[Pristupljeno 13. septembra 2018].

Zavod za školstvo, 2011. *Predmetni program – Crnogorski jezik i književnost*. [Online]
Dostupno na: <http://www.zzs.gov.me/ResourceManager/FileDownload.aspx?rId=79595&rType=2>
[Pristupljeno 14. oktobra 2018].

Zavod za školstvo, 2016. *Katalog programa stručnog usavršavanja nastavnika*. [Online]
Dostupno na: <http://www.zavodzaskolstvo.gov.me/ResourceManager/FileDownload.aspx?rId=253287&rType=2>
[Pristupljeno 17. oktobra 2018].

Popis intervjuja:

Anita Adžić, profesorica književnosti i medijske pismenosti u Srednjoj mješovitoj školi „17. septembar“ u Žabljaku, 8. oktobra 2018.

Biljana Maslovarić, profesorica na Filozofskom fakultetu u Nikšiću, Univerzitet Crne Gore, 28. avgusta 2018.

Božena Jelušić, profesorica književnosti i medijske pismenosti, 6. septembra 2018.

Dragoljub Vuković, medijski ekspert, 23. avgusta 2018.

Dušanka Popović, profesorica na Filološkom fakultetu u Nikšiću, Univerzitet Crne Gore, 31. avgusta 2018.

Gordana Ljubanović, koordinatorka projekta Nacionalne biblioteke „Đurđe Crnojević“, 5. septembra 2018.

Ljiljana Ivanović, samostalna savjetnica u Zavodu za školstvo, 27. avgusta 2018.

Milica Vuković, profesorica književnosti i medijske pismenosti u Srednjoj mješovitoj školi „Danilo Kiš“ u Budvi, 12. oktobra 2018.

Nataša Ružić, profesorica na Fakultetu političkih nauka u Podgorici, Univerzitet Crne Gore, 17. septembra 2018.

Snažana Šćepanović-Đurasović, profesorica književnosti i medijske pismenosti u Srednjoj mješovitoj školi „Braća Selić“ u Kolašinu, 15. oktobra 2018.

Tatjana Zeković, profesorica francuskog jezika i književnosti i medijske pismenosti u Gimnaziji Cetinje, 9. oktobra 2018.

Vesna Pavićević, profesorica književnosti i medijske pismenosti u Gimnaziji „Niko Rolović“ u Baru, 11. oktobra 2018.

Zoja Bojanić-Lalović, direktorica Gimnazije „Slobodan Škerović“ u Podgorici, 4. oktobra 2018.

**Medijska i informacijska
pismenost na
zapadnom Balkanu:
neiskorišten
emancipacijski potencijal**

Regionalni pregled

Brankica Petković i Sandra Bašić Hrvatinić

1. Uvod

Kada su potomci Žila Verna (Jules Verne) poznatog francuskog pisca 19. vijeka, prije 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. vijeka (Verne, 1996). Prvi izdavač kome je Vern ponudio rukopis odbio ga je. Vernovi naslednici nikad nijesu htjeli objaviti taj rukopis jer su smatrali da je njegov sadržaj toliko nevjerovatan, 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 dodijelio nagradu za najbolju pjesmu napisanu na latinskom. U društvu u kojem su vladale prirodne nauke i preduzetništvo, pjesnici 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. Umjetnosti nije bilo u muzejima zato što nije bilo muzeja. Nekada poznatih francuskih pisaca i pjesnika sjećao se samo mali broj penzionisanih profesora književnosti.

Mišel je morao naučiti da preživi u tom svijetu uz pomoć onih koji su još uvijek pamtili stari. U tome mu pomaže stric Hugenin (Huguenin), crna ovca porodice, koji je do penzije predavao humanistiku. Za vrijeme jedne od njihovih šetnji Parizom stric mu je objasnio kako su zbog društvenih promjena 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. Svijetom 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 cijelu 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 izvještavali. Tako su novine po svojem sadržaju i obimu postale nalik pamfletima. Njihovi vlasnici su gubitak tema i prostor u novinama pokušavali nadoknaditi novim sadržajima koji bi privukli nove čitaoce zainteresovane za kritičko i naučno pisanje o društvu. Međutim, zadesila ih je nova nesreća. Političkoj i ekonomskoj eliti bilo je dosta medijske pristrasnosti, zato su radi

uravnoteženosti izvještavanja i zaštite građanskih prava zahtijevali da svake 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 uvijek ustrajale na kritičkom pisanju, tako su postajale sve deblje i deblje, njihov sadržaj je za čitaoce bio nerazumljiv i nečitljiv. Na kraju je većina propala. Sudbina kritičkih medija prestrašila je urednike onih još djelujućih koji su od svojih novinara zahtijevali da objavljuju samo takve članke na koje niko neće moći zahtijevati ispravku. Međutim, takve novine niko više nije htio čitati.

Promjene u društvu pratile su i tehnološke, objasnio je stric Hugenin. U staro vrijeme broj čitalaca bio je daleko veći nego broj pisaca. Knjige su pisali i objavljivali malobrojni. Isto je vrijedjelo i za novine. Cijena 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 što god je htio. Na prvi pogled je tehnološka promjena imala pozitivne posljedice – odstranjene su prepreke koje su ljudima onemogućavale da pišu i objavljuju. Na taj način se demokratizovalo pravo na dostupnost do javnosti. Oduševljenje promjenama, 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 vrijednost. 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 djelatnost postalo nepotrebno.

Skoro 150 godina kasnije stičemo utisak da se Vernova vizija svijeta ostvaruje. Međutim, to je samo prvi utisak koji nas ne smije 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 usmjeriti kritičko mišljenje i djelovanje. Alternativa (ili bolje rečeno alternative) postoji. Nude je pojedinci i grupe od kojih svako na svojem području djelovanja, s ograničenim sredstvima i ograničenom političkom podrškom pokušavaju osmisliti i realizovati promjene. Već gotovo dvije 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 posljedice 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 djelovanju 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 djelovanja 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 promjenama zakona) i učiniti ključnim oruđem za kritičko razmišljanje i djelovanje u rukama građana. Zato je ovo naše najnovije istraživanje fokus analize preusmjerilo na medijsku i informacionu pismenost i njenu ulogu pri opismenjavanju građana za razumijevanje svijeta u kojem žive. Međutim, kao što se može vidjeti iz aktivnosti u pojedinim državama uključenim u našu analizu, aktivnim građanima prije svega potrebna je aktivna država. Potrebno nam je više, a ne manje države, i to takve države koja neće upravljati (*governance*) nego voditi politiku (*governing*) (Brown, 2015: 135).¹

Širenje lažnih informacija radi manipulisanja javnim mnjenjem, zloupotreba ličnih podataka građana u komercijalne i političke svrhe, netransparentnost algoritama koji određuju što će se širiti u javnom prostoru i što 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 zahtijevaju aktivnu državnu politiku. Takvim manipulacijama moguće se oduprijeti 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 promjene. 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 vjerodostojne, 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 i ne korisnika usluga u komercijalnom odnosu razmjene. Današnji mediji (odnosno uopšte mediji kroz dugu istoriju svojega djelovanja) 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 reducirani na potrošače medijskih sadržaja koje vlasnici medija prodaju oglašivačima za profit. Medijska i informaciona pismenost, uprkos svojim pozitivnim nastojanjima, pokušava riješiti nagomilane probleme medijske industrije jednostrano – pokušava opismeniti potrošače i istovremeno razrješava svake odgovornosti medijske producente (medijske vlasnike, urednike i novinare). Demokratizacija medijskog sistema zahtijeva kritičku

¹ Vođenje politike (*governing*) podrazumijeva, prema Braunu (Brown), aktivno političko djelovanje, i razlikuje se od upravljanja (*governance*), sastavljenog od niza nepovezanih praksi, pregovaranja i uvjeravanja koje vlade usmjeravaju u one nad kojima vladaju.

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 razumijemo, usmjerena 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 komunicirati, kako rješavati komunikacione konflikte, kako ukrotiti demone demokratije.

Da bismo razumjeli značaj medijske i informacione pismenosti, moramo razumjeti 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 mijenjao 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 te kako se mijenjala medijska publika i njene medijske navike? Kad to shvatimo, onda ćemo lakše shvatiti koliko je važno da medijska i informaciona pismenost postane dio javne obrazovne politike. Fragmentacija i segmentacija i medijske ponude i medijske potražnje, komercijalizacija ličnih podataka građana na društvenim mrežama te gubitak povjerenja ljudi u vjerodostojnost medija (istovremeno s gubitkom povjerenja u sve političke elite i reprezentativnu demokratiju) zahtijeva od svih nas kritičko razmišljanje o tome kakvi su nam mediji potrebni.

2. Mapiranje svijeta

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 prije gotovo jednog vijeka temeljila se na obrazovanju njihove publike. Obrazovati, informisati i nuditi zabavu (tim redoslijedom) bili su zahtjevi za sve stvaraocima programskih sadržaja. Naravno, ta obrazovna funkcija javnih medija nije bila zamišljena kao zamjena za institucionalni sistem obrazovanja koji je oduvijek bio u ideološkom domenu države. Stvaraoci medijskih sadržaja su bili svjesni odgovornosti koju donosi njihov rad namijenjen masovnoj publici. Odgovornost (*accountability*), osjećaj odgovornosti (*responsibility*) i odzivnost (*responsiveness*) postala su temeljna organizaciona načela djelovanja javnih medija. Odgovornost se odnosila

na brigu za javni interes, osjećaj odgovornosti na 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 državi da represivno utiče na novinarski rad, a odgovornost svih zaposlenih bila je stvarati proizvod koji će (poštujući prije navedene standarde) donositi profit vlasniku. Komunikacione platforme i društveni mediji nijesu mediji u onom smislu koji vrijedi za štampane medije, radio, televiziju i audiovizuelne medijske usluge. Oni su tehnološka i komunikaciona platforma na kojoj milioni korisnika objavljuju i izmjenjuju 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 dio populacije.

Prije nego što pokažemo kako je odgovornost onih koji učestvuju u činu potrošnje medijskih sadržaja zamijenila odgovornost medijskih producenata koji učestvuju u produkciji medijskih sadržaja moramo razumjeti što je to u medijskom djelovanju što utiče na način kako ljudi razumiju svijet u kojem žive.

Mediji imaju važnu ulogu u procesu stvaranja i legitimisanja dominantnih pogleda na svijet. Oni su, kako to običajno ističu kritički medijski pedagozi, ključan instrument u „radikalnom demokratskom projektu“ stvaranja kritičkih javnih prostora mišljenja i djelovanja informiranih i društveno aktivnih državljana. Mediji ne određuju samo teme o kojima će se raspravljati u javnosti nego prije svega nude njihove prihvatljive interpretacije – obrazlažu nam zašto i kako se nešto dogodilo. Realni svijet je previše komplikovan i nedokučiv za neposredno iskustvo. Za razumijevanje svih dimenzija problema, svih različitih pogleda i nebrojenih interpretacija sami nemamo dovoljno znanja. Pa ipak smo u takvom okruženju prisiljeni djelovati, rekonstruisati ga, i s određenim pojednostavljenim modelom interpretacije i razumjeti ga. „Ako želimo putovati svijetom, 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 razumijemo i događaje, koji se svakodnevno događaju oko nas. Mediji su sakupljači i razlagачi događaja koje sami nijesmo iskusili i o kojima u najvećem broju slučajeva nemamo oblikovano mišljenje ili stavove. Na medije gledamo kao na vjerodostojne izvore informacija, kao na hroničare događaja, kao garante da se ono o čemu izvještavaju stvarno dogodilo. Mediji svoju kredibilnost grade na tome da su za nas najvažniji nezavisni izvor informacija i interpretacija. Većina ljudi kredibilnost sadržaja informacije ocjenjuje po izvoru – na temelju toga ko

nam govori ocjenjujemo vjerodostojnost onoga što je bilo rečeno. Zato na djelovanje medija ne možemo gledati kao na bilo koju drugu poslovnu djelatnost.

Masovni mediji (prije svega radio i televizija) izuzetno su važna istorijska institucija 20. vijeka. 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 cjelinu – medijsku zajednicu. Masovni mediji i masovna publika su bili ključni i za poslijeratne 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 uvijek je) za očuvanje određenog organizacijskog i produkcijskog modela karakterističnog za poslijeratni svijet neprocjenjiva.

Od polovine 20. vijeka nadalje do tada prevladavajući bipolarni medijski sistem (moćan javni servis i počeci komercijalnih RTV programa) počeo se mijenjati. 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 vijeka nacionalne države počele su dodjeljivati koncesije za emitovanje sve većeg broja komercijalnih RTV programa kojima je nacionalno tržište uskoro postalo tijesno. Nacionalni mediji su se u pojedinim državama morali takmičiti s globalnim (prije svega američkim korporacijama), a medijskom prostoru trebalo je sve više i 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 donijela veliki broj čitalaca, ali je dugoročno uništila tržište i odgojila publiku koja nije više bila spremna da plaća za novinarske sadržaje. Koncentracija medija odvijala se takvim tempom da je sve veći broj medijskih preduzeća promijenilo vlasnika i postalo dio velikih medijskih konglomerata. Nacionalni i nadnacionalni zakonodavci (EU) nijesu na to imali efikasan odgovor. Deklarativno zauzimanje za pluralizam medija nijesu pratili učinkoviti mehanizmi koji bi ga u praksi i osiguravali. Države u regiji jugoistočne Evrope su nakon promjene socijalističkog društvenog sistema početkom 90-ih godina prošlog vijeka stupile u globalni medijski svijet na koji nijesu bile spremne. Od neuspjelih privatizacija, neefikasnog 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 posljednji kamen u mozaiku medijske krize. U tom kontekstu je ideja medijske pismenosti odnosno jačanje kritičke uloge „medijskih potrošača“² postala dio političke agende većine država. Međutim, nikada nije bilo jasno kako tu ideju ostvariti u praksi. Traženje mogućih modela koji bi djelovali u praksi bilo je prepušteno civilnom društvu. To traženje traje i danas.

3. Kriza sistema koji se odupire reformi

Američki novinar i urednik Aleks Džons (Alex Jones) je u knjizi *Losing The News* (2009) analizirao posljedice ekonomske krize na medije i novinarstvo. Opisao je ekonomski model na kojem počiva medijska industrija i pokazao da je prodajni i oglašivački model koji je osiguravao novac za djelovanje 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 udjela 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 morati novinari potražiti nove izvore finansiranja – prije svega za pokrivanje važnih tema, tema bez kojih ne možemo zamisliti 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 vijeka 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 uticati na zakonodavca da zaštiti njihov položaj na tržištu i ograniči djelovanje internet konkurenata. Novinari se nadaju da će nakon krize možda dobiti boljeg vlasnika (obično govore o „strateškom vlasniku“) ili pak razmišljaju o preuzimanju

2 U našem tekstu koristimo različite pojmove kada razmatramo odnose u komunikacionom procesu. Pojam medijski potrošači odnosi se na publiku u komercijalnom komunikacionom sistemu, pojam medijski korisnici na korisnike usluga različitih informacionih platformi i tehnologija. A javni mediji bi morali po definiciji svoju publiku posmatrati kao građane.

medija u kojem rade ili ustanovljavanju svoje medijske fabrike. A ni jedni ni drugi uglavnom ne razmišljaju o tome kako vratiti publiku, kako građanima objasniti 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 usmjeravanjem priliva oglašivačkog novca uticali na uspjeh ili propast određenog medijskog preduzeća. Za nove korporativne medijske vlasnike novinarski rad je bio važan dok im je pomagao da prodaju oglase i stvaraju profit. Zahtjevi vlasnika za sve veći profit medija pratili su ukidanje skupih i tržišno nezanimljivih redakcija koje dioničarima nijesu donosile prihode. Komerijalizaciju 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 posljedice koje narušavaju slobodu izražavanja. Krizu su počeli osjećati i medijski vlasnici u trenutku kad su tradicionalni oglašivači ustanovili da mediji nijesu više najbolja platforma za posredovanje oglasnih poruka. Internet oglasi, elektronske društvene mreže, pretraživači i agregatori vijesti su za znatno niže cijene oglasa nudili oglašivačima daleko bolji prodajni učinak. Google, Facebook, Amazon i drugi vlasnici komunikacionih platformi svoje korisnike poznavali su daleko bolje nego mediji. Oni su pratili svaki njihov klik, svako otkucano geslo 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 posljedice „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 nijesu 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 posljedice katastrofalne za novinarstvo.

Medijsku fabriku tokom većeg dijela 20. vijeka pratila je standardizacija novinarskog rada i medijskih sadržaja. Dok je na pokretnoj traci gledao proizvodnju svog prvog auta namjenjenog masovnoj potrošnji, Henri Ford (Henry Ford) je

izjavio: „Model T zahtijeva 7882 operacija, ali samo 12 posto je takvih koji zahtijevaju snažne, spretne i fizički potpuno zdrave ljude. Za ostale operacije, kao što možemo vidjeti, 670 njih mogu obaviti ljudi bez obje noge, 2637 ljudi bez jedne noge, dvije operacije mogu raditi ljudi bez obje ruke, 715 ljudi samo s jednom rukom i deset operacija mogu obaviti slijepci“ (Ford, 1923: 109). Univerzalne fabrike masovne produkcije namijenjene odmasovljenoj potrošnji izolovanih pojedinaca temelje na još većoj standardizaciji rada koju obavljaju algoritmi. Trenutak u kojem osnivač univerzalne fabrike (recimo Google) preuzme poslove tradicionalne fabrike vijesti predstavlja poseban istorijski ciklus koji 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 izbjeći prokletstvo starogrčkog boga Kronosa, upozorava Vu. Kronos se je bojava proročanstva po kojem će ga jedno od njegove djece zbaciti s prijestola vrhovnog boga. Zato je odmah nakon njihovog rođenja pojeo svoju tek rođenu djecu dok mu nije pobjegao 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 zaustaviti razvoj radija. Radijskim vlasnicima je za nekoliko decenija uspjelo da ograniče razvoj televizije u radio sa slikama.

U takav ciklus su se u posljednjoj deceniji zaplela medijska i telekomunikaciona industrija koje pokušavaju na sve načine ograničiti uticaj interneta. Španski i njemački izdavači su Googlu zabranili da u uslugu Google News bez nadoknade uključe sadržaje novina i magazina. Književni izdavači su zahtijevali da Google zbog kršenja autorskog prava mora zaustaviti projekat skeniranja knjiga Google Books u kojem je bilo digitalizovanih nekoliko miliona književnih naslova. Vlasnici telekomunikacione infrastrukture – nacionalni telekomi, kablovski i drugi telekomunikacioni operateri – pokušavaju s kršenjem načela internet neutralnosti ograničiti internet preduzeća (prije svega Netflix) koji na njihovoj infrastrukturi nude konkurentne internet usluge: trgovinu, 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 kuratori 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 zahtijevaju daleko usklađeniji radni proces nego što je to bilo karakteristično za nekadašnje medijske fabrike. Umjesto živih ljudi te kompleksne procese preuzimaju

algoritmi i roboti kojima ritam rada određuju sve brži kompjuterski procesori. Google 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, polno usmjerenje i političko uvjerenje. Kada upravljamo ličnim profilom na Facebooku, kada biramo video snimke na YouTubeu ili dodajemo slike na Instagram, sve vrijeme puštamo svoje tragove koje vlasnici platformi sakupljaju i prodaju. U slučaju medijske industrije su njihove publike bile valuta koja se prodavala oglašivačima, a za vlasnike platformi su valuta postali naši lični podaci. Taj proces nije jednosmjernan. Korisnici usluga koji nude platforme počinju prilagođavati svoje ponašanje (npr. odabir informacija) ponudi koju oblikuju algoritmi, čije djelovanje 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 smijemo 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, uvjerenje da samo efikasnim korišćenjem informacionog oruđa zadržavamo visok ekonomski rast i rješavamo neke od najvećih problema čovječanstva (klimatske promjene, pretjerano eksploataciju prirodnih izvora, siromaštvo...), a bez radikalnog razmišljanja o održivosti sadašnjeg društvenog uređenja.

Erik Brajnolfson i Endru Mkafi (Erik Brynjolfsson i Andrew McAfee) (2016) uvjereni su da će pametne mašine već u prvom talasu automatizacije nadomjestiti brojne poslove u kojima danas radi gotovo polovina svih zaposlenih. Pomislite na samovozeće automobile. Zaposleni u tzv. kreativnoj industriji uvjereni su da su njihova radna mjesta sigurna. Algoritmi su najefikasniji upravo na poslovima gdje se obavljaju logički i strukturirani procesi analize podataka: računovodstvo, prevođenje, pisanje žanrovskih tekstova i muzike, medicinska dijagnostika. Algoritmi u novinarstvu proizvode standardizovane novinarske tekstove koji su već duže vrijeme realnost i u nealgoritamskom novinarstvu. Najteže će biti zamijeniti radna mjesta 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 mjesta moraće se promijeniti. Brajnolfson i Mekafi umjesto katastrofalnih ocjena stanja daju prijedloge kako koristiti tehnologije za blagostanje cijelog čovječanstva. Ne zaboravimo činjenicu koja se kao nit vodilja provlači kroz cijeli naš tekst: najveći dio kolača (novca) dobiće vlasnici pametnih mašina – algoritama i elektronskih platformi, što posljedično znači povećavanje (ne i smanjenje) društvene nejednakosti i jačanje društvene i političke moći malobrojnih. U današnje

vrijeme više nego bilo kada važi da onaj koji ima nadzor nad komunikacionim kanalima, ima nadzor nad time što putuje po tim kanalima i nadzor nad time što korisnici tih kanala troše.

Informaciona i komunikaciona prava državljana, sloboda izražavanja, slobodan pristup informacijama i zaštita privatnosti zahtijevaju aktivnu ulogu države. Bez tih prava teško je zamisliti aktivnog građanina i aktivizam usmjeren u pozitivne društvene promjene. Politička i ekonomska istorija moderne države pokazuju da porast elektronskog nadzora nije moguće razumjeti 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 posljednje dvije 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 Facebooka, koji se u posljednje vrijeme mora javno opravdavati zbog zloupotreba usluga koje nudi njegova korporacija. U svim njegovim tekstovima je riječ zajednica (community) ključna. Facebook je omogućio nastajanje najveće komunikacione ljudske zajednice u istoriji. Facebook omogućava milijardi ljudi da čini komunikacionu zajednicu. Postavljena je teza da je nemoguće zbog malog broja onih koji zloupotrebljavaju usluge Facebooka kazniti milijardu drugih kojima je njegova tehnologija najvažniji informaciono-komunikacioni kanal. Tvrdnja da država ne smije posezati u slobodu izražavanja blizu je konceptu regulacije mekanog dodira (*soft touch regulation*), a takav pristup su od 90-ih godina prošlog vijeka zagovarali vlasnici televizijskih programa. Svi oni vjeruju 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 primjer, EU – ne može nadzirati. I upravo zbog toga je medijska i informaciona pismenost ključna. Moramo znati kako informacione i komunikacione platforme djeluju, moramo znati kako djeluje algoritam i moramo znati ko kontroliše komunikacije. Biti medijski i informaciono pismen nije samo odgovornost svakog od nas, nego je to prije svega odgovornost javne politike.

4. Kult informacije

Pojam informacije je posljednjih dvadeset godina postao neizbježan 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 vrijednosti 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 ustanoviti kako komunikacija sistemu pomaže da djeluje. „Informacijom se naziva sadržaj onoga što razmjenjujemo sa spoljnim svijetom, dok mu se prilagođavamo i dok utičemo na njega svojim prilagođavanjem“ (Wiener, 1973: 32). Viner su zanimali komplikovani fiziološki kontrolni mehanizmi koji u tijelu održavaju osjetljivo stanje homeostaze. Ti fiziološki mehanizmi su za njega bili nekakvi informacioni sistemi koji su djelovali po sistemu povratne sprege. Kibernetika je u 60-im i 70-im godinama prošloga vijeka postala izuzetno zanimljiva za studente računarstva, naučnike koji su razvijali vještačku inteligenciju i pionire kibernetičke kulture koji su u „informacionoj mašini“ vidjeli 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 svijetom. Zabrinjavala ga je mogućnost da vještačku 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 svijet. Kapitalizam je upoređivao s društvenom igrom monopol, u kojoj na kraju igre uvijek pobijedi 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 nijesu neutralni, kaže Viner u posljednjem poglavlju knjige *Cybernetics* (1965). Objavljuje da novine ne možemo prodati bez određene doze religije, pseudoznanosti i pornografije. Na radijske programe utiču istraživanja slušanosti, analize potrošnje i istraživanja javnog mnjenja pomoću kojih vlasnik medija

želi doznati uolikoj mjeri 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 namjerno prećutan. Želimo li razumjeti to ko razbija homeostazu u društvu, moramo se najprije upitati ko ima kontrolu nad sredstvima s 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 zamjenjuju 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 promijeni. 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 djelovati 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 donijeti 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 prije 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 dragocjenu 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 nijesmo proučili zakone njihovog djelovanja i uvjerali se da će postupati prema principima koji su nam prihvatljivi. (...) Čovjek koji ovoga nije svjestan, 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 vjetar da bi je vidio kako se vraća s olujom“ (Wiener, 1973: 238).

Radnici su organizovanom borbom morali prisiliti 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 katalogizirali među „nenormalne“, za svoja politička i ljudska prava morali su se izboriti tokom decenijske ili vjekovne borbe za ravnopravnost. Zagađenje okoline je dugo bilo neizbježan pratilac industrijalizacije dok ga nijesu 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. Zahtijevati

pravo na vjerodostojne medije koji služe javnosti i omogućavaju svima dostup do informacija 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.

5. Medijska i informaciona pismenost – odgovornost države

Medijsku i informacionu pismenost smo za potrebe našeg istraživanja definisali kao „kognitivne, tehničke i socijalne vještine i sposobnosti građana za pristupanje, kritičko ocjenjivanje, korišćenje i doprinošenje informacija i medijskog sadržaja putem tradicionalnih i digitalnih informacionih i medijskih platformi i tehnologija, uz razumijevanje kako te platforme i tehnologije djeluju, kako da prilikom njihovog korišćenja upravljaju vlastitim pravima i poštuju prava drugih, kako da prepoznaju i izbjegnu štetne sadržaje i usluge, zbog toga da svrsishodno koriste informacije, medijske sadržaje i platforme da bi 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 sintetizovati sve, po našem mišljenju, ključne elemente koji na cjelovit 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 sektora, uloge javnih medija, do odnosa đaka i nastavnika u kontekstu efikasnosti važećih obrazovnih modela medijske pismenosti. Jasno je da ni u jednoj državi ne postoji sistematska 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 provjeravati da li konkretni pokušaji opismenjavanja stvarno djeluju. U većini slučajeva odgovornost za medijsko opismenjevanje građana pripisuje se obrazovnom sistemu, civilnom društvu i regulatorima medija, a rijetki su primjeri da se u cjelokupan 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 učinkovite 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 dio opšte pismenosti kojoj je cilj pismeni građanin.

U vrijeme kad je medijski prostor postao nepregledna mreža različitih izvora informacija, za svakog od nas je najvažnije razviti sposobnost odabira onih koje su vjerodostojne, istinite i koje nam pomažu da razumijemo probleme koji utiču na naše razumijevanje svijeta. U toj kakofoniji sadržaja mediji su postali samo jedan od izvora informacija i za mnoge ne i najvažniji. Već duže vrijeme politika institucija Evropske unije na medijskom području umjesto ozbiljnih reformi i sistemskih mjera koje bi vratile povjerenje ljudi u medije i institucije nudi medijsku pismenost kao mjeru koja ublažava probleme prouzrokovane neodgovornim djelovanjem medija i komunikacionih platformi. Ako ljudi žele znati koji medij je vrijedan njihovog povjerenja (a koji to nije), moraju postati medijski pismeni. Umjesto da se od medija zahtijeva 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 djelovanje medija nema gotovo nikakvog uticaja. Problem je u tome da 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 razumijevanja teksta i da razumiju ono što su pročitali. Iza toga stoji cjelokupan obrazovni sistem koji ima na raspolaganju brojne mehanizme provjeravanja 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 cjelini ima mogućnost to da popravi. U slučaju medijske pismenosti niko ne preuzima odgovornost za to da je većina populacije medijski i informaciono nepismena. Medijska industrija koja proizvodi sadržaje i koja je dio 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 redosljed 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. Misli da je moguće taj problem riješiti tako da medijski opismenimo što veći broj ljudi je naivno. Cjelokupan medijski sistem mora postati „pismen“. Koncept medijske politike kao javne politike nije ideološko neutralan. Medijska pismenost ne može biti

potpora sistemu. U osnovi medijska pismenost uči ljude da kritički razumiju kako djeluje medijska industrija odnosno kako djeluju komunikacione platforme. Zato ćemo, pozivajući se na autore i autorke koji govore o kritičkoj medijskoj pedagogiji, pokazati u kojem smjeru se mora razvijati cjelokupni sistem opismenjavanja.

Na temelju teoretskog pristupa kojeg je razvila Iris Marion Jang (Iris Marion Young) u raspravi o multikulturalizmu možemo uvidjeti koji je mogući smjer 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 zahtjev za širim razumijevanjem 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 cijenu 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 djelovanja medija. Mediji informišu i formiraju svoju publiku. Određuju ko govori i o kome se govori i definišu koji je prihvatljiv pogled na svijet, a koji nije.

Mediji su važan i često pogrešno i krivo shvaćen izvor kritičke pedagogije. Uče nas kako se ponašati, kako (i o čemu) razmišljati, što osjećati, čemu vjerovati, čega se plašiti i što željeti – odnosno uče nas i o tome što sve ne smijemo raditi. Mediji su oblik neformalnog „obrazovnog sistema“ (društveni kurikulum) koji nas uči kako biti muškarac ili žena, kako se obući, kakvu sliku o sebi predstavljati u javnosti, kako trošiti, kako se odazivati na pripadnike drugih i drugačijih društvenih grupa, kako biti popularni i uspješni te kako izbjeći neuspjeh, kako se prilagoditi društvenim normama i vrijednostima, praksama i zahtjevima institucija. Medijski spektakli pokazuju ko ima moć u društvu i ko te moći nema. Pokazuju kome je dozvoljeno da koristi silu i nasilje i kome ne. Mediji legitimišu poziciju onih koji imaju moć i ogoļjuju nemoć onih koji tu moć nemaju (Kellner, 2003: 11).

Kritička pedagogija (kao i kritička medijska pedagogija) od pedagoga zahtijeva da razvijaju koncepte kritičkog državljanstva, da razvijaju novi riječnik, da su svjesni 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, prije svega u radovima Daglasa Kelnera (1995, 2003). Polazimo od pretpostavke da refleksija medijske moći ne može biti samo

pravo (ili dužnost) građana, nego mora biti prije svega dužnost samih medija. Na isti način mora i sama medijska pedagogija reflektovati svoju vlastitu poziciju moći u dijelu kojeg nazivamo „medijsko učenje“.

Sticanje znanja i vještina medijske pismenosti je zato, prema Kelneru, važan izvor savladavanja preobilja informacijskog okruženja. Naučiti čitati i pisati, kritički razmišljati i oduprijeti 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 svjestan medijskih manipulacija i ograničenosti medijske ponude ne mijenja 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 mjeriti s moći samog medija. A u slučaju društvenih mreža je sposobnost kritičkog odabira vjerodostojnih sadržaja i odgovornost u javnoj komunikaciji ključan dio pismenosti.

Kritička medijska i informaciona pismenost mora senzibilizovati 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 mijenjanja. Medijska i informaciona pismenost nije samo prepoznavanje postojanja različitih oblika medijskih praksi ili manipulacija, nego je oruđe za njihovo aktivno mijenjanje i stvaranje takvog polja javne komunikacije u kojem se poštuju i razvijaju načela pluralizma, integriteta, vjerodostojnosti 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 čitati, analizirati i dekodirati medijske tekstove, kako koristiti 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). Kritična medijska pedagogija i aktivizam zahtijevaju 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 vjerodostojnost 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 svojevrsno preplitanje aktivističkog i analitičkog pristupa. Pokušaji jasnog definisanja medijske i informacione pismenosti kao analitičkog oruđa za razumijevanje djelovanja medijske industrije su u velikoj mjeri usredsređeni na oblikovanje aktivističkog odnosa pojedinaca prema medijskoj potrošnji.

Naravno da je koncept „otvoren“ i da je o njemu moguće govoriti prije svega na deskriptivnom nivou – kroz poređenja različitih (uglavnom već postojećih) praksi. Naše istraživanje je prije 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 promijeniti u koherentnu javnu politiku koja će imati jasne ciljeve, jasne aktere i jasne pokazatelje uspješnosti djelovanja.

Najgore što se može desiti je da medijska i informaciona pismenost postane nekakav „trojanski konj“ liberalne politike koja prava ljudi relativizira na mogućnost odabira različitih identitetskih oblika medijske potrošnje. Kritičko razumijevanje i medijski pismen odnos prema medijima i medijskim sadržajima je u takvom relativizmu tek jedna od mogućnosti koje izaberemo kao građani. A što je druga mogućnost odabira? Medijska nepismenost i osuđenost na nekritičko prihvaćanje medijskih manipulacija? Smije 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 mjehure (*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. izbjeglice). Kao odgovor na poplavu dezinformacija i manipulacija nudi se koncept pismenog medijskog potrošača koji se sam mora snaći i pravilno razabrati vjerodostojne informacije od laži. Veliki

dio informacija ljudi pronalaze na platformama koje sadašnje zakonodavstvo uopšte ne definiše kao medije. Lični podaci su postali valuta kojom trguju velika telekomunikaciona preduzeća u zamjenu za pristup platformama u njihovom vlasništvu. Medijski pluralizam sveden je na neograničenu mogućnost odabira istog. Medijske monokulture imaju drastične posljedice na društvenim mrežama. Zatvaranje u informacione mjehure stvara komunikacioni prostor u kojem ljudi koji isto misle komuniciraju međusobno i dodatno se radikaliziraju. Došli smo do trenutka kad se kao učesnici u komunikaciji ne možemo složiti ni oko toga što su činjenice. Relativizacija istine, relativizacija prava građana i na kraju krajeva relativizacija demokratije mogu imati strašne posljedice na budućnost svih nas. Medijska i informaciona pismenost nije čudesna formula koja može riješiti sve nagomilane probleme. Ali je svakako prvi korak ka tome da priznamo da imamo problem i da ga je potrebno riješiti. Pristajanje na potpuni kulturni relativizam, kao što kaže Edvard Vilson (Edward O. Wilson), onemogućava traženje odgovora na pitanje što 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 dječji rad? (Wilson, 1999: 201) Nauka nije samo jedan od pogleda na svijet, 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 za postizanjem saglasnosti oko temeljnih pitanja koje 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 monolitni tržišni prostor u kojem 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 promijeniti 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 zahtjev da mediji i komunikacione platforme djeluju u javnom interesu (Sen, 2006 i Nussbaum, 2006).

6. O ovom regionalnom istraživanju

Regionalno istraživanje, namijenjeno mapiranju i boljem razumijevanju 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 upućivanje na medijsku i informacionu pismenost u mnogim aktuelnim dokumentima evropskih institucija i organizacija, gdje 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.³

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, Savjet Evrope, Organizacija za evropsku bezbjednost i saradnju i drugi. Oni sarađuju s vladama i nevladinim organizacijama te podstiču prenos znanja, a često djeluju i kao donatori finansijskih sredstava za djelovanje na ovom području. Pregovori i pripreme za članstvo u Evropskoj uniji postavljaju politički okvir i utiču na bavljenje pitanjem medijske pismenosti u državama naše regije kroz prenos direktive Evropske unije o audiovizuelnim medijskim uslugama i zahtjeve u vezi s medijskom pismenošću koji se pojavljuju u tom propisu i drugim dokumentima Evropske unije te se prenose u nacionalno zakonodavstvo. Međunarodni akteri mobilišu domaće u regionu i nude značajnu podršku, naročito aktivnostima za zaštitu djece na internetu.

Naše istraživanje nastalo je u razdoblju kad se dosadašnji koncept medijske pismenosti raširio i sve češće obuhvata i informacionu pismenost, a nekad mu se dodaju i pojmovi digitalna pismenost, odnosno vještina pretraživanja, analiziranja i upravljanja podacima (*data literacy*) itd. Zato je prvi korak u našem istraživanju bilo usaglašavanje definicije medijske i informacione pismenosti koju smo primjenjivali u nastavku istraživanja i koja je bila osnova za druge kora-

3 Takvo referiranje na medijsku i informacionu pismenost prisutno je, naprimjer, u izvještaju grupe stručnjaka koju je imenovala Evropska komisija radi izrade analize i prijedloga mjera medijske politike za suprotstavljanje "lažnim vijestima i dezinformacijama na internetu". Izvještaj "Višedimenzionalni pristup problemu dezinformacija" (European Commission, 2018) objavljen je u martu 2018. godine. Istovremeno je Odbor ministara Vijeća Evrope prihvatio Preporuke državama članicama u vezi sa medijskim pluralizmom i transparentnošću (Council of Europe, 2018), u kojem navodi i niz mjera na području medijske pismenosti i obrazovanja koje države trebaju poduzeti da bi uspostavile medijski pluralizam i transparentnost.

ke u istraživanju. Slijedio 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 tog prvog dijela istraživanja bili su mapiranje glavnih aktera i glavnih inicijativa, projekata i akcija koje podstiču medijsku i informacionu pismenost u pet država obuhvaćenih istraživanjem.

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; web stranice, platforme i portale namijenjene 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, te biblioteke.

Glavne projekte, inicijative i akcije na području promocije i razvoja medijske i informacione pismenosti takođe smo 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, kojeg je 2016. godine sproveo Evropski opservatorijum za audiovizuelne medije u okviru Savjeta Evrope. Djelimično smo ga prilagodili i uspostavili pet kategorija vještina i sposobnosti kojima doprinosi ili ih podstiče akcija ili projekat kojeg evidentiramo. Radi se o sljedećih pet vještina: vještina traženja i korišćenja informacija, medijskog sadržaja i usluga preko tradicionalnih i digitalnih medijskih i informacionih platformi i tehnologija; vještina kreiranja, produkcije i objavljivanja medijskih sadržaja i informacija u različitim formatima i promišljeno; vještina kritičkog mišljenja, vrednovanja i razumijevanja medija i informacija; osviješćenost i angažovanost u vezi sa zaštitom prava, sloboda i jednakosti; te sposobnost učešća i interakcije. Detaljno smo bilježili podatke o najvažnijim akcijama i inicijativama za promociju i razvoj medijske i informacione pismenosti – o tome koju vještinu podstiče, u okviru kojeg 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 regije tj. akcije koje se sprovode u više država ili uključuju aktere iz više država naše regije.

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 učestvuju u njima su iz tog sektora. Slijede organi vlasti/državni organi i institucije formalnog obrazovnog sistema, akteri iz akademske i istraživačke zajednice te web stranice, platforme i portali, namijenjeni različitim elementima medijske i informacione pismenosti. Manje aktivni su akteri iz medijske i filmske industrije te industrije informaciono-komunikacione tehnologije, a takođe i biblioteke. Nacionalna biblioteka se pojavljuje kao važan akter u Crnoj Gori, u manjoj mjeri u Albaniji te u Srbiji gdje 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 namijenjena đacima i studentima, prije svega đacima srednjih škola. Najveći broj tih inicijativa i akcija podsticao je vještinu traženja i korišćenja informacija, medijskog sadržaja i usluga, zatim vještinu kritičkog mišljenja, vrednovanja i razumijevanja medija i informacija te sposobnost učešća i interakcije. Manje su zastupljene akcije i inicijative koje podstiču vještine kreiranja, produkcije i objavljivanja medijskih sadržaja i informacija.

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

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

	1	2	3	4	5
Albanija	Elementi MIP u školskom kurikulumu	Aktivnosti regulatora – Agencije za audiovizuelne medije – javne rasprave, rad s univerzitetima	Istraživanja, rasprave i zagovaračke akcije Albanskog medijskog instituta o MIP	Inicijativa za sigurniji internet	Web stranica Faktoje za provjeravanje činjenica
Bosna i Hercegovina	Projekat „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	Projekat „Izgradnja povjerenja u medije u državama jugoistočne Evrope i Turskoj“ pod vođstvom Instituta za društvena istraživanja	Web stranica Raskrinkavanje za provjeravanje činjenica i kritičku analizu medijskih sadržaja	Aktivnosti regulatora – Regulatorne agencije za komunikacije – studije, raprave, kampanje, smjernice
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

	1	2	3	4	5
Makedonija	Mreža za medijsku pismenost koja povezuje skoro 40 aktera, pod okriljem regulatora – Agencije za audio i audiovizuelne medijske usluge	Makedox – Putujući bioskop, omladinski lokalni filmski klubovi, priručnici i radionice o dokumentarnom filmu za učitelje i učenike	Vistinomer – web stranica za provjeravanje činjenica	Medium – prilog dnevnog lista Nova Makedonija kojeg pripremaju učenici srednjih škola, web stranica Medium, medijski kamp i medijske laboratorije 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
Srbija	Projekat „Digitalni pogon“ (Creative Drive) sa seminarima za učitelje i bibliotekare, ljetnjim 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 radi strateškog pristupa i zakonskih rješenja 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 akcijskom 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 zavise 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 razdoblju od 2016. do 2018. podsticala javnu raspravu i konsultacije o strategijama razvoja medijske i informacione pismenosti u državama regije 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 u novije doba povezuju se akteri koji znanje na području digitalnih medija i tehnologija prepliću s nastojanjima za jačanje demokratije, građanske svijesti i participacije. Jedna od takvih trajnih inicijativa je godišnja konferencija POINT u Sarajevu koja je 2018. godine održana po sedmi put.

U drugom dijelu našeg regionalnog istraživanja sprovedena su manja tematska empirijska istraživanja o različitim segmentima u svakoj državi koje je bilo potrebno dodatno osvijetliti za bolje razumijevanje stanja i podsticanje strateškog i praktičnog djelovanja na razvoju medijske i informacione pismenosti. U Crnoj Gori i Srbiji istraživači su se posvetili obrazovnom sistemu te proučili odnos učenika i nastavnika prema uvođenju i izvođenju nastave izbornog predmeta o medijskoj pismenosti u gimnazijama. U Bosni i Hercegovini tematsko istraživanje bilo je usmjereno na analizu djelovanja civilnog sektora na razvoj medijske i informacione pismenosti. U Makedoniji je fokus bio na zakonskoj obavezi javnog RTV servisa da proizvodi i emituje programske sadržaje o medijskoj pismenosti, stanju u praksi i poređenju s djelovanjem dva javna RTV servisa u drugim evropskim državama (Velikoj Britaniji i Belgiji). U Albaniji je sprovedena analiza djelovanja različitih organa i institucija javnog sektora na promociji i razvoju medijske pismenosti.

7. Strateški rad i aktivnosti državnih organa

Medijska i informaciona pismenost nije izričito, rasprostranjeno i ustaljeno ugrađena kao cilj u strateška dokumenta, javne politike i zakonodavstvo u državama regije 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 u strateškim dokumentima i javnim politikama na području obrazovanja i informacionog društva naglašeno se kao cilj ističe razvoj digitalne informacione infrastrukture i tehničkih vještina

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 direktno spominje u strategijama javnog informisanja i obrazovanja, a u Makedoniji je u Zakonu o audio i audiovizuelnim medijskim uslugama 2013. godine uvedena obaveza regulatora (Agencije za audio i audiovizualne medijske usluge) da promoviše medijsku pismenost te javnog emitera *MRT* da emituje programske sadržaje koji podstiču medijsku pismenost. No, ni strateški ciljevi ni zakonske obaveze nijesu u cjelini ispunjeni.

Primjetni su aktuelni pozitivni pomaci i neposredni podsticaji državnim organima u skoro svim državama koje smo analizirali da pristupe donošenju nacionalne strategije razvoja medijske i informacione pismenosti. U te aktivnosti uključuju se i u njima povezuju državni organi i javne institucije iz više sektora (npr. kultura i mediji, informaciono društvo, obrazovanje), a takođe i akteri iz civilnog društva, biblioteka, akademija i drugih. U Bosni i Hercegovini razvoj strategije preuzelo je Ministarstvo za civilne poslove pod uticajem regionalnog projekta „Izgradnja povjerenja u medije“ i sistematskog rada Instituta za društvena istraživanja. U Crnoj Gori nacrt strategije za razvoj medijske i informacione pismenosti pripremila je 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 rješenja 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 rješenja i mjera, a mogu i usahnuti usljed nedostatka političke podrške i angažmana vodećih struktura u državnim organima. Entuzijizam 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 svijesti o nužnosti angažovanja i pomaka koje je moguće postići, ali je za sistematski i dugoročan rad potrebno da takav pojedinačni i osamljeni angažman postane državna politika, ugrađena u zakone i institucije. Naše istraživanje pokazalo je da regulatori elektronskih medija odnosno audiovizuelnih medijskih usluga, kao što su regulatorne agencije u Makedoniji, Bosni i Hercegovini i Crnoj Gori, a djelimično 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 cjelovitog i usklađenog djelovanja na ovom području. To je pokazao primjer regulatora u Makedoniji koji se u toj državi, ali i u cijelom regionu ističe kao primjer što može uraditi regulator 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 djelovanja na podizanju svijesti i analizama stanja medijske pismenosti, tamošnja agencija za audio i

audiovizuelne medije pokrenula je i koordinira mrežu skoro 40 aktera – institucija i organizacija koje djeluju na području medijske i informacione pismenosti u Makedoniji.

Podsticaj državama da razviju koordiniranu politiku medijske pismenosti i operacionalizaciju kroz akcijske planove uz osiguravanje finansijskih i drugih sredstava sadržan je u preporukama Savjeta Evrope o medijskom pluralizmu, koje je Odbor ministara Savjeta Evrope prihvatio 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 razmjenjuju dobre prakse. Savjet Evrope ujedno preporučuje uvođenje nastave medijske pismenosti u obrazovni sistem na svim nivoima i kao dio cjeloživotnog učenja, te organizaciju redovne obuke za učitelje i razvoj adekvatnih nastavnih sredstava (Council of Europe, 2018).

8. 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 mehanizama i aktivnog građanstva.

Organizacije civilnog društva u više država regiona tu stratešku ulogu i potencijal obrazovnog sistema prepoznale su 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, organizujući obuku za učitelje (u Makedoniji je tako obučeno oko 1000 učitelja), pripremajući udžbenike itd. Obje inicijative propale su usljed promjena i nestabilnosti u strukturi i političkoj podršci takvim naporima u državnim organima.

Nakon skoro deset godina u tim državama u školama nema predmeta medijske pismenosti, tek neki aspekti medijske i informacione pismenosti sporadično su prisutni u više drugih školskih predmeta (materinji jezik, građansko vaspitanje itd.). Istovremeno su u obrazovni sistem integrisani predmeti koji stavljaju naglasak na tehničke vještine korišćenja informacionih i komunikacionih tehnologija, ali i na tom području nedovoljna opremljenost škola s digitalnim

tehnologijama i obučenosť učitelja za njihovu primjenu onemogućava sveobuhvatnu ulogu škola u razvoju digitalne pismenosti učenika.

S druge strane, u Crnoj Gori kroz saradnju civilnog društva, međunarodnih organizacija i državnih institucija u okviru tadašnje reforme obrazovanja i nastojanja da se obrazovni sistem decentralizuje i unaprijedi, 2008. godine uveden je predmet Medijska pismenost kao jednogodišnji izborni predmet u drugom ili trećem razredu gimnazije. No i s takvim ograničenim dometom taj predmet isključivo namijenjen medijskoj pismenosti u školskim sistemima u regionu prisutan je samo u Crnoj Gori. Izuzetak je još Slovenija, koja već više od dvije decenije učenicima posljednja tri razreda osnovne škole nudi mogućnost da pohađaju nastavu izbornog predmeta „medijsko vaspitanje“.

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

Empirijska istraživanja koja smo u Srbiji i Crnoj Gori sproveli u okviru našeg projekta kroz intervjue, fokus grupe i ankete s učenicima i prosvjetnim radnicima, pokazala su da samo uvođenje školskog predmeta nije dovoljno za uspjeh takve školske reforme. Bez adekvatnih priprema i obučavanja učitelja koje mora biti kvalitetno i kontinuirano, te bez kvalitetnih udžbenika, dostupnosti tehničke opreme i didaktičkih sredstava nije moguće postići ciljeve uvođenja predmeta. U Crnoj Gori se tokom deset godina broj učenika koji pohađaju izborni predmet Medijska pismenost prepolovio. Od 20 gimnazija u toj državi, njih 11 je do sada realizovalo taj predmet, ali 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 dosljednost i nadgradnja početnih osnova, sistematski pristup obuci i izboru nastavnika, osiguravanje tehničke podrške i opreme, izrada udžbenika umjesto početnih nastavnih materijala i moguće uvođenje gostovanja spoljnjeg stručnog kadra u nastavi. Takođe je premalo urađeno na promociji samog predmeta u školama i u javnosti; za to ni državne institucije ni mediji nijesu pokazale interes.

U Srbiji je naše istraživanje pokazalo zabrinutost nastavnika zbog nedovoljno informacija i pripreme za uvođenje novog izbornog programa Jezik, mediji i kultura u gimnazije. Istovremeno su istakli da su upravo prosvjetni radnici zbog neinformisanosti i nezainteresovanosti često prepreka uspjehu školskih reformi. No uvođenje nastavnih sadržaja i metoda koji bi unaprijedili medijsku i informacionu pismenost i nastavnika i učenika smatraju neophodnim da bi se povećala funkcionalnost obrazovanja, ali i prebrodio komunikacioni jaz između nastavnika i učenika.

Učenici koji su učestvovali u našem istraživanju od nastavnika i škole očekuju kvalitetnu komunikaciju, veće korišćenje digitalnih tehnologija te 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 dijelu to su organizacije civilnog društva koje takve aktivnosti sprovode entuzijastično, u okviru kratkoročnih i sporadičnih projekata koje finansiraju 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. No, ne postoji sistematičan i dugoročan pristup obuci, niti mjerila kvaliteta. U Crnoj Gori je državna institucija Zavod za školstvo tek 2015. godine počela akreditovati 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 nakon 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 gdje 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 svijest, znanje i vještine medijske i informacione pismenosti te koji imaju potencijal da s unaprijednim znanjem utiču na svijest i znanja velikog broja građana i tako multipliciraju učinak vlastite medijske i informacione pismenosti (European Commission, 2018: 25).

U Bosni i Hercegovini su vještine koje spajaju medijsku i informacionu pismenost tek djelimično 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 vještine kritičkog mišljenja, razumijevanja i analiziranja te 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 rascjepkane nadležnosti između 14 ministarstava, ali i nedostatak sredstava i zainteresovanosti onih koji donose odluke. Ipak, entuzijazmom pojedinaca, 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 se i kad se u nekim državama regiona zaobilaze prepreke i postiže saglasnost o uvođenju školskog predmeta koji razvija medijsku i informacionu pismenost kao izborni predmet i ograničen samo na gimnazije. Nešto što se konačno prepoznaje kao sastavni dio školskog kurikuluma i što se prema svim istraživanjima i

strateškim dokumentima relevantnih domaćih i međunarodnih organizacija smatra preduslovom za kritičko i aktivno učešće u demokratskim i društvenim procesima prepušta se izboru učenika i konkurenciji drugih izbornih predmeta te se ograničava samo na škole koje pohađaju učenici s ambicijom da nastave obrazovanje na univerzitetskom nivou. Podaci o nivou funkcionalne i čitalačke pismenosti učenika (rezultati PISA testiranja) u većini država u regionu nijesu ohrabrujući pa se to navodi kao prepreka širokom uvođenju predmeta Medijska pismenost u sve nivoe obrazovanja i sve vrste škola. Istovremeno, jedna od metodologija mjerenja medijske pismenosti uzima upravo loše rezultate PISA testa u državama u regionu, pored loših pokazatelja stanja slobode medija, kao dokaz niskog nivoa medijske pismenosti, najniže u Evropi (Lessenski, 2018).

9. Civilno društvo

Organizacije civilnog društva su pioniri angažovanja na promociji i razvoju medijske i informacione pismenosti u državama regiona. Bile su aktivne na širenju svijesti i sposobnosti građana, naročito mladih ljudi, da kritički razmatraju i da se uključe u rad medija i digitalnih platformi, i kad 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 sistemske 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, kampanja podizanja svijesti, kritičke analize i istraživanja, publikovanja itd.

Katalog svih organizacija i akcija koje radi razvoja medijske i informacione pismenosti sprovode organizacije civilnog društva u regionu bio bi obiman; već naše mapiranje vodećih aktera i inicijativa ukazuje na to. No brojnost akcija i aktera nije donijela veće pomake, akteri djeluju raspršeno, njihove akcije su mahom kratkog roka i u cjelini zavise 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 uspijevaju održati kontinuitet aktivnosti koje doprinose medijskoj pismenosti. Međunarodni donatori kroz svoje politike i mehanizme finansiranja te tematske

prioritete imaju veliki uticaj na rad i razvoj civilnog društva u regionu, pa tako i na ovom području. Pored svijesti i ideja unutar civilnog društva je upravo agenda stranih donatora tokom posljednjih deset godina doprinijela 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 sistemskih rješenja i mjera za razvoj medijske i informacione pismenosti. Organizacije civilnog društva povezuju se s akademskim institucijama i istraživačima, i doprinose temeljnim analizama i preporukama. U civilnom sektoru akumulirano je 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 sistemskih rješenja prije će postići međunarodni akteri, naročito Evropska unija, nego neizostavna je saradnja civilnog sektora u tim procesima.

Problemi širenja dezinformacija, manipulacija i propagande s ciljem osujećivanja demokratskih mehanizama i potencijala u javnom komuniciranju i djelovanju građana, te podsticanja polarizacije i radikalizacije, doprinijeli su angažovanju organizacija civilnog društva u regionu na suprotstavljanju i demontiranju takvih praksi, sadržaja i platformi. U gotovo svakoj od država koje smo obuhvatili istraživanjem djeluju web stranice i timovi koji raskrinkavaju dezinformacije, provjeravaju činjenice i objavljuju analize radi podizanja svijesti te 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 prepoznati i suprotstaviti se dezinformacijama i manipulacijama u medijima i na digitalnim informacionim i komunikacionim platformama.

Dobre prakse pokazuju se i u aktivnostima u koje se uključuju organizacije civilnog društva, akademije, državne institucije i međunarodne organizacije radi zaštite djece 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 stabilnog kvaliteta aktivnosti te koordinacije među organizacijama radi izbjegavanja dupliranja aktivnosti. Nedostaju informacije i analize o tome gdje 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 koje imaju moć i donose odluke u institucijama i državnim organima. Jedan od zagovorničkih projekata organizacija civilnog društva koje promovišu medijsku i informacionu pismenost mogla bi biti uticanje na državne organe da se umjesto 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.

10. Mediji, filmska industrija i industrija informaciono-komunikacione tehnologije

Mediji nijesu posebno aktivan akter u promociji medijske i informacione pismenosti u državama regiona. I kad pokazuju interes za ovo područje, to je najčešće preko medijskih udruženja i samoregulatornih tijela. Vijeće za štampu u Bosni i Hercegovini (u koje su uključeni i štampani i online mediji) takav je primjer dugogodišnje dobre prakse angažovanja na uključivanju građana u žalbene postupke uz podizanje svijesti o etičkim standardima u medijima i pravima građana kroz promociju samoregulatornih mehanizama, posebne radijske emisije, događaje i transparentan rad. Sličnu samoregulatornu ulogu obavljaju Savjet za štampu u Srbiji i Savjet za etiku medija u Makedoniji. Dobar rad samoregulatornih organa je dragocjen proces objašnjavanja građanima kako rade mediji i što je u njihovom radu etički sporno te objašnjavanja medijima kako njihov rad razumiju građani i što smatraju spornim. Taj stalni dijalog, objašnjavanje i vođenje rasprave važan je element u spektru aktivnosti i aktera koji doprinose medijskoj pismenosti građana, ali i samih članova medijske zajednice.

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

U Makedoniji ima nekoliko primjera odlične višegodišnje saradnje između civilnog društva, akademskih institucija i medija. Škola za novinarstvo i odnose s javnošću kao važan akter neformalnog obrazovanja jeste epicentar takvog povezivanja i organizovanja. Tako, na primjer, od 2014. organizuju Dan za medije kad učenici srednjih škola posjećuju 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 opunomoćenju i edukaciji građana morao biti sastavni dio njihove uloge. U Makedoniji od 2013. godine zakon obavezuje javnog emitera *MRT* da proizvodi takve sadržaje, no vrlo sporo, uz saradnju s civilnim društvom, čine se pomaci i uvode posebni sadržaji. U Albaniji je javna televizija *RTSH* u jutarnjem programu uvela nedjeljnu emisiju u kojoj profesor medijskih studija govori o radu medija i informacionih tehnologija te doprinosi razvoju vještina medijske i informacione pismenosti građana.

U sektoru filmske industrije zapažena je tek aktivnost *MakeDoxa* u Makedoniji gdje od 2010. djeluje putujući bioskop i dokumentarne filmove dovodi u ruralne krajeve, istovremeno radeći na edukaciji i nudeći kurikulum, priručnik i obuku nastavnika srednjih škola o uključivanju vještina 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 regije.

Preduzeća iz sektora industrije informaciono-komunikacione tehnologije u državama regije već niz godina organizuju radionice programiranja i drugih vještina za đake i studente. Pri tome ih vode i komercijalni interesi popularizovanja njihovih proizvoda i tehnologija. No, sistemski oblik angažovanja zapažen je u Mostaru gdje je tamošnje telekomunikaciono preduzeće *HT Mostar* 2018. godine sklopilo ugovor o dugoročnoj saradnji sa Sveučilištem u Mostaru, obavezujući se da će uvesti nove tehnologije u studijski proces, saradivati u istraživačkim projektima, osigurati studentima mogućnost za studijske posjete i stipendije itd.

11. Istraživanja o medijskoj i informacionoj pismenosti

Medijska i informaciona pismenost tema je mnogih istraživanja i studija u državama regije. 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 djece i roditelja ili građana uopšte. 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 je naša mreža medijskih institucija i centara u jugoistočnoj Evropi SEENPM već 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 ponekad se dupliraju ili se nalazi i zaključci ponavljaju. I istraživački segment aktivnosti često zavisi od projekata i donacija stranih donatora te 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.

Uprkos brojnosti analiza ne postoji sasvim usaglašeno definisanje i razumijevanje koncepta medijske i informacione pismenosti, što je problem s kojim se susrijeću istraživači i izvan naše regije. 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 te posebne postavke u fondovima za medijski pluralizam da bi se osigurao redovan istraživački rad i uključenost istraživača u međunarodne naučne i stručne rasprave. I Evropska komisija bi mogla doprinijeti tom segmentu te u tematske i strateške skupove, stručne komisije i istraživanja o pitanjima medijske i informacione pismenosti koja organizuje uključiti istraživače i stručnjake iz država našeg regiona.

12. Zaključak

Govoriti danas o krizi medija i krizi novinarstva znači govoriti prije svega o gubitku povjerenja građana u njihovo djelovanje. Kriza nije nastala preko noći kao prirodna katastrofa koju niko nije mogao predvidjeti. Kriza je bila utkana u medijsko djelovanje praktično od njihovog početka. Što su se mediji više udaljavali od svoje publike i približavali političkim i ekonomskim centrima moći, sve više je njihovo djelovanje gubilo na integritetu i vjerodostojnosti. 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 pobjeda politike bez ljudi i protiv ljudi. Demokratija je od političke reprezentacije građana postala igrokaz kojeg izvode građani, a da nijesu reprezentovani (Mastnak, 2015: 148-9). Mediji u toj predstavi igraju važnu ulogu.

Želimo li razumjeti u kakvom medijskom sistemu živimo, moramo misliti. Moramo znati kritički vrijednovati ne samo medijske sadržaje koji su nam na raspolaganju, nego misliti o alternativama medijskom sistemu koji proizvodi posljedice o kojima govori Mastnak. Poplava dezinformacija, negiranje činjenica i naučnog djelovanja, govor mržnje, rasprodaja privatnosti, gubitak ozbiljne političke debate o prošlosti, sadašnjosti i budućnosti, populizam koji nudi brza rješenja za kompleksne probleme i nepovjerenje u političke institucije rezultat su uništavanja demokratije koje već dugo traje. Magazin *Time* je za ličnosti 2018. godine proglasio 'zaštitnike demokratije' – novinare i novinarku koji su svojim beskompromisnim radom djelovali u javnom interesu. Jedan od njih – Jamal Kašogi (Jamal Khashoggi) iz Saudijske Arabije – ubijen je tako da njegovo tijelo vjerovatno nikad neće biti nađeno. Dvojica *Rojtersovih* novinara – Wa Lone i Kyaw Soe Oo – koji su izvještavali o genocidu nad narodom Rohinja (Rohingya) u zatvoru su i prijete im dugogodišnje kazne. Američko uredništvo *Capital Gazette* bilo je meta ubistva iz mržnje osobe koja se nije slagala s njihovim izvještavanjem. Nagrađivana filipinska novinarka Marija Resa (Maria Ressa) koja se bori protiv vansudskih ubistava pod konstantnim je pritiskom vlasti zbog navodne utaje poreza. Zaštitnici su bez zaštite. Više nego ikad treba nam novinarstvo u javnom interesu, novinari koji će svoj integritet i interes javnosti postaviti ispred privatnih i partikularnih interesa bilo koje grupacije, i kritičku javnost koja će znati podržati njihov rad i postati aktivan zaštitnik medija u javnom interesu. Građani koji misle kritički najsnažniji su zaštitnici demokratije.

Medijska i informaciona pismenost nije čarobna palica koja će riješiti sve nagomilane probleme u medijskoj sferi. Ali je prvi korak na dugom putu preobražaja sistema u kojem 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 vjerodostojnu informaciju je politički okvir promjena. 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 regije i preporukama naših istraživača.

Uprkos relativnoj brojnosti aktivnosti i aktera koji tematizuju i promovišu medijsku i informacionu pismenost u državama regije, 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 neizvjesnim ishodom. I uspješniji i manje uspješni 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, najprije civilnog društva i javnih medija u osmišljavanje javnih politika i u razgranato, a koordinisano sprovođenje aktivnosti.

Primjeri 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 dodijeli i omogućiti te ako je ti organi ozbiljno i stručno preuzmu.

Stručni i nezavisni regulatori mogu, u skladu s preporukama međunarodnih organizacija, preuzeti i ulogu koordinatora mreža i koalicija svih relevantnih aktera na promociji i razvoju medijske i informacione pismenosti. Mnogo je dokaza o izuzetnoj koristi od povezivanja u mreže i kolaborativnih aktivnosti, naročito kad se strateški rad i zajedničke akcije sprovode uz saradnju državnih organa, civilnog društva, ali i drugih aktera, uključujući medije. Medije i novinare treba dodatno podstaći na preuzimanje aktivne uloge u promociji medijske i informacione pismenosti, naročito javne medije i neprofitne medije te novinarska udruženja. Odsutnost medija i novinara u regionu iz strateškog preduzimanja mjera i aktivnosti za postizanje veće medijske i informacione pismenosti građana njihov je istorijski promašaj. Usko usmjeravanje pažnje i energije novinara i medija u vlastite strategije preživljavanja i u osujećivanje napada na njihov opstanak i dignitet moguće je razumjeti, no njihovo izostajanje iz aktivnosti, namijenjenih medijskoj pismenosti građana, znači da su slijepi za istorijski trenutak i da ne prepoznaju priliku da na taj način ponovo uspostave vezu s građanima i ulože u njihovo opunomoćenje kao aktivnih i kritičkih građana, zaštitnika demokratije.

Unutar medijske zajednice treba javne medije na osnovu zakonskih odredbi obavezati ka moćnoj i centralnoj ulozi u promociji medijske i informacione pismenosti građana. To mogu preduzimati kroz vlastite programske sadržaje, ali i kroz cjelokupnu strukturu i djelovanje javnog medija, uz otvaranje medija za posjete građana, praksu đaka i studenata, za žalbe i javne rasprave, za transparentnost poslovanja i ukazivanje građanima na to da je to medij odgovoran njima, za saradnju sa školama itd.

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

Sistem formalnog obrazovanja je svuda kompleksan i sporo se odaziva na reforme, no ima neophodne potencijale za masovno opunomoćenje i emancipaciju građana ukoliko se uvede i kvalitetno sprovodi nastava medijske i informacione pismenosti. Učitelji su u tom procesu najvažniji, oni mogu iznijeti veliki dio posla medijskog opismenijavanja učenika. Zato učitelje treba uključiti u strateško planiranje reformi, ne treba štedjeti pri ulaganju u formalno i neformalno obrazovanje učitelja, ali istovremeno treba uspostaviti visoke standarde kvaliteta i obuke.

Savremenici smo doba u kojem je politička i ekonomska nejednakost dobila takve dimenzije da 26 bogatih pojedinaca (među njima su vlasnici najvažnijih komunikacionih platformi koji određuju naš komunikacioni svijet) ima toliku finansijsku moć kao četiri milijarde najsiromašnijih građana svijeta (Oxfam, 2019). Vaidinatan (Vaidhyathan) vidi svijet naših komunikacija kao svijet 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 tijela, naša svijest i naše odluke. Pažnja je stvar opcije. Moć je koncentrisana i manipulacija konstantna. To je svijet bez strpljenja za autonomiju i bez prostora za demokratiju. Riječ je o jednom lijenom i opojnom svijetu.“ (Vaidhyathan, 2018: 105)

Profitna i neprofitna zajednica producenata i poznavalaca digitalnih medija i tehnologija mora biti saveznik u politika i praksama razvoja medijske i informacione pismenosti i jačanju svijesti i vještina građana. Njihova odgovornost i angažman su od velike važnosti. Važne su i velike i male ideje i akcije, trebamo angažman i globalnih i lokalnih aktera, i organizacija i pojedinaca koji poznaju i razumiju digitalni svijet i mogu doprinijeti da se njegove dobrobiti iskoriste za emancipaciju građana i za napredak, a ne uništenje znanja, civilizacijskih dostignuća i demokratije.

Literatura:

- 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.
- 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.
- 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.
- Oxfam (2019). *Public good or private wealth?* Oxford: Oxfam International.
- Vaidhyanathan, Siva. 2018. *Antisocial Media. How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy*. Oxford: Oxford University Press.

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.
- 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.
- Lippmann, Walter (1999). *Javno mnenje*. Ljubljana, FDV, Zbirka Javnost.
- 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.
- 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.
- Verne, Jules. (1863/1996). *Paris in the 20th 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.

O autorima

Pavle Pavlović je magistar političkih nauka i istraživač je Instituta za medije Crne Gore.

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

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



**Projekat finansira
Evropska unija**



Ministarstvo javne uprave

**Projekat kofinansira
Ministarstvo javne uprave Crne Gore**

