

Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka, Beograd

DOI 10.5937/kultura1235049V
UDK 37:316.77

originalan naučni rad

OBRAZOVANJE ZA MEDIJE U NOVOM TEHNOLOŠKOM DOBU – PROMENA DISKURSA

Sažetak: *Mediji više nisu „ogledala društva“ nego postaju konstruktori društvene stvarnosti i proizvođači svesti. Novo tehnološko doba daje jak podsticaj ovoj transformaciji, marginalizujući još više suštinu i saznavnu vrednost poruke, a naglašavajući tehnološke aspekte, senzaciju novog, spektakl forme i dizajna, koji postaju sami sebi svrha. Kada se tome doda već uočena zasićenost informacijama i sve teža selekcija sadržaja, obrazovanje za korišćenje medija i njihovo održavanje na društveno prihvatljivom i konstruktivnom nivou, postaje sve važnija tema. Pri tome pojmovi „medijsko obrazovanje“ i „obrazovanje za medije“ osciliraju u onome što podrazumevaju, naizmenično se približavajući i udaljavajući po značenju. Ovaj rad nastoji da utvrdi evoluciju ideje o korelaciji delovanja medija i obrazovnog procesa, u kojoj se uočavaju bar dva pristupa: mogućnost da se uz pomoć medija poveća nivo znanja i potreba sticanja veština da bi se rukovalo digitalizovanim medijima i iskoristili svi njihovi potencijali.*

Ključne reči: *digitalizacija, mediji, obrazovanje, sadržaj, kontrola, manipulacija*

Činjenica da debata o medijima i medijskom obrazovanju, ili obrazovanju za medije¹, u Srbiji postaje aktuelna tek poslednjih nekoliko godina, dakle tek u dvadeset prvom veku, odraz je istih okolnosti u kojima su i svi ostali tranzicioni procesi kasnili i bili u vremenskom raskoraku sa većinom drugih zemalja.

1 Članak je nastao u okviru projekta *Politički identitet Srbije u regionalnom i globalnom kontekstu*, broj: 179076, koji realizuje Beogradski univerzitet, Fakultet političkih nauka, a koji finansira Ministarstvo prosvete i nauke Republike Srbije.

Svest o potrebi utvrđivanja čvršće korelacije između delovanja medija i procesa obrazovanja javlja se u Evropi još sredinom prošlog veka i ubrzo se intenzivira. „Obrazac ‘medijsko obrazovanje’ počeo je da se upotrebljava šezdesetih godina u međunarodnim krugovima koji su se bavili istraživanjem problema obrazovanja, posebno u krugovima vezanim za UNESCO.“² Autor ove konstatacije Žak Gone (Jacques Gonnet) podseća da je to bilo vreme kada se javila dilema: u kojoj meri i na koji način se televizija može koristiti u procesu nastave, uz istovremeno zalaganje i protivljenje i nastavnika i pedagoga.

Isti istraživač medija, među francuskim misliocima koji su uočili važnost medijacije znanja, citira i Šarla Rolena (Charles Rollin), pariskog rektora univerziteta koji još krajem sedamnaestog veka zaključuje: „dete od odbacivanja učenja – odbojnosti – prelazi na zadovoljstvo, čim ga postavimo u aktivnu situaciju; sredstvo ‘medij’ ima magični karakter; postupak je verovatno prihvatljiv za svu decu“³. Potreba prevazilaženja tradicionalnog načina sticanja znanja: predavanje, pamćenje, reprodukovanje, provera, ocenjivanje, pri čemu se od učenika očekivala pasivna zainteresovanost i nenarušiva disciplina, uočena je, kao što vidimo, davno, i ovom obliku edukacije pretpostavljen je aktivni odnos onih koji uče, uz korišćenje svih raspoloživih učila kao prvih medija. Dinamika stalne invencije, uz neskrivenu radoznalost umesto ćutljivog usvajanja, bila je inicijalna ideja da deca uče ne samo glavom već i rukama, i da „opipljivost“ znanja povećava njegovu količinu.

Prilično apokaliptički bi mogao da izgleda zaključak tek započetog razmatranja ove teme, kada se zna do čega je doveo razvoj medijske industrije, a najviše pod uticajem digitalizacije. Na to „dostignuće“ upozorava Ričard Ruk (Richard Rooke) u svojoj knjizi *Evropski mediji u digitalnom dobu*: „Zanimljivo je, ali ne i neočekivano u okviru te industrije, da se ‘najefikasnija primena’ iTV (interaktivna televizija, prim. R.V.) do sada odnosila na kockanje. Na najrazvijenijim tržištima interaktivne televizije na svetu, francuskom i britanskom, kockanje je daleko najveći izvor prihoda televizija Canal+ i BskayB“⁴. Ova konstatacija upozorava da korišćenje novih medijskih tehnologija, pored toga što demokratizuje sferu komuniciranja, sadrži i neželjene efekte i opasnosti od kojih su mnoge već otkrivene, što itekako pojačava potrebu za potpunijim osvetljavanjem relacije mediji–obrazovanje–društvo. Učiniti decu, mlade, maloletnike uopšte, interaktivnim u odnosu na savremene medije, omogućiti im u

2 Gone Ž., *Obrazovanje i mediji*, Beograd 1998, str. 21.

3 Ibid., str. 107.

4 Rooke R., *European Media in the Digital Age*, London 2009, str. 210-211.

savremenom tehnološkom okruženju „opipljivost“ i dostupnost znanja i informacija, to može da bude veoma dobro, da probudi njihovu radoznalost i poveća usvojeno znanje, ali može da bude i štetno ako je bez ikakvog nadzora i kontrole. To što Ričard Ruk smatra da pomenuta posledica korišćenja interaktivne televizije nije bila neočekivana, može da se objasni činjenicom da je on citirane redove napisao krajem prve decenije ovog veka, kada su nove tehnologije uveliko osvojile medijski prostor. Nekoliko decenija ranije, što je za digitalizaciju davna prošlost, ali za društvo nije, i pedagozi i medijski stvaraoci teško da su mogli da pretpostave pomenuti epilog.

Poslednjih pedeset godina, dakle pojedine zemlje, uglavnom Evrope, imaju na nekom od nivoa obrazovanja: osnovno, koledž, gimnazija, fakultet, nastavnu opciju koja povezuje medije i obrazovanje. Ali teško je izvesti jedinstven naziv tog predmeta, discipline, kursa, koji se namenjuje učenicima i to ne samo zbog širih razlika među obrazovnim sistemima, već zato što su se vremenom namena i ciljevi ovih oblika edukacije menjali. Pojmovi kojima su označavani nastavni programi, kao što su medijsko obrazovanje, obrazovanje za medije ili medijska pismenost, nemaju isto značenje i ne podrazumevaju jednake aktivnosti.

Medijsko obrazovanje – tradicionalni pristup

Prvobitni pristup povezivanja medija sa obrazovnim procesom imao je za cilj da se korišćenjem medija: štampe, radija, ali ponajviše televizije, pomogne da obrazovna delatnost bude sadržajna i dinamičnija. Od sadržaja koji su se mogli naći u medijima, tipa „Politika za decu“, „radio škola“, „dečji program“, očekivalo se da delaju i vaspitno i obrazovno i da dopune praznine u klasičnom školskom obrazovanju ili da kao očigledna nastava, putem ekrana, dopune objašnjenja koja su deca već dobila u školama. „Pod obrazovanjem putem medija treba podrazumevati studiranje, podučavanje i vaspitanje uz pomoć modernih sredstava komunikacije i izražavanja, koja postaju sastavni deo specifičnog i autonomnog procesa saznanja u pedagoškoj teoriji i praksi.“⁵ Ovaj stav, nastao početkom sedamdesetih, već deluje malo arhaično. Ovakvo stanovište, iako je bilo usmereno na upotrebu medija u obrazovnom procesu, nije podrazumevalo posebnu potrebu bavljenja samim medijima, jer je jednostavnost njihovog korišćenja bila očigledna, kako za starije, tako i za mlađe. Uključiti televizor ili radio i sačekati vreme emitovanja određenog sadržaja ili emisije, uzeti dnevni ili periodični list za decu ili odrasle i pročitati tekst, to je mogao svako od najmlađeg školskog uzrasta pa nadalje. Zato je prvih decenija

5 Gone Ž., *Obrazovanje i mediji*, Beograd 1998, str. 22.

uspostavljanja veza između medija i obrazovanja težište diskursa o ovom pitanju bilo na tematici obrazovnog procesa, temama iz književnosti, geografije, istorije, matematike, hemije i drugih oblasti. Edukacija o samim medijima nije ni pominjana jer to, na tadašnjem tehnološkom nivou i sa načinima korišćenja medija, nije bilo potrebno. Mediji nisu bili ozbiljnije tretirani nego školski pribor, udžbenik ili tabla, iako se od njih očekivao obrazovni podsticaj.

U toj prvoj fazi korišćenja medija u obrazovnom procesu nije se previše raspravljalo o samim medijima, već su u njima traženi oni sadržaji koji mogu da osveže i prošire znanje. Bili su poželjni dokumentarni programi iz istorije ili geografije, koji često nisu bili namenski pravljeni za konzumente određenog uzrasta i stepena edukacije, već su bili preporučeni najširoj publici. Takve emisije bile su prilika da se na zanimljiviji način kroz dokumentarno-igrane epizode uči istorija ili da se dokumentarno-reporterski dočaraju daleke zemlje, kultura i tradicija raznih naroda. Televizija je mogla da prikaže laboratorijske eksperimente iz fizike, hemije ili biologije, za koje najveći broj škola nije bio opremljen. Da ne govorimo o snimcima koncerata ili operских predstava ili adaptacijama najvrednijih književnih dela. Pored programske ponude koje su mediji po sopstvenoj inicijativi produkovali, bilo je i sadržaja dogovorenih sa predstavnicima prosvetnih vlasti.

Izvesna promena, moglo bi da se kaže napredak, uočava se u pristupu korišćenju medija u obrazovne svrhe, krajem prošlog veka, a u Srbiji tek nakon demokratskih promena, od sredine prve decenije ovog veka.

U raznim evropskim zemljama kroz posebne predmete, a u nekim kroz građansko vaspitanje, govori se i o medijima. Ovaj drugi trend stigao je poslednjih godina i u Srbiju delimično institucionalno, a više kao inicijativa iz civilnog sektora. Nevladina organizacija „Građanske inicijative“ organizovala je nekoliko godina na Fakultetu političkih nauka u Beogradu seminare za nastavnike građanskog vaspitanja, čiji je deo programa bio posvećen medijima. Bila je to realizacija ideje da se nastavnici osposobe da učenicima prenesu osnovna znanja o medijima. Trebalo je da mladi nauče šta su mediji, po čemu se razlikuju, na osnovu kojih pravila regulacije, deregulacije i samoregulacije deluju, kakva je njihova društvena odgovornost i kakav značaj imaju u javnoj sferi. Uočavanje razlika između, na primer, javnog i komercijalnih medijskih servisa, trebalo je da osposobi učenike da znaju kakve sadržaje od pojedinih tipova medija mogu da očekuju, što je zamišljeno kao deo osposobljavanja za selekciju sadržaja. Građansko vaspitanje, kao širi edukativni okvir, veoma je pogodno za problematizovanje delovanja medija

jer se teme o savremenoj, participativnoj demokratiji, delovanju institucija sistema, aktivnostima političkih partija, izborima i podeli vlasti mogu dobro povezati sa potrebama javne debate, slobodnog protoka informacija i stalne promocije demokratskih vrednosti, ali i različitih mišljenja i stavova, što bez medija nije moguće.

Ovakvo poimanje obrazovanja, koje još uvek pripada paradigmi medijsko obrazovanje, s razlogom posebno naglašava ovladavanje suštinom, misijom i obavezama javnog medijskog servisa, kao posebnog komunikacionog obrasca. Medijski model koji egzistira na osnovu formule da je: osnovan od javnosti, finansiran od javnosti i kontrolisan od javnosti⁶, zaista može da bude smatran i delom obrazovnog podsistema, kao što je i deo informativnog, kulturnog, privredno-ekonomskog. To znači da su razlozi da se ovaj tip medija razmatra u okviru obrazovnog procesa višestruki: od očekivanja i opravdanih zahteva da njegovi programi budu poprište javne debate o svim važnim društvenim pitanjima do očekivanja da njegovi namenski koncipirani edukativni programi donesu ozbiljan korpus znanja svim društvenim grupama. U tom smislu u savremenoj medijskoj teoriji veoma je zanimljivo mišljenje profesorke Barbare Thomas sa Univerziteta u Hamburgu, koja smatra da pojam „javna sfera“ treba zameniti pojmom „sfera znanja“ i u tom kontekstu posebno vidi ulogu javnog servisa, ali i drugih medija. „Mediji su integralni aspekt jer oni imaju presudnu ulogu u distribuiranju znanja uključujući i popularna znanja iz svakodnevnog života... U razmatranju definicije znanja kao veze informacije i iskustva mi možemo da zaključimo da je snabdevanje omiljenim i popularnim znanjem putem medija, takođe konstitutivni element javne sfere.“⁷

Ovakva zalaganja nesumnjivo su proizašla iz rezultata mnogih istraživanja koji govore da i deca i odrasli građani provode dnevno pred televizorom u proseku između pet i osam sati. Gone citira izveštaj Svetske zdravstvene organizacije, sačinjen krajem devedesetih, koji sadrži pretpostavku da će beba, tada rođena, „do 2025. godine: trepnuti 415 miliona puta, isplakati 65 litara suza, pojesti 160 kilograma čokolade... provesti dve i po godine uz telefon, a – gledaće televiziju 12 godina!“⁸ Ako je tako, a praksa govori da nije mnogo drugačije, ako će nove generacije pred ekranom, televizorom ili integrisanim tv-kompjuterom, provoditi nešto manje od pola života, onda im na tom

6 Veljanovski R., *Javni RTV servis u službi građana*, Beograd 2005, str. 27.

7 Thomas B., *Knowledge Society and Public Sphere*, in: *Broadcasting & Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*, eds. Lowe G. F. i Hujanen T., Goteborg 2003, str. 29/32/33.

8 Gone Ž., *Obrazovanje i mediji*, Beograd 1998, str. 156.

ekranu treba dati što više znanja, za čije konzumiranje, na drugi način, oni ionako nemaju vremena.

Obrazovanje za medije – prednost veštinama

Neumoljivi razvoj tehnologije najplodnije tlo nalazi u sferi biznisa, koji ohrabruje svaku inovaciju u kojoj vidi mogućnost zarade. Mediji su na tom putu nezaobilazni jer njihova masovnost, proizašla iz velikog obima komunikacionih potreba savremenog čovečanstva, garantuje veliku potrošnju i dobru zaradu.

Eksperimenti američkih medijskih laboratorija, rađeni u drugoj polovini prošlog veka, u početku čuvani kao stroga poslovna tajna, za nekoliko decenija premrežili su svet tehnološkim inovacijama u sferi komunikacija pokrenuvši novu medijsku revoluciju. Jedan od aktera stvaranja ovih inovacija Nikolas Negropont (Nicholas Negroponte), oduševljen mogućnošću pretvaranja poruka, tekstualnih, auditivnih i vizuelnih u bitove, konstatuje: „Digitalno bivstvovanje će izmeniti prirodu masovnih medija, iz procesa guranja bitova ka ljudima – u proces davanja dozvole ljudima (ili firmama) da ih vuku ka sebi. Ovo je radikalna promena, jer se naš celokupni koncept medija zasniva na sukcesivnim slojevima filtriranja, koji reprodukuju informaciju i zabavu na kolekciju ‘top priča’ ili ‘bestselera’, koji su namenjeni različitim ‘publikama’⁹. Negropont dakle daje najbolji argument za redefiniciju odnosa mediji–obrazovanje, jer dok je nekada bilo moguće samo aktivirati radio ili televizor i manje ili više aktivno ili pasivno posmatrati sadržaj, sada je neophodno obaviti mnogo više radnji da bi se došlo do sadržaja, koji ne dolazi do nas jednostavnim protokom programske šeme u realnom vremenu, već mi moramo da dođemo do njega da ga „privučemo k sebi“, kako kaže Negropont. Ali za to je potreban čitav niz veština koje nam omogućavaju da saznamo gde se informacija nalazi, kakva je njena struktura i sadržaj, kako i sa koje platforme da je dozovemo i da li to nešto košta. U relaciji medij–obrazovanje, znanje više nije pojam koji označava samo ono što posredstvom medija želimo da dosegne, već nam je potrebno ozbiljno znanje da možemo da upotrebimo medij, da rukujemo njime da manipuliramo. Znanje više nije na kraju tog procesa već na njegovom samom početku, uz ozbiljan nagoveštaj da ako je tako, ako nam treba solidno znanje da bi mogli da rukujemo medijima i iskoristimo sve njihove potencijale, ako mediji po sebi postaju zanimljiviji svojim tehnološkim inovacijama, da li će nas bavljenje njima omesti da stignemo do kraja puta, do onih znanja kojima smo težili pre tehnološke revolucije?

9 Negropont N., *Biti digitalan*, Beograd 1998, str. 83.

U vremenu u kome dosadašnji analogni predajnici, repetitori, linkovi, telefonske centrale, produkcijska infrastruktura, odlaze na elektronski otpad, kada moramo naše televizijske prijemnike, a nešto kasnije i radijske da zamenimo novim ili dopunimo digitalnim *set-top* boksovima, najava elektronskih vodiča, televizije na zahtev, interaktivne televizije i raznih servisa koje omogućava digitalna dividenda, zbunjuje potencijalne konzumente u sredinama u koje sve to još nije stiglo. Dovoljno je samo pogledati šta medijski analitičari, iz zemalja koje su uveliko digitalizovale svoj medijski prostor, navode kao inovacije. Sublimirajući i rezultate istraživanja drugih teoretičara, Ričard Ruk nabraja sledeće mogućnosti koje dočaravaju „ono što se danas može smatrati interaktivnom televizijom:

- alternativni tokovi naracije;
- elektronski vodič kroz program;
- pametna posrednička/personalizovana TV;
- kupovina iz kuće;
- obavljanje bankarskih poslova iz kuće;
- odabiranje ugla snimanja sportskih događaja;
- interaktivne vesti;
- neposredno glasanje;
- interaktivne igre;
- interaktivno oglašavanje;
- pristup bazama podataka i onlajn informacijama;
- pristup internetu;
- video na zahtev i delimičan video na zahtev¹⁰.

Ovoliko novih mogućnosti može se smatrati komunikacionim dobitkom, bar kada je reč o interaktivnoj televiziji, a moguće pitanje da li nam je sve to baš nužno, niko i ne postavlja. Kada je tu, treba ga koristiti, ali, nema sumnje, za to je potrebno ovladati veštinama koje ne proizilaze iz dosadašnjeg korišćenja tradicionalnih, nedigitalizovanih medija. Sam Ruk konstatuje da internet omogućava još veće korisničke mogućnosti na tekstualnom planu nego interaktivna televizija, što još više povećava potrebu za osposobljavanjem svih koji žele da koriste nove medijske tehnologije.

Ali zadržimo se još malo na interaktivnosti koja je omogućena digitalnom tehnologijom i njenom primenom u industriji zaba-

10 Rooke R., *European Media in the Digital Age*, London 2009, str. 210.

ve. Primer interaktivnih medijskih igara je posebno zanimljiv, jer, po mišljenju mnogih stručnjaka, one su spoj više medija pošto se istovremeno koriste video-igre, kompjuterske igre, konzole i mobilni telefoni. „Te igre prisiljavaju igrača da veliku pažnju posvećuje elementima poruke, da se prema njenom značenju ne odnosi pasivno i da o tim elementima aktivno razmišlja da bi ostvario interakciju s pravilima igre, likovima i okruženima.“¹¹ I onima koje ovakve igre ne zanimaju i nisu pronikli u njihovu suštinu, postaje jasno da je za konzumiranje ovakvih digitalnih medija potrebna ne samo jednostavna veština, već pronicljivost, iskustvo, strateško razmišljanje, vreme i prilična posvećenost, koji se mogu meriti sa ozbiljnim poslovnim angažovanjem u raznim delatnostima. Džejs Poter (James Potter) ne okoliša. On konstatuje da su: „te igre napravljene tako da određenim ciljnim grupama korisnika budu veoma privlačne i da postaju njihova navika“¹². Privlačnost i navika, neretko dovode do zavisnosti koja je već registrovana kao medicinski, zapravo više sociopsihološki problem. Među bolestima zavisnosti, već je poznata zavisnost od video-igara i drugih oblika prekomernog bavljenja digitalizovanim medijima.

Digitalne medijske tehnologije imaju svoju društvenu vrednost pre svega u širenju mogućnosti komuniciranja, dostupnosti mnogih baza podataka, digitalizovanih biblioteka, enciklopedija i arhiva. I transformacija tradicionalnih medija mnogo duguje novim tehnologijama, koje su ubrzale protok informacija, povećale broj izvora, olakšale pristup i konvergencijom omogućile stapanje štampanih, audio i vizuelnih medija u multimedij. Ovaj proces učinio je nužnim dodatno obrazovanje za medije kroz koje su, manje–više organizovano, morali da prođu i prolaze mnogi medijski profesionalci, da ne bi zaostali ili bolje rečeno da ne bi izostali iz svoje profesije. Veštine za digitalno doba, pored onih starijih koje se smatraju zanatskim delom novinarstva, odavno se izučavaju na akademskom nivou. Znanje potrebno za medije povećava se iz dana u dan.

Dostupnost alatki za komuniciranje i prodor u javnu sferu, nisu zanimljivi samo profesionalnim komunikatorima. I građani koji se bave drugim poslovima imaju potrebu da budu prisutniji u javnosti. Mladi takođe. Izrada sajtova, blogova, priprema sadržaja za fejsbuk (Facebook), jutjub (YouTube), tviter (Twitter) i druge oblike internet komuniciranja, sfera je interesovanja sve većeg broja pojedinaca i društvenih grupa. Građansko novinarstvo, uprkos različitim mišljenjima i osporavanjima verodostojnosti, sve više prodire u javnu sferu. Obrazovanje za nove teh-

11 Poter Dž., *Medijska pismenost*, Beograd 2011, str. 369.

12 Ibid., str. 369.

nologije komuniciranja postaje imperativ ne samo za posvećene i egzistencijalno zainteresovane pojedince. To je već danas, a još više u budućnosti, ulaznica za svet obaveštenih, povezanih, demokratizovanih krugova društva, a za to su potencijalno zainteresovani svi građani.

Tako nastaje čitav korpus pitanja i tema kojima se zasniva nova disciplina: obrazovanje za medije. Ne radi se više o nekadašnjem radiju, televizoru ili pisačkoj mašini, koje korisnik kupi pa se njima služi kako zna, posle kraćeg vremena, uglavnom uspešno. Potrebu za osposobljavanjem za korišćenje novih medijskih tehnologija, ne umanjuje ni poznata činjenica da deca veoma lako ulaze u digitalni svet i da uglavnom nadmašuju svoje roditelje u sposobnosti manipulacije medijima. Ono što je značajno, jeste neminovnost širenja obrazovanja, kako mladih, tako i starijih, znanjem koje nije postojalo u iskustvu starijih generacija, koje se ne može ignorisati i koje je preduslov za bilo kakvu participaciju u komunikacionim aktivnostima bilo interpersonalnim, grupnim ili masovnim. Ne ovladati znanjima i veštinama za nove medijske tehnologije, ne obrazovati se za medije, dovodi do isključenosti iz društvenih tokova i nemogućnosti da se participira u javnoj sferi kao sferi građana.

Razlika između nekadašnjeg poimanja odnosa medija i obrazovanja i aktivnosti koje su se pod medijskim obrazovanjem podrazumevale, i savremenijeg shvatanja obrazovanja za medije je očigledna. Nekada je bila dovoljna ideja da se putem medija dođe do više znanja, danas je potrebno mnogo znanja o samim medijima da bi se oni na najcelishodniji način upotrebili, i da bi pojedinac ili grupa ušli u krug umrežene razmene informacija. Ova evolucija skriva još jedan fenomen koji je od suštinske društvene važnosti. Nekada je posezanje za medijima trebalo da nam poveća količinu znanja. Danas je to takođe moguće, ali je još veća mogućnost javnog saopštavanja sopstvenih ideja, mišljenja, uverenja, komentara. Ta interaktivnost može da poveća uticaj aktera u komunikacionom procesu koji je nekada bio samo konzument, a sada je aktivni učesnik, nekada primalac informacija, a sada izvor poruka. I mada nove tehnologije dovode i do zasićenja informacijama i njihove otežane selekcije, jer se i stari i novi mediji pune obiljem nepotrebnih i nevažnih podataka; povećana mogućnost javnog eksponiranja daje bar osećaj većeg prisustva u društvenim procesima.

Budući da je savremeni svet preplavljen podacima, informacijama i znanjem koje je manje ili više nužno, uz svu korist od novih tehnologija, postavlja se pitanje memorijskih kapaciteta savremenog čoveka koji svakodnevno mora da uči i zna sve više. Zato je odabir pravog puta i izbegavanje lutanja i proizvoljnosti više nego značajno.

*Mogući ishod: kontrola i participacija uz
medijsku pismenost*

U ovom radu su već pomenute pojedine anomalije i negativne posledice korišćenja novih tehnologija u medijskoj sferi. Ima ih još: sajber porno, sajber terorizam, sadržaji koji negativno utiču na psihofizički razvoj dece. Ima mišljenja po kojima svet predstavljen obiljem digitalizovanih formi nije stvarni svet već samo njegova fikcija. „Predominacija digitalnog prostora, koji savremeni svet obeležava različitim vrstama pomagala, uvodeći koncept posredovanja kao kardinalan u svim sferama života, na sasvim jednostavan i transparentan način, pokazuje da je zapravo jedina stvarnost, stvarnost simulacije.“¹³ Eto još jednog razloga za ozbiljno razmišljanje o konceptima obrazovanja koje treba da se odnosi na upotrebu medija. Na simuliranu stvarnost kao medijski „odraz“ stvarnosti upozoravao je Žan Bodrijar (Jean Baudrillard) još u vreme kada je digitalizacija bila u začetku. Mada prihvata Mekluanov (Mc Luhan) stav o medijima kao proizvođačima čovekovim, Bodrijar uočava tendenciju da medijska sveprisutnost i sofisticiranost u potpunosti prožme biće čovekovo i stopi se s njim. „U klasičnoj perspektivi (čak i kibernetičkoj) tehnologija je produžetak tela. Ona je funkcionalna usavršenost jednog ljudskog organizma koja mu dozvoljava da se izjednači sa prirodom i da je pobeđnički prisvoji. Od Marksa do Mekluana ista je instrumentalistička vizija mašina i jezika: to su releji, produžeci, mediji – posrednici izvesne prirode idealne, namenjene da postanu organsko telo čoveka.“¹⁴ Bodrijar dalje govori i o „simboličkim povredama“ koje ljudsko telo doživljava u stalnoj povezanosti sa tehnologijom, dok pojedini teoretičari već govore o čipovima koji se implementiraju u mozak.

Osnovno pitanje u okviru diskursa o medijima i obrazovanju danas postaje, ne da li treba ili ne obrazovati i građane, a posebno mlade za korišćenje tehnološki inoviranih medija, već kako to činiti i šta je osnovni cilj takvog edukativnog procesa, šta treba da bude njegov ishodiste.

Pojedinci koji su odavno izašli iz procesa formalnog, organizovanog, školskog učenja imaju niz mogućnosti da se na razne načine obuče za nove tehnologije. U celom svetu na raspolaganju je veliki broj alternativnih oblika edukacije, kraćih ili dužih kurseva i treninga na kojima se može naučiti sve bitno i nadoknaditi propušteno. Deca, mladi su ciljna grupa kojoj treba posvetiti posebnu pažnju. I na toj tački evolucija značenja obrazovnog procesa za medije ponovo čini nužan zaokret:

13 Tomić Z., *News Age*, Beograd 2008, str. 145.

14 Bodrijar Ž., *Simulacija i simulakrumi*, Novi Sad 1991, str. 113.

od medijskog obrazovanja, preko obrazovanja za medije do medijske pismenosti.

Šta bi bila najcelishodnija formulacija koja može da objasni ovu sintagmu? Koja je to abeceda, skup veština i ostalih znanja koji određuju medijsku pismenost? Od mnoštva različitih pristupa pomenućemo mišljenje Džejmisa Potera koji upozorava da oni koji ne budu uspeli da se medijski opismene mogu da se utope u poplavi medijskih poruka. „Suština medijske pismenosti je u držanju stvari pod kontrolom. Viši nivo medijske pismenosti omogućava vam da mnogo jasnije sagledate granicu između stvarnog sveta i sveta koji stvaraju mediji. Kada ste medijski pismeni nalazite jasne putokaze za snalaženje u svetu medija, te možete da dođete do željenih iskustava i informacija, a da vam pritom pažnju ne odvrćaju stvari koje su za vas štetne. U situaciji ste da gradite život kakav vi želite, a ne da prepuštate medijima da vam ga oni grade kako oni žele.“¹⁵

Vidljiv je zaokret od fascinacije novim tehnologijama koje same po sebi imaju određenu privlačnost jer možete iz fotelje da glasate za najbolju pesmu ili političara, da kupujete i na zahtev dobijete određeni medijski sadržaj. Poter govori o suštini: građani treba da budu osposobljeni za selektivnost sadržaja, za „plivanje“ u okeanu poruka i informacija, za snalaženje u onome što se u medijskoj sferi već naziva „informativna mećava“, za prepoznavanje puteva i njihovo razlikovanje od stranputica. Puteva prema čemu? Prema temeljnim znanjima i informacijama koje su krucijalne za delanje pojedinaca i grupa, za njihov izbor, za mogućnost formiranja stavova, za učestvovanje u svetu građana i društvu demokratije. Zapravo ovakvo poimanje upotrebe medija jeste deo uslovljenosti demokratskog društva, za razliku od ishoda upotrebe ljudi od strane medija.

Poter kao ključnu reč pominje kontrolu. Ali to nije rigidna kontrola koja može da indicira oblike zatvorenog ili autoritarnog društva. On čak ne zagovara ni regulatornu kontrolu koja je u savremenom svetu kao deo medijske politike, pogotovo u oblasti elektronskih medija, legitimna. Reč je o kontroli samog građanina koji suvereno drži stvari u svojim rukama i obavešten, osposobljen, štiti sebe od devijacija u sferi komunikacija i tako štiti društvo od raznih oblika patologije. U ovakvom odnosu prema obrazovanju, u fokusu pažnje nije sposobnost rukovanja, manipulisanja, ovim ili onim uređajem. Taj deo pismenosti posmatra se kao i bukvalna pismenost: naučimo slova ne zbog njih, nego zbog knjiga, zbog svega do čega opismenjeni možemo da dođemo. Ovaj pristup tu vrstu, već pomenutog, obrazovanja za medije podrazumeva i prelazi preko nje da bi istakao važniji deo

15 Poter Dž., *Medijska pismenost*, Beograd 2008, str. 32.

medijske pismenosti, a to je upoznavanje sa suštinom i društvenim značajem medija koji su samo sredstvo dolaženja do informacija potrebnih ljudima u svakodnevnom životu i istovremeno poprište sučeljavanja stavova i mišljenja.

Saglasno tome i kada govori o veštinama medijske pismenosti Poter pod tim ne podrazumeva manipulaciju instrumentima i uređajima. On nabroja sedam veština koje su svojevrsna metodologija savremenog čoveka za razumevanje medija. „Analiza, evaluacija, grupisanje, indukcija, dedukcija, sinteza i apstrakcija“¹⁶ su veštine o kojima ovaj teoretičar govori, a sve su u tesnoj vezi sa medijskim sadržajima. Možda je ovakvo stanovište previše zahtevno i favorizuje visokoobrazovane građane, ali savremeno društvo je već postalo informatičko i u perspektivi teško da će odstupiti od ovog trenda.

Kada je sve tako, važno je kakav korpus znanja o medijima treba pružiti deci i opet ne zbog samih medija već zbog osposobljenosti da se medijsko posredovanje koristi na pravi način u širem procesu obrazovanja i u životu uopšte. Drugim rečima, ako su roditelji ostali izvan oblika sistematičnog sticanja znanja iz ove oblasti, to ne sme da se dogodi deci.

Redovna škola na osnovnom ili najkasnije srednjem nivou jeste pravo mesto za sticanje ovih znanja. I opet, to treba da bude u dva osnovna pravca: osposobljavanje za korišćenje medijske tehnike i osposobljavanje za razumevanje medija i selekciju sadržaja, sa akcentom na ovo drugo. „Masovni mediji nude ogroman broj uzora i postupaka od kojih deca mogu da uče. Pošto deca provode veoma mnogo vremena s medijima, uzori koji se prenose slikom (naročito na televiziji i u filmovima) imaju jak uticaj na dečje poimanje društvenih situacija.“¹⁷ Taj uticaj nije uvek pozitivan jer se u medijskoj ponudi mogu da nađu sadržaji koji su štetni za decu. Na to upozorava Žak Gone koji citira istraživanje po kome je: „na kraju osnovne škole jedno dete u proseku videlo oko 8.000 ubistava i više od 100.000 činova nasilja“¹⁸. Isti autor smatra da su u procesu obrazovanja, a u vezi sa medijima, najvažnija pitanja: „koje vrednosti i običaje društvo nastoji da promovise; kojim sadržajima će se dati preimućstvo u prenosu znanja i koja sredstva će se koristiti da bi se ostvarili ti ciljevi?“¹⁹ Gone konstatuje da logika auditorijuma podstiče opadanje kvaliteta programa, a da mediji to koriste u cilju zadržavanja publike, pa televizija proizvodi sve više senzacionalističkih sadržaja. „A ono što je senzacionalističko, retko kad je dobro“,

16 Ibid., str. 41.

17 Ibid., str. 151.

18 Gone Ž., *Obrazovanje i mediji*, Beograd 1998, str. 15.

19 Ibid., str. 19.

kaže Gone. Ovaj teoretičar uočava paralelu između obrazovanja i demokratije, pozivajući se na Karla Popera (Karl Popper), koji je televiziju okarakterisao kao opasnost za demokratiju, a „demokratija je oduvek nastojala da podigne nivo obrazovanja, u tome i jeste njena autentična težnja“²⁰.

Sistematičan, dobro promišljen način edukacije po Goneu i Poteru treba, kao što se vidi, na prvo mesto da stavi dominantne društvene vrednosti i tako osposobi mlade ljude za život u savremenom svetu.

Novе tehnologije i digitalizacija uneli su u svet medija i masovnog komuniciranja obilje etičkih problema. Oni se protežu ne samo na audio-vizuelne medije, već i na onlajn verzije masovnog komuniciranja. Teoretičar Ričard Krejg (Richard Craig) konstatuje: „Složen je, dakle, zadatak napraviti razliku između onoga što je legalno i nelegalno u onlajn novinarstvu. Odlučiti šta je pravilno, a šta pogrešno još je složenije. Pojavom interneta otvorene su nove vrste etičkih pitanja, od kojih se mnoga neposredno odnose na onlajn novinarstvo“²¹.

Kada je tako, i kada u medijskoj sferi postoje opasnosti koje vrebaju maloletnike, njima treba stvoriti obrazovni imunitet za otpornost prema tim pojavama. Ovakav stav je uveliko deo međunarodnog konsenzusa kada je reč o zaštiti dece, i sadržan je i u Konvenciji o pravima deteta, koja je usvojena u Ujedinjenim nacijama 1989. godine. Od država potpisnica ovog dokumenta očekuje se da će: „podsticati razvoj odgovarajućih smernica za zaštitu deteta od informacija i materijala štetnih po njegovo dobro“²². Ovakav stav razrađen je u nacionalnim zakonodavstvima, a podržan i u drugim međunarodnim dokumentima, pre svega članom 10 Evropske konvencije o ljudskim pravima. Države se različito, manje ili više uspešno, bore protiv sadržaja koji mogu štetno da utiču na razvoj dece, često bar tako što zahtevaju da se ti sadržaji ne emituju u vreme kada deca uglavnom gledaju televiziju, već u kasnim noćnim satima.

Često se, međutim, zaboravlja da je međunarodni regulatorni okvir, koji se odnosi na decu i medije aktivno orijentisan prema mogućnostima dečje participacije u javnoj sferi. „Dete ima pravo na slobodu izražavanja; pravo obuhvata slobodu da traži, prima i daje informacije i ideje svih vrsta bez obzira na granice, bilo usmeno, pismeno ili štampano, u umetničkoj formi ili preko bilo kog drugog sredstva informisanja po izboru deteta.“²³

20 Ibid., str. 37.

21 Krejg R., *Onlajn novinarstvo*, Beograd 2010, str. 338.

22 *Konvencija o pravima deteta*, član 17.

23 Ibid., član 13.

Vidi se da se suštinski ova odredba ne razlikuje od odredaba o slobodi izražavanja, koje se nalaze u drugim međunarodnim dokumentima i odnose na sve građane. Dete se u ovom smislu tretira kao građanin i pripadaju mu ista prava kao i odraslima, samo što se stalno naglašava i potreba zaštite. Na samom kraju prošlog veka, u Norveškoj se vodila debata o ulozi koju mediji mogu da imaju u razvoju prava deteta. Iz ove rasprave proizašao je dokument pod nazivom „Izazov iz Osla“ koji posebno razrađuje pitanja:

pravo dece na pristup medijima, uključujući nove medije

pravo dece na medijsko obrazovanje i pismenost

pravo dece da učestvuju u medijima

pravo dece da budu zaštićena od štetnih uticaja medija i od nasilja na ekranu

uloga medija u zaštiti i zalaganju za prava deteta.²⁴

Participativnost dece u javnoj sferi, očigledan je trend koji međunarodna zajednica želi da ostvari. Iako se ponavlja stav o zaštiti dece, mnogo se više govori o njihovoj mogućnosti, odnosno pravu, da budu akteri medija i kreatori medijskih sadržaja. Ideja o pristupu medijima i novim medijima razvejava dileme i otpore onih koji smatraju da dete ne treba da ima svoj blog ili otvorenu stranicu na nekoj od digitalnih platformi. Zato se u pomenutom dokumentu, odmah posle tog prava, pominje pravo na medijsko obrazovanje i pismenost, što treba tumačiti kao vrlo ozbiljnu sugestiju državama, koje one treba da shvate kao obavezu da deci omoguće ovakvo obrazovanje.

Zaključak

Obrazovanje za medije evoluiralo je u poslednjih nekoliko decenija, pod velikim uticajem tehnoloških promena podstaknutih digitalizacijom. Polje masovnih komunikacija dramatično se menja, ostvarujući s jedne strane nesagledivu mogućnosti, a sa druge stvarajući izvesnu zabunu. Reakcije su u širokom dijapazonu od oduševljenja do zabrinutosti. Pošto je tehnološki razvoj nezaustavljiv, nema smisla smišljati brane širenju primene novih mogućnosti. I ovoga puta, kao i u ranim istorijskim periodima, kada su nova otkrića ulazila u upotrebu, radi se o tome da se na organizovan i sistematičan način sve usmeri u konstruktivnom pravcu na društveno odgovoran način. Pošto su tehnološki osavremenjeni mediji već uveliko pokazali svoje dobre i loše

²⁴ *Prava deteta i novinarska praksa – iz perspektive ljudskih prava*, UNICEF, Dublin 2007, prevod: Beogradska kancelarija UNICEF.

strane, potrebna je društvena akcija da se podstakne jedno, a suzbija drugo. Obrazovanje jeste jedan od najboljih načina da se to postigne i obezbedi dugoročna dobrobit od novih mogućnosti komunikacije. Kako bi rekao američki teoretičar medija Wilson Dizard (Wilson Dizard): „Scenario je prijateljski: predskazanje blistave budućnosti koja unapređuje medijske servise, odigraće se u našim životima. Oni sugerišu elektronsku utopiju u kojoj mi sedimo u našim kućama ili kancelarijama sa našim medijskim konzolama uključenim u svet ogromnih informacionih resursa“²⁵. Ova idilična vizija ne mora da se ostvari. Ali i to zavisi od naše spremnosti da učimo i da medije, kao i svoje živote, držimo u sopstvenim rukama.

LITERATURA:

- Bodrijar Ž., *Simulacija i simulakrumi*, Novi Sad 1991.
- Gone Ž., *Obrazovanje i mediji*, Beograd 1998.
- Dizard W., *Old Media new Media, Mass Communications in the information Age*, New York, 1994.
- Krejš R., *Onlajn novinarstvo*, Beograd 2010.
- Lowe G. F. i Hujanen T., *Broadcasting & Convergence: New Articulations of the Public Service remit*, Goteborg 2003.
- Negropont N., *Biti digitalan*, Beograd 1998.
- Poter Dž., *Medijska pismenost*, Beograd 2011.
- Rook R., *European Media in the Digital Age*, London 2009.
- Tomić Z., *News Age*, Beograd 2008.
- Veljanovski R., *Javni RTV servis u službi građana*, Beograd 2004.

Dokumenti:

- Konvencija o pravima deteta*, UN 1989.
- Prava deteta i novinarska praksa – iz perspektive ljudskih prava*, UNICEF, Dablin 2007, prevod Beogradska kancelarija UNICEF.

²⁵ Dizard W., *Old Media new Media, Mass Communications in the Information Age*, New York 1994, str. 19.

Rade Veljanovski
University of Belgrade, Faculty of Political Sciences, Belgrade

EDUCATION FOR MEDIA IN THE NEW
TECHNOLOGICAL AGE – CHANGE OF DISCOURSE

Abstract

The media are no longer a “mirror of society” but constructors of social reality and manufacturers of consciousness. The new technological age gives a strong stimulus to this transformation which further marginalizes the point and cognitive value of the message. These technologies emphasize the technological aspects, sensations of the new, spectacles of the form and the design, which are becoming a purpose in itself. Adding to all this the already observed concentration of information and the difficulty in content selection, the training for media usage and their maintenance on the socially acceptable and constructive level becomes a highly important topic. At the same time, the concepts of “the media education” and “education for the media” oscillate in their implications, alternately going back and forth in their meaning. This paper is trying to determine the evolution of the idea about correlation between the media performance and the educational process, in which at least two approaches are possible: the ability to increase the level of knowledge with the help of the media and the need for gaining skills in order to handle the digitalized media so they can be used to full potential.

Key words: *digitalization, media, education, content, control, manipulation*

