



Виолета Р. Кецман ^[1]
Висока школа за комуникације
Београд (Србија)

УДК 316.776:004(4)
371:004(4)
Оригинални научни рад

Европска агенда медијске писмености

*Морамо припремити младе људе за живот
у свету моћних слика, речи и звукова.*

Унеско (UNESCO)^[2]

Сажетак: У раду је указано на најзначајнија документа Савета Европе, Европске уније и Унеска (UNESCO) у области имплементације медијске писмености. Приказ заступљености медијског образовања у Европи остварен је дескриптивно-аналитичким методом и анализом садржаја националних курикулума, као и националних извештаја о медијској писмености. Циљ деск-истраживања је утврђивање заједничких обележја најуспелијих примера имплементације. Резултати спроведеног истраживања показују да су најуспешнији европски модели потврђени у курикулуму Француске, Велике Британије, Финске и Словеније. Имплементација медијске писмености у курикулум процес је чији успех зависи од континуума медијске писмености у систему образовања, стручне оспособљености наставника за медијско образовање и методичких приступа настави.

Кључне речи: медијска писменост, курикулум, Европска унија, Савет Европе, UNESCO.

Увод

Дефинисањем појма *медијска писменост* бавили су се многи теоретичари медија крајем 20. и почетком 21. века. Комплексну дефиницију, која окупља заједничке тачке концептуализације различитих аутора, дају америчке ауторке Томан (Elizabeth Thoman) и Јолс (Tessa Jolls),

које под медијском писменошћу подразумевају „оквир за приступање, анализу, процену и креирање медијских порука у различитим формама – почевши од штампе, преко видеа, до интернета; медијска писменост гради разумевање о улози медија у друштву, као и суштинске вештине истраживања и самоизражавања грађана у демократији“ (Thoman & Jolls, 2003, стр. 21).

[1] violetakecman@gmail.com

[2] Извештај са Међународног симпозијума за медијско образовање (International Symposium on Education of the Public in the Use of Mass Media), UNESCO, Гринвалд, 1982.

Медијска писменост се првобитно задржавала на критичком разумевању телевизијских порука и утицају телевизије на конзументе. Значај медијског образовања и медијске писмености као његовог конституента, званично је први пут истакнут 1982. године, када је Унесков Међународни симпозијум за медијско образовање издао *Гринвалдску декларацију*. У том документу медијско образовање се посматра као основ за остваривање грађанских права, неопходно средство за активно учешће грађана у модерном друштву, на глобалном нивоу засићеном медијским садржајима: „Уместо да осуђујемо или подржавамо несумњиву моћ медија, треба да прихватимо њихову значајну заступљеност у свету као неоспорну чињеницу“ (UNESCO, 1982, и Радок [Ruddock], 2013, str. 17).

Присуство медијске писмености у националном курикулуму у највећој мери зависи од спремности естаблишмента за медијски писмено друштво. Развијене европске државе деценијама уназад разумеју значај увођења медијске писмености у образовни систем и настоје да одговоре на изазове измењене медијцентричне стварности дигиталног доба. У евроинтеграционом процесу, Србија је на почетку тог пута.

Препоруке Европске уније, Савета Европе и Унеска

Један од првих докумената чије објављивање има за циљ имплементацију медијске

писмености у курикулум јесте *Препорука о медијском образовању* (2000),^[3] који је донела Парламентарна скупштина Савета Европе. У том документу се указује на то да увођење медијске писмености у систем образовања „има за циљ изградњу уравнотежених грађана, способних за доношење властитих судова на темељу расположивих информација“ (Išaretović, 2017, str. 47).

Интензивније бављење Европске уније имплементацијом медијске писмености у образовни систем почиње 2006. године, када је формирано саветодавно тело – Експертска група за медијску писменост (Media Literacy Expert Group), која је током двогодишњег рада деловала у оквиру Европске комисије (European Commission). Крајем 2006. године одржане су прве међународне јавне консултације о медијској писмености у образовању у Европи, где су се окупили представници медија и регулационих тела за медије, образовних институција, креатори образовних политика и удружења грађана. Исход размене мишљења свих укључених страна уследио је 2007. године, када је Европска комисија издала Препоруку о медијској писмености, у којој државама чланицама указује на значај увођења медијске писмености у националне курикулуме. У тачки 18. тог документа истиче се да „медијску писменост треба решавати на различите начине и на различитим нивоима“ (Išaretović, 2017, str. 47). У истом документу наглашава се и значај истраживања у области медијске писмености

[3] Council of Europe: Recommendation 1466 (2000). Media Education <http://assembly.coe.int/Documents/AdoptedText/ta00/EREC1466.HTM>, посећено 20. августа 2017.

у образовању и упућује позив државама чланицама да подстичу покретање дебата на конференцијама и стручним скуповима у области медија и образовања, на којима би се јавно разматрале могућности и начини имплементације медијске писмености.

У појединим документима Европске уније медијска писменост деце и адолесцената обухваћена је садржином документа Чување безбедности деце и младих пред утицајем медија. Такав документ је и Препорука Европског парламента и Савета Европе о заштити малолетника и људског достојанства и право на одговор у односу на конкурентност европске аудиовизуелне индустрије и индустрије информационих услуга из 2006. године. У Препоруци се наглашава важност развоја програма за медијску писменост од стране држава чланица и препоручује низ конкретних акција: подстицање аудиовизуелне и индустрије информационих услуга online („на мрежи“) да избегну и да се супротставе сваком облику дискриминације на основу пола, расног или етничког порекла, вере или уверења, инвалидности, старости или сексуалне оријентације; промовисање мера за борбу

против свих илегалних активности штетних за малолетнике на интернету и слично.

У референтном материјалу о развијању медијске писмености деце и младих, који је Европска комисија објавила 2007. године (*A European approach to Media Literacy in the Digital Environment*) издвајају се три подручја медијске писмености и циљеви који се на њих односе – садржаји „на мрежи“, комерцијална комуникација и аудио-визуелна дела. Приступ сваком од наведена три подручја подразумева изједначавање развоја медијске писмености са јачањем критичке праксе грађанства, односно развијање компетенција за партиципацију у грађанском друштву.^[4]

| 67

Медијска писменост у европским курикулумима

Медијска писменост је у националне системе образовања ушла као део медијског образовања, које је постепено освајало фокус образовних политика након Унескове Гринвалдске декларације (*Grünwald Declaration, 1982*).^[5] Наредни значајни документи из области медијског образовања које је донео Унеско

[4] Министарство културе и информисања Републике Србије организовало је у сарадњи са Унеском, 12. и 13. септембра 2019. у Београду, Међународни експертски састанак о курикулуму за медијску и информациону писменост за наставнике. Учесници дводневне пленарне сесије, тридесет два експерта из целог света, у области медија, образовања, информационих и комуникационих технологија, на пленарној сесији започели су припрему кровног међународног стандарда за медијску и информациону писменост – Београдске смернице за Нацрт глобалних стандарда за курикулуме за медијску и информациону писменост. Планирано је да, након једногодишњег заједничког рада експерата, Унеско до краја 2020. године изда приручник са глобалним стандардима за медијску и информациону писменост за наставнике.

[5] Гринвалдску декларацију потписало је укупно 19 држава и обавезало се да ће у својој образовној политици значајно место посветити медијском образовању.

јесу: Александријска декларација (Alexandria Declaration, 2005), Париска агенда (UNESCO Paris Agenda, 2007) и Курикулум медијске и информационе писмености за наставнике (Curriculum of media and information literacy for teachers, 2011). Последњим документом пружена је синтеза деценије Унесковог стратешког унапређивања медијског образовања у свету.

Место и функција медијске писмености у европским националним курикулумима показује се на следеће начине:

- 68 |
- медијска писменост се не помиње (ово стање карактеристично је за образовне системе економски слабије развијених држава);
 - медијска писменост је један од циљева наставе или исход учења више различитих наставних предмета, али није засебан предмет, нити је интегрисани део одређеног наставног предмета, чије је подручје медијско образовање (у Србији је такво стање постојало од 2008. године до школске 2018/2019. године, до када се медијска писменост као циљ наставе јављала само у програму за четврти разред гимназије – изборни предмет Грађанско васпитање);
 - као модул образовања о медијима медијска писменост интегрисана је у садржај програма предмета, а појам „медији“ део је његовог назива, што је најчешћи случај у државама Европе (у Финској је такав наставни предмет Мас-медијско образовање / Mas-media-koulutus, док је у Србији то изборни предмет Језик, медији и култура, за први и други разред гимназије);

- медијска писменост је интегрисана у курикулум као засебни наставни предмет (у образовним системима на енглеском говорном подручју ово је чест случај, а наставни предмет најчешће носи назив Медијско образовање [Media education], какав је случај у Великој Британији).

У раним фазама имплементације у курикулум европских држава, медијска писменост је првобитно имплементирана као један од циљева наставе предмета у области друштвено-хуманистичких наука, да би се касније интегрисала као засебан модул/област интердисциплинарног предмета или засебан предмет. Заједничко обележје најуспешнијих примера имплементације медијске писмености јесу подстицање компетенција за медијску писменост у контексту популарне културе, стручна оспособљеност наставника за медијско образовање као и присуство медијске писмености у више циклуса образовања (спирални курикулум).

Присуство једнаких активности и показатеља постигнућа ученика за наставни предмет Медијска писменост, или модул/областу оквиру другог наставног предмета у различитим националним курикулумима показује извесна подударња. У свим наставним програмима као један од стандарда постигнућа ученика наводи се способност креирања медијских порука, што подразумева планирање, структурирање идеја у медијски дискурс, али и писање сценарија за изведбе пред сопственом камером, израду фотографија и разумевање порука које оне носе, писање блога, дизајнирање сопствених веб-страница, израда вести и тако даље.

Тенденција коју смо запазили у образовним системима Европе јесте и увођење медиајске писмености као циља наставе наставних предмета који нису непосредно усмерени на образовање о медиајима, као што су: матерњи језик, књижевност, друштвене науке, чување здравља и уметност. Присуство медиајске писмености у националном курикулуму позитивно корелира с резултатима функционалне писмености и логичког мишљења ученика обухваћеним ПИ-СА (PISA) истраживањем – државе са високим постигнућима на PISA тестирању системски се баве медиајском писменошћу ученика у свим или скоро свим циклусима образовања. Европске државе које су показале највише успеха у имплементацији медиајске писмености у курикулум истовремено се и најдуже баве системским проналажењем најбољих решења за имплементацију.

Наставни програми медиајске писмености који нису били тесно повезани с актуелним друштвеним контекстом, у испитиваним образовним системима показали су се као слабији од оних који су пратили актуелни оквир, што указује на потребу да се програмом наставног предмета (или модулом/облашћу који се бави образовањем о медиајима) обухвате све компоненте актуелне стварности.

Анализирајући присуство медиајске писмености у образовним системима на глобалном нивоу, Кармен Ерјавец (Karmen Erjavec) запажа да постоје значајне разлике у приступу медиајској писмености у различитим системима образовања. Erjavec закључује да је на ширем енглеском говорном подручју (Велика Британија, САД, Канада, Аустралија

итд.) медиајска писменост као циљ наставе у почетку најчешће била имплементирана у садржаје предмета Енглески језик (English), док је у европским државама медиајска писменост у већини случајева од првог увођења у образовни систем имплементирана у наставне предмете који се односе на друштвено-хуманистичке науке. Очигледне су и разлике у именовану наставног предмета, односно модула, који се тиче медиајске писмености – у Великој Британији користи се синтагма медиајско образовање (Media education), у Холандији аудио-визуелно образовање (Audiovisueel onderwijs), у Немачкој медиајске компетенције (Medienkompetenz) итд. Ерјавец сматра да се у европске државе које су успешно имплементирале медиајску писменост у систем образовања убрајају Велика Британија, Финска, Норвешка, Ирска, Немачка, Данска, Шведска, Мађарска и Словенија, док су највећа постигнућа у области системског развијања медиајске писмености у свету оствариле Канада и Аустралија (Erjavec, 2005).

У наставку ћемо представити место и значај медиајске писмености у европским националним курикулумима. Приликом избора руководили смо се следећим критеријумима: 1) европска држава која је међу првима увела медиајску писменост у образовни систем (Француска и Велика Британија); 2) европска држава са вишегодишњим високим постигнућима на PISA тестирању (Финска); 3) држава са највишим постигнућима на PISA тестирању у региону (Словенија). За анализу курикулума користићемо податке из извештаја које су приложиле државе учеснице Међународне конференције о медиајској писмености (First

European Media Literacy Forum), одржане 2014. године у Паризу.^[6] Циљ деск-истраживања било је стицање увида у различите моделе имплементације медијске писмености у наставне програме како би се приступило утврђивању одговарајућег модела за српски образовни систем.

Француска

70 | Зачетак медијске писмености у систему образовања везује се за Француску 20-их година 20. века. Образовање ученика о медијима започело је колективним гледањем филмова у биоскопу, на које се надовезивала методички осмишљена дискусија о филму коју су водили наставници. Ученици су подстицани на откривање скривених порука филма, утврђивање начина на који је филм монтиран, анализу одређених ситуација, идеја и сл. Наставници су подстицали ученике на аналитички однос према филму, покушавајући да на тај начин предупредне негативне последице утицаја филма на младе, о којима се почетком 20. века у Француској често јавно расправљало.^[7]

Од 1976. године у Француској је медијско образовање део курикулума и за основну и за средњу школу. У настави медијске писмености анализирају се вести, филм, масовни и нови

медији. Циљ наставе је образовање активних, обавештених и одговорних грађана који равноправно партиципирају у информационом и комуникационом друштву.^[8]

Велика Британија

Увођење медијске писмености у образовни систем у виду наставних области и тема које чине саставни део различитих наставних предмета у државама на енглеском говорном подручју, почело је крајем 80-их година 20. века, да би се, као засебан наставни предмет Медијска писменост / Медијско образовање (Media Literacy / Media education), јавило током последње деценије 20. века. Државе које су на том пољу оствариле највеће домете јесу Велика Британија, Канада и Аустралија. У наставним плановима и програмима ових држава медијска писменост је дефинисана као способност приступа, анализе, евалуације и комуникације преко порука у различитим облицима, проширење традиционалних концептуализација писмености и укључивање широког спектра симболичких облика (Ruddock, 2013). У контексту школског образовања о медијима, тај појам је употребљен за процес критичког анализирања и учења о креирању

[6] UNESCO Headquarters will host the first European Media and Information Literacy Forum from 27–28 May 2014 in Paris. <https://en.unesco.org/events/first-european-media-and-information-literacy-forum>, посећено 20. јануара 2020.

[7] Године 1922. у Паризу је одржана прва национална конференција о могућности коришћења филма у образовању (*Offices regionaux du cinema educateur*, 1922).

[8] Eduscol, the website of the Directorate-general for Schools of the French Ministry for National Education, is aimed at education professionals and, primarily, teachers. Више о томе на: <http://eduscol.education.fr/cid72525/education-aux-medias-information.html>, посећено 10. јануара 2020.



медијских порука – штампаних, аудио, видео и мултимедијалних, са нагласком на савладавању ових вештина читањем и анализом текстова популарне културе (Пијет [Piette], 1997; Hobbs, 1998; Браун [Brown], 1991).

Регулаторно тело за медије у Великој Британији (Office of Communication – OFCOM) идентификовало је 2004. године потребу за медијском писменошћу у образовању и установило три поља њеног остваривања: 1) приступ медијима; 2) комуникацију помоћу медија и 3) медијску продукцију. Године 2008. водећи британски теоретичари медија Бакингам (Buckingham), Ливингстонова (Livingstone) и Базелџет (Bazalgette) надовезали су се на ову дефиницију развијајући тзв. Три К модел (The 3 C's), као скуп три приступа који

Виолета Р. Кеџман
Европска агенда
медијске писмености

обезбеђују медијску писменост у образовању: *културолошко учење, критичко учење и креативно учење.*

Према Извештају за Унескову конференцију *Media and Information Literacy Policies in Great Britain* (2013),^[9] у Великој Британији је средином 20. века медијско образовање било интегрисано у наставу матерњег језика. У формалном наставном програму за средњу школу медијско образовање се налази од 1980. године. У књизи *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*, Бакингам истиче да ученици у Великој Британији уче: 1) како медији својим језиком креирају значење; 2) како медији представљају свет; 3) која је улога и који је интерес институција – ко производи медијске садржаје и зашто су медијски садржаји такви какви јесу и 4) на који начин људи перципирају и користе медијске садржаје (Buckingham, 2003).

Бакингам наводи да се као облици наставе највише користе критичка анализа, дискусија и креативне радионице. На часовима се анализирају различити медијски садржаји, као што су рекламе и вести, али се истовремено очекује од ученика и да креирају сопствене медијске садржаје: вести, фотографије, видео-прилоге, интернет странице и сл. Пажња се посвећује анализи медијских порука и изведеним закључцима. Учећи језик медија, ученици гледају кратке филмове, разматрају њихове елементе, попут кретања камере, тона, монтаже, а потом анализирају ауторске поступке и њихову везу са

[9] Више о томе на: http://ppemi.ens-cachan.fr/data/media/colloque140528/rapports/UNITED-KINGDOM_2014.pdf, посећено 10. јануара 2020.

главном идејом. Након тога ученици сами праве своје кратке филмове, креирајући, у договору са наставником, крајњи циљ приче, опредељујући се за одређена средства и медијски језик. Такође, ученици анализирају начине на које популарне личности граде медијску слику о себи (најчешће звезде популарне културе које ученици иначе прате), прикупљају објављени материјал о њима, утврђују стратегије манипулације и др. Активности ученика усмерене су и на праћење односа између приче и вести, након чега ученици сами од одређене приче креирају вест или од вести креирају причу (Buckingham, 2003).

Бакингам запажа да се проблем јавља у пракси, јер се аналитички и продукцијски рад најчешће посматрају одвојено и на тај начин распоређују у наставни програм и реализују. Сматрајући да нема потребе за засебним наставним предметом у средњој школи, Бакингам предлаже онтолошке измене предмета Књижевност (Literature), тако што би његов садржај произлазио из: 1) студија књижевности и 2) студија медија. Такав наставни предмет био би врло широко дефинисан и бавио би се, пре свега, културом (укључујући и популарну културу) и комуникацијама (Buckingham, 2003).

Резултати националног истраживања о томе како деца и адолесценти користе интернет, спроведеног у Великој Британији 2003. године, указују на чињеницу да упркос напорима владе да уведе интернет у све школе и технолошки их адекватно опреми с циљем

унапређења образовања, а посебно развијања медијске писмености, деца и адолесценти интернет првенствено користе за међусобну комуникацију.



Дијаграм1. Три кључна елемента медијске писмености у образовању, The 3 C's^[10]

У Великој Британији медијски продукцијски рад ученика у оквиру наставних и ваннаставних активности оцењује се континуирано и бројчано и сматра се обавезним (Išaretović, 2017). Знање из наставног предмета Медијско образовање (Media education) у средњим школама у Великој Британији проверава се и у оквиру националне матуре.

[10] The 3 C's (Bazalgette 2008. према OFCOM 2008). Преузето са: http://ppemi.ens-cachan.fr/data/media/colloque140528/rappports/UNITED-KINGDOM_2014.pdf; посећено 15. децембра 2019.

Финска

У средње образовање Финске медијска писменост уведена је 1979. године, кроз наставни предмет Мас-медијско образовање (Mas-media-koulutus). Имплементација у средње образовање надовезала се на увођење медијске писмености у основну школу 1970, што представља значајан континуум за све релевантне стране. Медијска писменост, као циљ наставе, укључена је у више средњошколских предмета – матерњи језик, уметност, историју, друштвене и еколошке студије (Išaretović, 2017).

Зачетак идеје о увођењу образовања за медије у Финској датира још од 50-их година 20. века, када су стручна и шира јавност показале забринутост због снажног утицаја филма на младе. Касније се страх од лошег утицаја медија проширио с телевизије на музику и видео-гејминг. Промену су донеле реформе основног и средњег образовања 80-их година 20. века, када се са строгог, моралистичког правца образовних политика прешло на потребу за истраживачким приступом знању, функционалном писменошћу и креативном продуктивношћу. Уводи се строга селекција на наставничким факултетима и на радна места наставника запошљавају се најуспешнији студенти. Једна од главних тема развоја постала је остварење *динамичкој концепцији знања*.^[11] Нови приступ настави донео је смисленије учење и разумевање садржаја.

Велики подстицај за ову промену представљало је све веће присуство информатичких и комуникацијских технологија у тадашњим школама (Sahlberg, 2013).

Образовање о медијима у Финској успостављено је и даље развијано „сарадњом Владе, школа и школских управа, академске заједнице и трећег сектора, посебно мноштва невладиних организација“ (Išaretović, 2017, str. 55). Године 2013. Финска је усвојила националну стратегију о медијској писмености. Слабости на које се указује у Извештају^[12] тичу се неусаглашеног нивоа компетентности наставника за образовање о медијима.

Словенија

Коренита реформа образовног система 90-их година 20. века у Словенији донела је укључивање медијске писмености као циља наставе у основно и средње образовање. Као самостални предмет, медијско образовање имплементирано је у курикулум за седми, осми и девети разред основне школе. Значајно је и увођење курса Одгој за медије (Medijska vzgoja) на наставничке факултете у Љубљани (Факултет за друштвене науке, Педагошки факултет), крајем 90-их година и почетком 2000. године. Програм курса подразумева успостављање и јачање компетенција будућих наставника за анализу и продукцију медијских порука кроз наставне садржаје.

[11] Динамички концепт знања подразумева концепт критичког мишљења.

[12] Finland Ministry of Education and Culture (2013). Good media literacy policy guidelines, 2013–2016. <http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2013/liitteet/OKM13.pdf?lang=fi>; посећено 9. фебруара 2020.

Као примарни циљ медијског образовања у Словенији наводи се формирање „аутономног, компетентног, друштвено одговорног и активног грађанина, који зна како да изабере квалитетне информације и одговорно комуницира у медијима и другим друштвеним облицима комуникације“ (Išaretović, 2017, str. 75). Упркос узлету на почетку спровођења реформе, очигледан је застој у стратешком унапређивању кроз наставу. Према речима аутора Извештаја,^[13] узрок треба тражити у занемаривању медијске писмености у стратешким документима, односно националној образовној политици (на пример, у кључном стратешком документу – Националној стратегији за развој писмености из 2006. године само једном се помиње појам *медијска писменост*).

Аутор Извештаја закључује да јасно дефинисана и стабилна стратегија развоја медијске писмености у систему образовања Словеније не постоји. У пракси се јављају многи узорни примери медијског образовања, али на тај начин реализована настава није системски координисана. Као и у већини других просветних система, квалитет медијске писмености у средњем образовању препуштен је пре свега личним интересовањима, компетенцијама и етичкој одговорности наставника.

Многи истраживачи медијске писмености слажу се у једном: без обзира на улагања великих напора на пољу медијске писмености у европском образовању, Канада је у последње две деценије водећа сила у свету на том пољу.

Почетак образовања о медијима у Канади везује се за рад Маршала Маклуана (Herbert Marshall McLuhan), који је предвидео моћ медија и први указао на важност познавања медија у „глобалном селу“. Осим Маклуана, на европско и светско медијско образовање утицао је и канадски аутор и истраживач медија Харолд Адамс Инис (Harold Adams Innis). Године 1999. медијска писменост у Канади постаје обавезни предмет за све ученике средњих школа. Као и у већини других држава које су озбиљно приступиле медијском образовању, и канадски адолесценти у средњу школу долазе са претходно стеченим основним знањем о медијима. У основној школи се учи медијска писменост посредством језика уметности – прате се и анализирају поруке из позоришних представа и филмова. У средњем образовању фокус се измешта на анализу медијских садржаја, дискусију о њима и продукцију. Паралелно са савладавањем медијске писмености кроз школски образовни систем, у Канади се подстиче развијање медијске писмености путем ваншколских активности – летњих кампова и превентивних програма.

Закључак

Критичко промишљање о медијским садржајима основно је обележје медијске писмености, есенцијалне компетенције за партиципацију у грађанском друштву на почетку 21. века.

Присуство медијске писмености у систему образовања условљено је спремношћу

[13] Media and Information Literacy Policies in Slovenia (2013), http://ppemi.ens-cachan.fr/data/media/colloque_140528/rappports/SLOVENIA_2014.pdf; посећено 17. јануара 2020.



picseis.com/

естаблишмента за медијски писмено друштво. Резултати спроведеног истраживања показују да су економски развијене државе увеле медијску писменост у образовни систем, као и да је имплементација медијске писмености у курикулум комплексан процес, чији успех зависи од присуства медијске писмености у више циклуса образовања, стручне оспособљености наставника за медијско образовање и методичких приступа настави.

У спроведеном истраживању као најуспешније европске државе у имплементацији медијске писмености у образовни систем показу-

ле су се Велика Британија, Финска, Француска и Словенија. Анализом садржаја националних курикулума и извештаја чланица Међународне конференције о медијској писмености, утврђена су три модела имплементације: медијска писменост један је од циљева наставе или исход учења више различитих наставних предмета, али није засебан предмет; медијска писменост је модул или област програма наставног предмета, који у свом називу садржи појам „медији“ и медијска писменост је интегрисана у курикулум као засебни наставни предмет (Медијска писменост или Медијско образовање).



Фотографија 1: Генерална директорка УНЕСКО-а Одри Азуле (Audrey Azoulay), др Олунифеси Сурај (Olunifesi Suraj), Нигерија и др Виолета Кеџман (Србија), Међународни експертски састанак о курикулуму за медијску и информациону писменост за наставнике, Београд 2019.

Фото: Министарство културе и информисања РС

Сprovedено истраживање показује да на успех системског увођења медијске писмености знатно утиче и јасно дефинисана и стабилна

стратегија развоја медијске писмености кроз образовни систем. Државе које имају јасно дефинисану стратегију (попут Финске), показале су чвршћи континуум у системском медијском образовању.

Заједничко обележје најуспешнијих примера имплементације медијске писмености јесу: присуство медијске писмености у више циклуса образовања (спирални курикулум), подстицање компетенција за медијску писменост у контексту популарне културе и актуелне друштвене стварности, наставне активности које подразумевају анализу, дискусију, радионичарски рад и медијску продукцију, приступ медијима у настави, истраживање комуникације преко медија, као и увођење медијске педагогије на наставничке факултете и континуирано стручно усавршавање наставника за медијско образовање.

У свим документима Европске уније, Савета Европе и Унеска у области медијске писмености, препознатљива је идеја изједначавања развоја медијске писмености са јачањем критичке праксе грађанства, односно развијања компетенција грађана за партиципацију у грађанском друштву.

References/Литература

- Bazalgette, C. (1992). The politics of media education. In M. Alvarado and O. Boyd-Barratt (Eds), *Media education: An introduction*. London: British Film Institute.
- Bazalgette, C. (2008). Transforming literacy. U. S. T. U. Carlsson, G. Jacquinet- Delaunay & J. Tornero (Eds), *Emprovement Through Media Education An Intercultural Dialogue* (p. 245-250). Goteborg: Nordicom.
- Buckingham, D. (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*, Cambridge: Polity Press, UK.
- Brown, J. A. (1991). *Television „critical viewing skills“ education*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hobbs, R. (1998). *The Seven Great Debates in the Media Literacy*, Journal of Communication, Winter, Washington: International Communication Association, p. 11-48.
- Išaretović, S. (2017). *Programi obrazovanja i medijska pismenost srednjoškolaca u Republici Srpskoj* (doctoral dissertation), Univerzitet „Džon Nezbit“, Fakultet za kulturu i medije, Beograd. Aviable at <http://nardus.mpn.gov.rs/handle/123456789/8848?show=full> [In Serbian]
- Piette, J. (1997). *L'education aux medias et le developpement de la pensee critique des jeunes*. Presentation at the UNESCO conference, Les Jeunes and Les Medias, Avril 24.
- Ruddock, A. (2013). *Youth and Media*. Beograd: Klio. [In Serbian]
- Sahlberg, P. (2013). *Finnish Lessons, What can the world learn from educational change in Finland?*Beograd: Novoli. [In Serbian]
- Strategy for the development of the public information system in the Republic of Serbia until 2016* (2011), no. 75/2011, str. 16, Beograd: Službeni glasnik RS.[In Serbian]
- Thoman, E. and Tessa J. (2003). *Literacy for the 21st Century – An Overview & Orientation Guide To Media Literacy Education*, Malibu, CA: Center for Media Literacy (CML).

Webography/Вебографија:

- UNESCO Headquarters will host the first European Media and Information Literacy Forum from 27-28 May 2014 in Paris. Available at: <https://en.unesco.org/events/first-european-media-and-information-literacy-forum>.
- Council of Europe: Recommendation 1466 (2000). Media Education. Available at: [http://assembly.coe.int/Documents / AdoptedText/ta00/EREC1466.HTM](http://assembly.coe.int/Documents/AdoptedText/ta00/EREC1466.HTM).
- Eduscol, the website of the Directorate-general for Schools of the French Ministry for National Education, is aimed at education professionals and, primarily, teachers. Available at: <http://eduscol.education.fr/cid72525/education-aux-medias- information.html>Унитед.

Media and Information Literacy Policies in UnitedKingdom_2014. Available at: http://ppemi.ens-cachan.fr/data/media/colloque140528/rapports/UNITED-KINGDOM_2014.pdf.

The 3 C's. Available at: http://ppemi.ens-cachan.fr/data/media/colloque140528/rapports/UNITED-KINGDOM_2014.pdf.

Finland Ministry of Education and Culture (2013). Good media literacy policy guidelines, 2013-2016. Available at: <http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/julkaisut/2013/liitteet/OKM13.pdf?lang=fi>.

Media and Information Literacy Policies in Slovenia (2013). Available at: http://ppemi.ens-cachan.fr/data/media/colloque140528/rapports/SLOVENIA_2014.pdf.

Violeta R. Kecman

Higher School of Communications

Belgrade (Serbia)

78 |

European Media Literacy Agenda

Summary

The paper sheds light on the most important documents of the Council of Europe, the European Union and UNESCO in the field of media literacy implementation. The representation of media education in Europe was achieved by a descriptive-analytical method and an analysis of the content of national curricula, as well as reports on media literacy. The goal of this desk research is to identify common features of the most successful implementation examples. The results of the research show that the most successful European models have been implemented in the educational systems of France, Great Britain, Finland and Slovenia. The implementation of media literacy in the curriculum is a process whose success depends on the continuum of media literacy in the education system, the professional qualifications of teachers for media education and methodological approaches to teaching.

Keywords: media literacy, curriculum, European Union, Council of Europe, UNESCO