

# Usklađenost definisanja razvoja medijske pismenosti u okviru „Strategije razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020–2025” sa preporukama međunarodne organizacije UNESCO za razvoj politika i strategija informacione i medijske pismenosti

Marina Zec<sup>1</sup>

Univerzitet umetnosti u Beogradu, Fakultet dramskih umetnosti

DOI: 10.5937/cm16-31286

**Sažetak:** *U globalnom, visoko umreženom svetu, stvaranje medijskih politika na nacionalnom nivou postaje prevaziđeno i razvija se potreba za stvaranjem nadnacionalnih smernica i preporuka u oblasti medijske politike. Jedna od posebnih medijskih oblasti za čiji razvoj je potrebno uvažavanje nadnacionalnih okvira jeste oblast medijske pismenosti. Ova studija se bavi komparativnom analizom delova teksta „Strategije razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020–2025. godina” koji se odnosi na medijsku i informacionu pismenost i teksta UNESCO priručnika „Smernice za politiku i strategiju informacione i medijske pismenosti”. Cilj ovog rada je procena da li je i u kojoj meri „Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020–2025” sledila preporuke UNESCO priručnika. Teorijski okvir rada predstavljaju teorije medijske politike u globalnom diskursu i definicije medijske pismenosti Džejmsa Potera i Tibora Koltaja, a empirijski deo rada zasnovan je na desk istraživanju i komparativnoj analizi dva teksta. Komparativna analiza ova dva dokumenta je dvojaka: poredimo različite pristupe pisanja i razvoja politika i strategija koji su prisutni u oba dokumenta, ali je poređenje takođe usmereno i na procenu u kojoj meri je Medijska strategija napisana u skladu sa preporukama iznetim u Smernicama UNESCO-a. Opšti zaključak rada je da iako Medijska strategija ukazuje na osnovno razumevanje potrebe za razvojem razvoja medijske pismenosti, mere propisane*

<sup>1</sup> Kontakt sa autorom: marinzecpress@gmail.com

*Medijskom strategijom izrazito su opšte definisane, nemaju jasno postavljene indikatore i ostavljaju prostor za slobodnu interpretaciju funkcionalnosti ovih mera, te tekst Medijske strategije posvećen medijskoj pismenosti nije u dovoljnoj meri napisan u skladu sa UNESCO preporukama. U skladu sa time, izvedene su i preporuke na koji način bi po uzoru na UNESCO preporuke bilo korisno baviti se pitanjem razvoja medijske pismenosti u okviru Medijske strategije.*

**Ključne reči:** medijska politika, medijska pismenost, medijska strategija, UNESCO, UNESCO smernice

## 1. Uvod

U globalnom svetu, politike i propisi na nacionalnom nivou više nisu dovoljni (Iosifidis, 2011:1). Savremeni svet se pod uticajem globalizacije i tehnološkog razvoja pretvorio u ono što je Makluan (McLuhan, 1989) nazvao *globalnim selom*. Upravo u tom globalnom selu, ljudska interakcija, industrija, ekonomija i političke odluke više nisu ograničene nacionalnim, već globalnim okvirima. Sarakakis i Čakravarti (Sarikakis & Chakravartty, 2006:3) ističu da procese globalizacije prati kontinuirana transformacija komunikacionih i medijskih pejzaža širom sveta, na koju utiče složena mreža različitih, međusobno nezavisnih faktora.

U takvom svetu logika razvoja medijskih politika koja se razvija samo na osnovu nacionalnog sistema i potreba, postaje prevaziđena. Stvara se potreba za razvojem nadnacionalnih smernica i preporuka u oblasti medijske politike, kako bi nacionalni sistemi zajedno mogli da funkcionišu u internacionalnom sistemu (Papathanassopoulos, 2016:5). U dvadesetom veku, pokretanje mnogih globalno relevantnih procesa i tema započeto je upravo na nadnacionalnom nivou, u okviru nadnacionalnih tela sa savedotavnim funkcijama, nakon čega bi ti procesi i teme bili uvršavani i u pojedinačna nacionalna zakonodavstva. Jedan od takvih aktera sa nadnacionalnim uticajem koji ima posebno važnu ulogu na polju zaštite i promovisanja kulturnog diverziteta i slobode izražavanja na globalnom nivou je Organizacija Ujedinjenih nacija za obrazovanje, nauku i kulturu (UNESCO<sup>2</sup>), jedna od organizacija Ujedinjenih nacija, nastala po završetku Drugog svetskog rata 1945. godine (UNESCO, 2017b).

UNESCO 1970-ih godina počinje da isticke važnost medijskog obrazovanja stavljajući ga na listu svojih prioriteta. Na Međunarodnom simpozijumu

---

<sup>2</sup> Eng. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO).

o medijskom obrazovanju održanom 1982. godine u Grunvaldu (Grunwald, Federalna Republika Nemačka), učesnici donose prvu Deklaraciju o medijskom obrazovanju kada pocinje i zalaganje za sistemski razvoj medijske pismenosti na svim nivoima obrazovanja, na medunarodnom nivou (Vajzović i dr., 2021:78).

Na konferenciji koja održana u Aleksandriji 2005. godine, UNESCO formuliše krovni koncept „medijska i informaciona pismenost<sup>3</sup>” koji i danas koristimo. MIP se odnosi na sve medije, integriše sve pismenosti neophodne za snalaženje u digitalnom okruženju, povezuje različite pristupe medijskom obrazovanju ističući važnost očuvanja kulturne raznolikosti, ljudskih prava, dijaloga, tolerancije, rodne, etničke, seksualne i svake druge ravnopravnosti (Vajzović i dr., 2021:78). Danas, jedna od osnovnih oblasti kroz koje UNESCO ostvaruje svoje ciljeve i na čijem razvoju radi jeste polje medija, komunikacija i informisanja. UNESCO posebno radi na razvoju medijske i informacione pismenosti (eng. MIL – Media information literacy), a u okviru UNESCO projekta pod nazivom „MIP – Medijska i informaciona pismenost”, 2015. godine nastao je i priručnik „Smernice za politiku i strategiju informacione i medijske pismenosti” (UNESCO, 2015), koji i danas predstavlja relevantan priručnik za razvoj medijskih politika i strategija za razvoj medijske pismenosti.

U Srbiji, medijska i informaciona pismenost u poslednjih pet godina ulazi u fokusu javnih rasprava kako u medijsko-informativnom sektoru, tako i u IT sektoru, međutim iako se medijskoj i informacionoj pismenosti poklanja veća pažnja, ova oblast je još uvek nedovoljno razvijena (Medijski edukativni centar, 2017:5). U Srbiji ne postoje jasno formulisane javne politike i sveobihvatna strategija razvoja medijske i informacione pismenosti, ali je u različitim dokumentima (kao što su strateški dokumenti i dokumenti koji se odnose na sagledavanje razvoja medijske pismenosti u okviru procesa pridruživanja Evropskoj uniji) prepoznata važnost nekih njenih aspekata (Medijski edukativni centar, 2017:5). Iako medijske strategije predstavljaju važan deo medijske politike jedne zemlje, prva medijska strategija u Srbiji (za period od 2011. do 2016. godine) doneta je tek 2011. godine. Devet godina kasnije, 2020. godine doneta je nova, „Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020-2025. godina“<sup>4</sup> i ona predstavlja strateški plan za period od 2020.

<sup>3</sup> U daljem tekstu: MIP

<sup>4</sup> U daljem tekstu: Medijska strategija.

do 2025. godine. U okviru nove Medijske strategije razvoj medijske pismenosti postavljen kao jedan osnovnih ciljeva Strategije. Osim u ovom dokumentu, medijska pismenost je prepoznata kao važna oblast od javnog interesa u novom setu medijskih zakona usvojenom 2014. godine (Medijski edukativni centar, 2017:8)<sup>5</sup>.

Upravo zbog tesne povezanosti globalnih uticaja koji oblikuju medijsku sferu i medijsku politiku, koja prevazilazi nacionalne okvire i važnost medijske pismenosti na razvoj savremenog društva, u ovom radu želimo da uporedimo tekst „Smernica za politiku i strategiju informacione i medijske pismenosti“<sup>6</sup> i Medijske strategije, kako bismo ocenili da li je i u kolikoj meri deo teksta koji se odnosi na definisanje razvoja medijske pismenosti u okviru Medijske strategije napisan u skladu sa sa preporukama UNESKO priručnika, ali i kako bismo uporedili različite pristupe pitanju razvoja medijske pismenosti u ova dva dokumenta.

Teorijski metod istraživanja oslanja se na teorije medijskih politika u globalnom diskursu, tačnije na radove savremenih teoretičara Petrosa Iosifidisa (Petros Iosifidis) i Stilianosa Papatanasopulosa (Stylianos Papathanassopoulos) i radove teoretičarki Paule Čakravarti i Katarine Sarikakis (Paula Chakravarty, Katherine Sarikakis), kao i teorije o medijskoj pismenosti, pri čemu se oslanjamo na pristupe Džejmisa Potera (James Potter), Rene Hobs (Renee Hobbs), Tibora Koltaja (Tibor Koltay) i Dagleasa Kelnera (Douglas Kellner) medijskoj pismenosti. Osnovu empirijskog dela istraživanja predstavlja desk istraživanje Medijske strategije i UNESKO priručnika, kao i komparativna analiza sadržaja oba dokumenta, sa posebnim fokusom na sadržaj koji se odnosi na definisanje razvoja medijske pismenosti. U zaključku rada ponudićemo kratke preporuke koje ukazuju na koji način bi koristeći UNESKO preporuke bilo korisno raditi na definisanju razvoja medijske pismenosti u okviru Medijske strategije u Srbiji.

## 2. Teorijski okvir rada

U osnovi rada su teorije medijske politike koje stavljaju fokus na stvaranje medijske politike u globalnom diskursu i teorijski pristupi medijskoj pismenosti Džejmisa Potera, Rene Hobs, Tibora Koltaja i Dagleasa Kelnera.

<sup>5</sup> Medijska pismenost se pominje u Zakonu o javnom informisanju i medijima iz 2014. godine (paragraf II, član 15), u Zakonu o javnim medijskim servisima iz 2014. godine (paragraf II, član 7).

<sup>6</sup> U daljem tekstu: Smernice za politiku i strategiju IMP ili UNESCO priručnik.

## 2.1. Medijska politika u globalnom diskursu

Medijska politika je jedan od mnogih pojmova u oblasti teorije medija koji nemaju jedinstvenu definiciju. Medijska politika predstavlja, prema Iosifidisu, regulaciju različitih masovnih medija (radio, televizija, novine) i telekomunikacija, koji u eri digitalne konvergencije podrazumevaju i nove digitalne i onlajn medije, kompjutere i internet (Iosifidis, 2011:7). Kao naučno polje, medijska politika nastaje u okviru teorije medija i komunikacija pedesetih godina dvadesetog veka (Mansell & Raboy, 2011:1). Ipak, tek sredinom osamdesetih godina ovaj pojam dobija širu upotrebu i istraživanja na polju medijske politike postaju značajna (Iosifidis, 2011:7). Dramatične promene na polju komunikacionih sistema i tehnologija su naterale države i međunarodne organizacije da razmotre stvaranje strateškog pristupa koji će uređivati tehnološke (pa i komunikacione) promene (Papathanassopoulos, 2016:2). Sa jedne strane, postojala je želja u svetu da se, kroz razvoj medijskih politika, osigura i promoviše javni interes, ali i da se procene kapaciteti televizije, koji bi mogli da se koriste u političke svrhe (Iosifidis, 2011:7).

Značaj medijske politike ogleda se u njenoj povezanosti sa politikom, tehnologijom i ekonomijom.

Medijska politika jedne države nastaje kao artikulacija društvenih, političkih i ekonomskih prilika i potreba i odnosi se na aktivnosti vlade i javne administracije koje imaju specifične ciljeve, kao i specifične resurse kojima mogu te ciljeve da ostvare (Iosifidis, 2011:12). Prema Iosifidisu (2011), medijskom politikom regulišu se struktura, produkcija i distribucija medija. Medijske politike su stvorene kako bi obezbedile nezavisnost medija od vlasti, širok spektar izbora, tržišnog takmičenja, i omogućile (u skladu sa dominantnom neoliberalnom ideologijom) konzumentima da samostalno vrše kontrolu nad sadržajem (Iosifidis, 2011:8).

Flu (Flew, 2007:17) pojednostavljeno objašnjava medijsku politiku jedne države kao set zakona i pravila koji se uobičajeno bave pitanjima kao što su: promocija nacionalne kulture i identiteta, promocija sadržaja koji odgovara potrebama kako većine, tako i manjinskih grupa, kontrola medijskog tržišta radi efikasnijeg poslovanja, ograničavanje monopola radi ostvarivanja medijskog pluralizma i diverziteta, prevencija distribucije sadržaja koji su štetni za zajednicu, uspostavljanje medijskih standarda kako bi bilo osigurano tačno i objektivno izveštavanje o temama koje su od javnog značaja.

Govoreći o medijskoj politici, važno je da napravimo distinkciju između politike (policy) i regulative (regulation). Fridmen (Freedman, 2008:13) ističe da medijska politika predstavlja šire polje koje karakteriše set ideja i pretpostavki o željenoj strukturi i ponašanju u oblasti medija, a regulacija se odnosi na specifične institucionalne mehanizme, koji služe za ostvarenje ovih politika. To znači da, idealno, medijska regulativa proističe iz medijske politike; medijska politika se odnosi na razvoj željenih ciljeva i opštih mera koji mogu da promene strukturu i ponašanje u okviru medijskih sistema, a regulacija ukazuje na mehanizme i sredstva pomoću kojih se ti ciljevi mogu ostvariti (Iosifidis, 2011:12).

Do nedavno, medijske politike su uglavnom stvarane na nacionalnom nivou, a nacionalne države su viđene kao jedini akteri nadležni za stvaranje i implementaciju ovakvih politika. Ipak, Sarakakis i Čakrivati nas podsećaju da u današnjem, globalizovanom svetu, postoji potreba za stvaranjem novih vrsta politika i upravljanja koje bi bile rezultat savremene dinamike između države, tržišta, građana i medija. Akteri koji utiču na razvoj medijskih politika više nisu samo države i vlade, već transnacionalna tela, regionalne i lokalne administracije, kao i translokalne mreže i korporacije (Sarikakis & Chakravartty, 2006:5).

## 2.2. Medijska pismenost – preduslov informisanosti građana

Medijska pismenost definisana je na konferenciji u Aspenu 1992. godine kao „sposobnost pojedinca (građanina) da pristupi, analizira i proizvodi informacije za specifične ishode (Aufderheide, 1993:6). Patricija Aufderhaid ispred grupe medijskih eksperata okupljenih oko Aspen Instituta definisala je medijsku pismenost kao „pokret koji proširuje pojam pismenosti kako bi uključivao moćne post-štampane medije koji dominiraju našim informacionim pejzažom koji pomaže ljudima da razumeju, proizvode i pregovaraju značenja u kulturi snažnih slika, reči i zvukova” (Aufderheide 1993:9). Medijski pismena osoba, a svako bi trebalo da ima priliku da to bude, može samostalno da dekodira, evaluiira, analizira i proizvodi sadržaje kako štampanih tako i elektronskih medija (Aufderheide 1993:9).

U akademskom svetu postoje različiti pristupi medijskoj pismenosti, koji (1) sa različitih pozicija posmatraju odnos medija i publike (moćni mediji i aktivna publika); (2) često se fokusiraju na određeni tip medija i medijskog sadržaja (npr. news literacy, filmska pismenost, advertising literacy, multimedijalna pismenost, digitalna pismenost, itd.); ili (3) određenu ciljnu grupu (naj-

češće mlade i decu); neretko (4) svoju saznavnu bazu grade iz različitih teorijskih postavki i naučnih disciplina (pored studija medija i komunikacija i psihologije, sociologije, studija kulture, feminističke teorije, studija građanstva, itd.); i na kraju (5) obojeni su intelektualnim nasleđem kultura i društvenim okolnostima u kojima se razvijaju i na čije izazove pokušavaju da odgovore (Vajzović i dr., 2021:79). Određeni teoretičari poput Rene Hobs objašnjavaju i opisuju istorijat razvoja različitih definicija medijske pismenosti (Hobbs, 2019), a u poslednjih deset godina posebna pažnja pridaje se digitalnoj pismenosti.

Rene Hobs u svom definisanju medijske pismenosti ukazuje na njenu transdisciplinarnost, koja se odnosi na četiri teorijske pozicije koje je posmatraju kao : kao sredstvo odbrane protiv negativnih efekata masovnih medija, kao sredstvo borbe protiv hegemonске moći masovnih medija, kao sredstvo za prepoznavanje struktura i prirode konstrukcije medijskih poruka i kao sredstvo prepoznavanja uloge igre, identiteta, glasa i subjektivnosti u praksama konzumacije i stvaranje medija (Hobbs, 2019:2).

Rene Hobs ističe da su savremene prakse pismenosti ugrađene u situacioni kontekst (Hobbs, 2019:8), kao i da se medijska pismenost sve više prepoznaje kao alat za osnaživanje učesća mladih ljudi u društvenom i političkom životu jer ima kapacitet da omogući mladima da traže informacije koje se tiču važnih problema, procenjuju kvalitet informacije koje su im dostupne i da se uključe u dijalog sa drugima kako bi stvarali saradnje i koalicije (Hobbs, 2019:12). U svom radu, ona prepoznaje i povezanost edukacije u oblasti medijske pismenosti sa razvojem demokratskog mišljenja.

Džemjs Poter ističe da živimo u okruženju koje se mnogo razlikuje od bilo kog ljudskog okruženja do sada, a uz to se ono i sve brže menja. Kao razlog tome, on navodi sve veću proizvodnju informacija i njihovu distribuciju sve brojnijim medijskim kanalima, kao i ogroman broj medija koji te kanale koriste. Problem informacija se, u poslednjih pola veka, od obezbeđivanja njihove dostupnosti pretvorio u zaštitu od njihovog prevelikog obima (Poter, 2011:27).

Tibor Koltaj deli Poterovo mišljenje o svakodnevnoj prezasićenosti informacijama i medijskim sadržajima. Koltaj ističe da mediji utiču na našu percepciju, uverenja i stavove (Koltaj, 2011:211), a Poter dodaje da upravo razvojem medijske pismenosti možemo da se oslobodimo nametnutih obrazaca mišljenja i ponašanja koje nam mediji svakodnevno plasiraju, ili kako on to precizno



naziva, da se oslobodimo medijskog programiranja svesti<sup>7</sup>. Medijski pismeni ljudi nailaze na jasne putokaze za snalaženje u svetu medija, te da mogu doći do željenih iskustava i informacija, a da im pri tome ne odvrćaju pažnju one koje su za njih štetne (Poter, 2011:51).

Poter definiše medijsku pismenost kao skup gledišta koje u korišćenju medija aktivno primenjujemo da bismo protumačili značenje poruka koje primamo (Poter, 2011:32). On dodaje da je medijska pismenost višestruki pojam, te da bismo shvatili šta nam sve nudi, treba joj pristupiti iz više uglova, kao i da medijska pismenost nije kategorija već stalni process (Poter, 2011:47). Medijska pismenost nam pomaže da razumemo ne samo kognitivni aspekt informacija, već da uzmemo u obzir i njihov emocionalni, estetski i moralni aspekt. Poter predstavlja i tri prednosti sticanja višeg nivoa medijske pismenosti: medijska pismenost jača želju za raznolikošću medijskih poruka, ona uči ljude kako da programiraju sopstvene mentalne šifre i omogućuje im kontrolu nad medijima (Poter, 2011:54).

Važnost medijske pismenosti se ne ogleda samo u kvantitetu medijskih poruka kojima smo svakodnevno izloženi, već nam je medijska pismenost potrebna zbog uloge informacija u razvoju demokratije, kulturne participacije i razvoja civilnog društva (Koltay, 2011:212). Kelner slično ističe da je sticanje znanja i veština medijske pismenosti važan izvor savladavanja preobilja informacionog okruženja. Naučiti čitati i pisati, kritički razmišljati i odupreti se društveno-kulturnim manipulacijama medija pomaže ljudima da postanu suvereni u potrošnji medijske kulture (Kellner, 2003: 9–10).

### **3. Pregled Strategije razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020–2025.**

„Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020–2025. godina” nastala je na inicijativu Ministarstva kulture i informisanja, nakon isteka roka važnosti prethodne strategije (koji je istekao krajem 2015. godine), kada su uočeni nedostaci u postojećoj regulativi i njenoj primeni, kao i da postojeće uređenje ove oblasti gubi korak u trci za novim tehnološkim promenama (Vlada Republike Srbije, 2020:1).

<sup>7</sup> Poter ističe da automatsku šifru mnogih od nas, koju koristimo pri dekodiranju medijskih poruka, programiraju masovni mediji i oglašivači, a da nam medijska pismenost omogućuje da preispitamo programirane šifre u našoj svesti.



### 3.1. Osnovne odlike i pregled Medijske strategije

Tekst Medijske strategije podeljen je na osam poglavlja: (1) uvod, (2) vizija, (3) pregled i analiza postojećeg stanja, (4) opšti i posebni ciljevi strategije, (5) mere za postizanje opšteg i posebnih ciljeva i ključni pokazatelji učinka na nivou mera, (6) institucionalni okvir i plan za praćenje sprovođenja, učinka i izveštavanje o sprovedenim merama, (7) procena finansijskih sredstava neophodnih za sprovođenje strategije i (8) završne odredbe.

Radna grupa za izradu Nacrta strateškog dokumenta o razvoju sistema javnog informisanja u Republici Srbiji obrazovana je Odlukom Vlade 21. juna 2018. godine koja je objavljena u „Službenom glasniku RS”, br. 48/18 i 56/18. Činili su je predstavnici Ministarstva kulture i informisanja, Ministarstva finansija, Ministarstva državne uprave i lokalne samouprave, Ministarstva pravde, Pokrajinske vlade, Republičkog sekretarijata za zakonodavstvo, Republičkog sekretarijata za javne politike, Komisije za zaštitu konkurencije, Uprave za javne nabavke, Udruženja novinara Srbije, Nezavisnog udruženja novinara Srbije, Nezavisnog društva novinara Vojvodine, Asocijacije nezavisnih medija, Poslovnog udruženja Lokal pres, Asocijacije medija, RAB Srbija, Asocijacije onlajn medija i SINOS-a (Vlada Republike Srbije, 2020:1). Na sastancima su uzeli učešće i predstavnici različitih, zainteresovanih polja: naučnih institucija, organizacija civilnog društva, javnih medijskih servisa, nacionalnih saveta nacionalnih manjina, predstavnici medijske industrije i osnivači medija.

Strategijom je predstavljen i pravni okvir kojim se u Srbiji uređuje oblast medija. Najpre, istaknuti su zakoni kojima se uređuje oblast javnog informisanja, a to su Zakon o javnom informisanju i medijima („Službeni glasnik RS”, br. 83/14, 58/15 i 12/16 – autentično tumačenje), Zakon o elektronskim medijima („Službeni glasnik RS”, br. 83/14 i 6/16 – dr.zakon) i Zakon o javnim medijskim servisima („Službeni glasnik RS”, br. 83/14, 103/15 i 108/16). Takođe, predstavljeni su i drugi zakoni kojima se reguliše oblast javnog informisanja, kao i zakoni koji u osnovi uređuju druge oblasti, ali imaju dodirne tačke sa javnim informisanjem.

Medijskom strategijom određena je vizija medijske politike: obezbeđeno povoljno okruženje za slobodu informisanja, protok ideja i mišljenja i ostvarivanje javnog interesa koje će dovesti do uređenog i bogatog medijskog tržišta (Vlada Republike Srbije, 2020:4).

Medijska strategija ukazala je da veliki broj ciljeva koji su postavljeni prethodnom medijskom strategijom nisu ispunjeni, kao i da Akcioni plan, kao najbitniji instrument za ostvarivanje ciljeva nije bio adekvatno sredstvo za njihovo ispunjavanje (Vlada Republike Srbije, 2020:4). Medijska pismenost je Strategijom razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine istaknuta kao dugoročni cilj, ali nisu navedene konkretne mere u ovoj oblasti, te nije moguće dati ocenu ovog cilja. Ipak, u Medijskoj strategiji izdvojene su konkretne aktivnosti koje ukazuju na pozitivne pomake u ovoj oblasti, a to su: uvođenje izbornog predmeta „Jezik, mediji, kultura” u nastavne programe, formiranje interesorne radne grupe koja obuhvata više nadležnih državnih organa i institucija i sufinansiranje projekata koji se tiču medijske pismenosti.

Pregled stanja u medijskoj sferi predstavljen u Medijskoj strategiji najpre je ukazao na brojne probleme ove oblasti, od kojih su samo neki ugrožena bezbednost novinara i svakodnevni pritisci, ugrožavanje medijskog pluralizma i nejednaki uslovi na tržištu, problemi u implementaciji sistema dodele javnih sredstava putem projektnog sufinansiranja, netransparentno finansiranje medija, nedovoljno razvijeni mehanizmi regulacije, nedosledno sprovođenje privatizacije medija, nepovoljan finansijski položaj lokalnih medija, ekonomski pritisci od strane vlasti, nepoštovanje zakonskih odredbi i podzakonskih akata, nepovoljni ekonomski uslovi rada novinara, nedovoljno snažne institucije, upitna funkcionalnost i nezavisnost Regulatornog tela za elektronske medije (REM), nedovoljna otvorenost institucionalnih izvora informisanja, nedostatak digitalnih kompetencija i profesionalnog znanja.

Medijska strategija definiše opšte i posebne ciljeve strategije. Opšti cilj strategije predstavlja ostvarivanje unapređenog sistema javnog informisanja kroz harmonizovan pozitivni pravni okvir koji garantuje slobodu izražavanja, slobodu medija, bezbednost novinara, medijski pluralizam, razvijeno medijsko tržište, osnaženu novinarsku profesiju, edukovano građanstvo i institucije sposobne za primenu regulative. Posebni ciljevi koje definiše Medijska strategija su:

1. poboljšani bezbednosni, socio-ekonomski i profesionalni uslovi za rad novinara i medijskih radnika;
2. uspostavljeno funkcionalno, održivo i fer medijsko tržište zaštićeno od političkog uticaja;
3. funkcionalne, kompetentne, profesionalne i otvorene institucije raspolažu mehanizmima zaštite od spoljnih pritisaka i dosledno primenjuju javne politike i propise;
4. kvalitetni, pluralni i raznovrsni medijski sadržaji zadovoljavaju potrebe za

informisanjem različitih društvenih grupa; 5. unapređena profesionalna znanja i razvijene digitalne kompetencije građana, institucija, medija, novinara i medijskih radnika.

Na osnovu opšteg i posebnih ciljeva propisano je 29 mera za postizanje tih ciljeva. Praćenje sprovođenja Medijske strategije vrši se na osnovu dva Akcionarna plana<sup>8</sup>, a za praćenje sprovođenja ciljeva i mera utvrđenih Strategijom, kao i akcionarnih planova za njeno sprovođenje, odgovorno je Ministarstvo kulture i informisanja, preciznije Sektor za informisanje i medije (Vlada Republike Srbije, 2020:84).

### 3.2. Medijska pismenost kao deo Medijske strategije

Medijska pismenost posebno je izdvojena u dva dela medijske strategije: u prvom je prikazan pregled savremenog stanja medijske pismenosti, a u drugom se propisuju mere za razvoj medijske pismenosti.

Savremeno stanje na polju medijske pismenosti posebno je predstavljeno, kao deo poglavlja o nedostatku digitalnih kompetencija i profesionalnih znanja. Konstatovano je da je u protekloj deceniji na projektnom nivou pokrenuto mnoštvo aktivnosti u oblasti medijske pismenosti koje su bile usmerene na formalno obrazovanje i da je sveobuhvatno definisanje medijske i informacione pismenosti vrlo značajno jer omogućava utvrđivanje indikatora na osnovu kojih se identifikuje nivo medijske i informacione pismenosti, dijagnostikovanje oblasti u kojima je potrebno sprovesti intervencije kako bi se nivo medijske i informacione pismenosti povećao, ali i postavljeni standardi na osnovu kojih će se definisati kriterijumi uspešnosti sprovedenih intervencija (Vlada Republike Srbije, 2020:41).

Medijska strategija utvrdila je da u Republici Srbiji postoji samo privid medijske pismenosti i da ne postoji istraživanje koje se na sveobuhvatan način bavi nivoom medijske pismenosti građana Republike Srbije (Vlada Republike Srbije, 2020:42). Aktivnosti na polju medijske pismenosti do sada su bile primetne samo u oblasti formalnog obrazovanja. Istaknuto je da je Zavod za unapređenje obrazovanja i vaspitanja u poslednjih godinu dana intenzivno radio na uvođenju medijske pismenosti u školske programe i to kroz posebne predmete, kao i u okviru postojećih predmeta kroz posebne kompetencije. Takođe, navedeno

<sup>8</sup> Trogodišnji Akcioni plan se priprema u roku od 90 dana od usvajanja Strategije, a na osnovu evaluacije primene tog akcionog plana se priprema drugi akcioni plan za period 2023-2025. godina.

je da u širenju medijske pismenosti na polju neformalnog obrazovanja posebnu ulogu imaju organizacije civilnog društva, mediji i izdavači.

Kao što smo već pomenuli, jedan od ciljeva strategije je unapređivanje profesionalnih znanja i razvijanje digitalnih kompetencija građana, institucija, medija, novinara i medijskih radnika u medijskom okruženju. Prva mera koja služi ostvarenju ovog cilja jeste mera unapređenja medijske pismenosti, a pokazatelji na osnovu kojih se odlučuje uspešnost mere su: sprovedena analiza nivoa medijske pismenosti po ciljnim grupama i polnoj strukturi i povećan nivo medijske pismenosti (u odnosu na stanje sprovedene analize).

Unapređenje medijske pismenosti prema Medijskoj strategiji podrazumeva osam aktivnosti: izradu analize nivoa medijske pismenosti u Republici Srbiji po ciljnim grupama; izradu plana aktivnosti koji je usmeren na podizanje nivoa medijske pismenosti po ciljnim grupama; određivanje institucija, zainteresovanih strana za nosioce i implementatore koji će biti usmereni na podizanje nivoa medijske pismenosti; izmenu zakona iz oblasti elektronskih medija, kojima se postiže usklađenost sa novom Direktivnom o audiovizuelnim medijskim uslugama; sprovođenje kampanje podizanja svesti kod stručne i šire javnosti koje se tiču savladavanja veština iz oblasti medijske pismenosti; izrada međusektorskog programa razvoja medijske i informacione pismenosti u medijskom okruženju; podsticanje umrežavanja i obezbeđivanje višesektorskog pristupa razvoju medijske pismenosti kroz projektno finansiranje i uključivanje zainteresovanih aktera; i nastavak rada na uvođenju medijske pismenosti u formalni obrazovni sistem i razvijanje kompetencija nastavnika i profesora (Vlada Republike Srbije, 2020:78).

#### **4. UNESCO priručnik „Smernice za politiku i strategiju informacione i medijske pismenosti“**

UNESCO priručnik „Smernice za politiku i strategiju informacione i medijske pismenosti“ je prvi dokument ove vrste koji tretira informacionu i medijsku pismenost<sup>9</sup> kao složeni koncept, sjedinjujući informacionu i medijsku pismenost i razmatrajući pravo na slobodu izražavanja i pristup informacijama kroz informacione i komunikacione tehnologije (UNESCO, 2015:7). Ovaj pri-

---

<sup>9</sup> U daljem tekstu IMP.

ručnik je deo seta alata za razvoj informacione i medijske pismenosti na čijem razvoju UNESCO radi zajedno sa različitim partnerima (UNESCO, 2015:7).

#### 4.1. Osnovne odlike i pregled Smernica za politiku i strategiju IMP

Tekst Smernica za politiku i strategiju IMP podeljen je u dve celine. Prvi deo čini Kratak pregled stanja oblasti informacione i medijske pismenosti, namenjen donosiocima politika i odluka, koji se može smatrati rezimeom kompletne publikacije, a drugi deo je posvećen davanju konkretnih predloga: kako uvrstiti IMP kao sredstvo razvoja, koji su konceptualni okviri za politike i strategije IMP i koji model politike i strategije IMP može bilo koja zemlja prilagoditi svojim potrebama.

U prvom delu Smernica za politiku i strategiju IMP izdvojeno je šest značajnih celina: značaj politike i strategije informacione i medijske pismenosti u digitalnom dobu, razumevanje IMP kao složenog koncepta, koristi od politika i strategija IMP, razvojni/teorijski okvir za politike i strategije IMP, razvoj politike IMP i razvoj strategije IMP.

Drugi deo teksta Smernica za politiku i strategiju IMP teorijski produbljuje tekst prvog dela i podeljen je na iste celine, uz jednu dodatnu, a to je uloga informacione i medijske pismenosti u stvaranju međukulturnog dijaloga, o čemu u ovom radu neće biti dalje reči, jer ne predstavlja prioritetnu temu u ovoj analizi. Drugim delom Smernica, preciznije su definisani termini koji se koriste u publikaciji, dat je bolji uvid u mehanizme i koristi razvoja politika i strategija, predstavljeni su različiti teorijski okviri koji se odnose na značaj IMP, kao i praktični primeri razvoja politika i strategija iz oblasti IMP. Praktična primena Smernica za politiku i strategiju IMP ogleda se u predlaganju razvojnih/teorijskih okvira koji mogu činiti osnovu za politike i strategije IMP, predlaganju razvojnih procesa politike IMP i modela koji se mogu prilagoditi potrebama različitih zemalja i predlaganju razvojnih procesa i modela za strategije IMP, kao i konkretnih postupaka koji mogu dovesti do ostvarenja politika IMP koje se mogu prilagoditi potrebama različitih zemalja.

## 4.2. Medijska pismenost kao deo Smernica za politiku i strategiju IMP

UNESCO priručnik definiše informacionu i medijsku pismenost kao osnovu za poboljšanje pristupa informacijama i znanju, slobode izražavanja i kvalitetnog obrazovanja (UNESCO, 2015:7). Informaciona i medijska pismenost prema ovom dokumentu označava veštine i stavove neophodne za vrednovanje funkcija medija i ostalih dobavljača informacija, uključujući one na internetu, za pronalaženje, procenu i kreiranje informacija i medijskog sadržaja; drugim rečima IMP obuhvata one važne sposobnosti koje ljudima omogućavaju da se delotvorno uključe u sve aspekte razvoja (UNESCO, 2015:7).

Medijska pismenost zasebno, prema Smernicama za politiku i strategiju IMP, podrazumeva razumevanje i korišćenje masovnih medija na aktivan ili pasivan način, uključujući temeljno i kritičko razumevanje medija, tehnike koje mediji koriste i njihova dejstva. Takođe podrazumeva sposobnost čitanja, analiziranja, vrednovanja i kreiranja komunikacije u različitim medijskim oblicima (televizija, štampa, radio, računari itd.). Medijska pismenost je definisana i kao sposobnost dešifrovanja, analiziranja, vrednovanja i kreiranja komunikacije u različitim oblicima (UNESCO, 2015:189).

Kao što smo već istakli, medijska pismenost u Smernicama za politiku i strategiju IMP čvrsto je povezana sa pojmom informacione pismenosti. Informaciona pismenost se prema ovom priručniku fokusira na svrhe uključivanja u rad sa informacijama i proces dobijanja informacija. Informaciona pismenost je dinamičan proces razmišljanja, koji čini niz sposobnosti, i koji ne zavisi u potpunosti od prisustva određenih informacionih sistema i tehnologija, ali je umnogome pod njihovim uticajem, i blisko je povezan sa konceptom „učiti kako se uči” i konceptom donošenja odluka kroz definisanje potreba i problema, nalaženje relevantnih informacija i njihove kritičke i odgovorne/etičke upotrebe (UNESCO, 2015:186).

Zajedno, informaciona i medijska pismenost podrazumevaju bitne sposobnosti koje građanima omogućavaju da se na delotvoran način bave medijima i ostalim dobavljačima informacija, da razviju kritičko mišljenje i veštine celoživotnog učenja, kako bi komunicirali kao aktivni građani u društvu (UNESCO, 2015:187).

Medijska i informaciona pismenost u priručniku su istaknute kao dve važne vrste savremene pismenosti<sup>10</sup>, koje su nam neophodne za razvoj osnovnih informisanih, aktivnih građana, koji imaju razvijenu sposobnost rada sa informacijama, kao i sposobnost njihovog kreiranja ili saopštavanja. U srži proširene definicije pismenosti je sposobnost analiziranja i vrednovanja izgovorenog, slušanog ili gledanog – u usmenom, štampanom ili u multimedijalnom formatu (UNESCO, 2015:45).

Svrha ovog priručnika jeste stvaranje podsticajne klime za razvoj politika i strategija IMP. Prema Smernicama za politiku i strategiju IMP, politika i strategija IMP su neophodne za opstanak savremenog upravljanja i globalnog građanstva u digitalnom svetu (UNESCO, 2015:12). Novi mediji i informacione tehnologije, pored toga što nude veće mogućnosti za nove načine građanskog angažovanja, usmereni su na slobodu i uklanjanje nejednakosti, takođe pokreću pitanja bezbednosti, sigurnosti i privatnosti. Politike i strategije IMP omogućavaju ljudima da steknu sposobnost da kreiraju svoju protivtežu dominantnim kulturama, ali takođe obezbeđuju veće učesće građana u društvu, dovode do stvaranja „pametnih promena” na polju ekonomije, zdravlja, uprave i obrazovanja i preduslov su za stvaranje kvalitetnijih medija i slobodnog pristupa informacijama. Medijska i informaciona pismenost su dakle, u tekstu priručnika, osnovni pojmovi na čijem značaju je baziran ceo tekst priručnika.

## 5. Komparativna analiza

UNESKO-ve Smernice za politiku i strategiju IMP predstavljaju međunarodni dokument koji pre svega ima savetodavnu, obrazovnu funkciju i namenjen je tvorcima medijskih politika. Ovaj dokument nije pravno obavezujuć i njegova upotreba u kreiranju medijskih politika zasnovana je na dobroj volji i informisanosti aktera i donosioca odluka koji deluju u ovom polju.

Medijska strategija je takođe pravno neobavezujuć, ali za Vladu Republike Srbije veoma važan dokument (N1 Beograd, 2020), jer njegovo uvažavanje predstavlja jedan od preduslova za pristupanje Evropskoj Uniji. Ovaj dokument je deo medijske politike Republike Srbije i jedini aktuelan strateški dokument u ovoj oblasti, koji određuje jasne ciljeve razvoja medijske oblasti u Srbiji.

---

<sup>10</sup> U tekstu se navodi da danas živimo u doba različitih primera društvene pismenosti kao što su naučna, globalna, politička, porodična finansijska i kulturna, a da informaciona i medijska pismenost podržavaju sve ove vrste pismenosti.



Komparativna analiza ova dva dokumenta je dvojaka: poređićemo različite pristupe pisanju i razvoju politika i strategija koji su prisutni u oba dokumenta, ali će poređenje takođe biti usmereno i na procenu u kojoj meri je Medijska strategija napisana u skladu sa preporukama iznetim u Smernicama za politiku i strategiju IMP. Radi preglednije analize, izdvojićemo nekoliko ključnih karakteristika na osnovu kojih ćemo uporediti ova dva dokumenta. Te karakteristike su: definisanje pojmova, odnos medijske i informacione pismenosti, odnos prema naučnoj literaturi i stručnoj javnosti, integracija medijske pismenosti u formalno i neformalno obrazovanje, razvojni okvir za politike i strategije medijske politike, definisanje smernica za formulisanje politike IMP i definisanje smernica za razvoj strategije IMP.

### 5.1. Definisane pojmovi

Definisane pojmovi, najčešće u nauci, tako i u stvaranju politika, služi radi izbegavanja dvosmislenosti. Na polju teorije medija, brojni pojmovi su višeznačni i imaju mnoštvo različitih definicija. Upravo zbog toga, u tekstu Smernica za politiku i strategiju IMP definisani su svi relevantni pojmovi koji su predmet UNESCO priručnika, kao i drugi pojmovi koji mogu određivati informacionu i medijsku pismenost. Za razliku od teksta Smernica za politiku i strategiju IMP, Medijska strategija ne sadrži teorijski okvir i u tekstu Medijske strategije nijedan od pojmova koji se koristi nije definisan, što ostavlja prostor za različite interpretacije. UNESCO priručnik čak prepoznaje problem terminološke debate i zabune koja prati pojmove medijske i informacione pismenosti, te prihvata relativnost različitih definicija medijske i informacione pismenosti i fokus stavlja na ključne elemente i glavne rezultate učenja IMP (UNESCO, 2015:50).

### 5.2. Odnos medijske i informacione pismenosti

Za razliku od Smernica za politiku i strategiju IMP koja već u svom naslovu koristi termin „medijske i informacione politike”, Medijska strategija fokus stavlja na medijsku pismenost, dok se termin informaciona pismenost koristi proizvoljno. U tekstu Medijske strategije, informaciona i medijska pismenost zajedno se pominju u analizi zateknutog stanja na polju medijske i informacione pismenosti, ali se u delu teksta o merama kojima se može unaprediti me-

dijaska pismenost, informaciona pismenost pominje samo pri definisanju jedne aktivnosti, koja podrazumeva izgradnju međusektorskog programa razvoja medijske i informacione pismenosti u medijskom okruženju. Ovakvo, proizvoljno korišćenje termina podrazumeva ili neuvažavanje važnosti informacione pismenosti, nemarljivost ili namerno isključivanje informacione pismenosti kao irelevantnog koncepta. UNESCO priručnik namerno ističe korišćenje zajedničkog, sveobuhvatnog pojma IMP koji predstavlja kombinaciju svih kompetencija koje pripadaju medijskoj pismenosti i informacionoj pismenosti. Ovaj progresivni pristup uspostavlja sklad na ovom polju, naglašava potrebu za višestrukim teorijskim pristupom i obuhvata mnoge pojmove koji objašnjavaju međusobno povezane pismenosti kao što su bibliotečka pismenost, informatička pismenost, digitalna pismenost, računarska pismenost, televizijska pismenost, pismenost za oglašavanje, pismenost za film, pismenost za računarske igre (UNESCO, 2015:53).

### 5.3. Odnos prema naučnoj literaturi i stručnoj javnosti

UNESCO priručnik baziran je na kombinovanju naučne literature i praktičnih primera i iskustava. Iskustva stručne javnosti i teorijski okviri razvijeni u oblasti teorije medija i medijske pismenosti imaju važnu ulogu u ovom dokumentu. Svaki pojam ili koncept u okviru dokumenta prvenstveno je obrazložen i predstavljen na osnovu različitih, naučno utemeljenih pristupa. Suprotno, u Medijskoj strategiji nije naveden nikakav teorijski okvir, kao ni oslanjanje na relevantnu literaturu iz oblasti teorija medija, medijskih politika ili medijske pismenosti.

Takođe, u delu teksta Smernica za politiku i strategiju IMP kao jedan od osnovnih elemenata za razvoj politike IMP je postojanje konsenzusa svih relevantnih aktera, kao i u tekstu o stvaranju strategije IMP. Istaknuto je da, kako bi se ostvarili razvojni ciljevi, važno je razviti praktične strategije IMP koje uzimaju u obzir realnost svakog podneblja i svih relevantnih aktera (UNESCO, 2015:27). U skladu sa ovom smernicom, u izradi Medijske strategije bili su uključeni različiti relevantni akteri, kao što su predstavnici naučnih institucija, organizacija civilnog društva i predstavnici medijske industrije. Takođe, među aktivnostima koje su podrazumevane u okviru mera unapređene medijske pismenosti, su umrežavanje i obezbeđivanje višesektorskog pristupa razvoju medijske pismenosti i uključenosti svih zainteresovanih aktera i izgradnja me-

đusektorskog programa razvoja medijske i informacione pismenosti u medijskom okruženju (UNESCO, 2015:78). Međutim, čak i relevantni akteri koji su doprineli izradnji, iako zadovoljni sadržajem Medijske strategije, ocenjuju da neće biti lak put od tog dokumenta do izmene medijskih zakona, pogotovo jer nije u pitanju pravno obavezujuć dokument (Trivić, 2020). Takođe, pošto svaka mera propisana Medijskom strategijom ima definisane nosioce mere i partnere, ni za jednu meru se među nosiocima ni među partnerima ne nalaze akteri ili institucije koje nisu osnovane od strane države i nisu deo državnog sistema, što govori o izrazito ograničenom broju uključenih aktera.

#### 5.4. Integracija medijske pismenosti u formalno i neformalno obrazovanje

Medijska pismenost je deo formalnog obrazovanja u Srbiji od 2005. godine i sastoji se iz tri lekcije u okviru predmeta Građansko vaspitanje (izborni predmet) i Maternji jezik, što je direktan efekat ostvarivanja ciljeva prethodne Strategije razvoja sistema javnog informisanja do 2016. godine, a od septembra 2018. godine u srednjim školama uveden je izborni program pod nazivom „Jezik, mediji i kultura” (UNESCO, 2015:41).

Medijska strategija kao jednu od aktivnosti koja će doprineti razvoju medijske pismenosti podrazumeva nastavak uvođenja medijske pismenosti u formalni obrazovni sistem, kao i razvijanje kompetencija nastavnika i profesora. Međutim, na osnovu ovako propisane aktivnosti, čini se da razvoj neformalnog obrazovanja u oblasti medijske pismenosti nije planiran do kraja 2025. godine.

UNESKO priručnik prepoznaje pet širokih strateških područja u kojima je zastupljena IMP. Za svako od tih područja je, prema priručniku, potrebno odrediti ciljeve, strategije, zadatke i ključne činioce. Prva od tih oblasti je formalno obrazovanje, kojoj ovaj priručnik daje visok značaj, a druga neformalno i kontinuirano obrazovanje. Zbog toga, izostavljanje neformalnog i kontinuiranog obrazovanja iz Medijske strategije ukazuje ili na namerno izostavljanje ovih područja, ili na odusustvo razumevanja značaja ovog područja. Kada govorimo o formalnom i neformalnom obrazovanju, aktivnosti propisane Medijskom strategijom, nisu u dovoljnoj meri propisane u skladu sa Smernicama za politiku i strategiju IMP.

## 5.5. Razvojni okvir za politike i strategije medijske politike

Prema Smernicama za politiku i strategiju IMP, preduslov za stvaranje medijske politike jeste predlaganje razvojnog okvira i teorije koja čini osnovu za politiku i strategije IMP (UNESCO, 2015:40). Smernice za politiku i strategiju IMP predlažu šest međusobno povezanih pristupa koji mogu biti osnova za razvoj i neophodnost nacionalnih politika i strategija, a to su: pristup stapanja, pristup zasnovan na ljudskim pravima, pristup osnaživanja, pristup zasnovan na društvu znanja, pristup kulturne i jezičke raznolikosti i pristup zasnovan na rodnoj pripadnosti i razvoju. Ovi pristupi razlikuju se po odgovoru na pitanje šta je ono čime se rukovodimo prilikom formiranja strategija i politika IMP i na osnovu ovih, različitih perspektiva, formiraju se različite politike (UNESCO, 2015:69) i strategije IMP.

U tekstu Medijske strategije nije jasno određen razvojni okvir, kao ni pristup za razvoj strategije. Vizija Medijske strategije je najbliža bilo kakvoj vrsti okvira, a ona ističe obezbeđivanje povoljnog okruženja za slobodu informisanja, protok ideja i mišljenja i ostvarivanje javnog interesa koje će dovesti do uređenog i bogatog medijskog tržišta (UNESCO, 2015:4).

Na osnovu vizije i teksta Medijske strategije nije moguće proceniti koji pristup (od onih koji nudi UNESKO priručnik) je izabran i da li su uopšte promatrani. Ipak, moramo napomenuti da Medijska strategija sadrži elemente udruženog pristupa, pristupa zasnovanog na društvima znanja i pristupa rodne pripadnosti.

## 5.6. Smernice za formulisanje politike IMP

Politike IMP su izuzetno važne u izazivanju promena u društvu (UNESCO, 2015:120). Iako različite države imaju različit stepen razvijenosti medijskih politika koje se odnose na medijsku pismenost, UNESKO priručnik izdvaja zajedničke pretpostavke koje doprinose razvoju medijske politike u oblasti medijske pismenosti u svim državama, a to su: situacija u kojoj više subjekata deli istu viziju i koji saraduju; osnovna znanja i veštine IMP mogu se razvijati bez pristupa tehnologiji, ali programi IMP moraju prihvatati postojeće nove medije i informacione tehnologije kako bi ih građani koristili i aktivno učestvovali u svojim društvima; razvoj IMP koji je suštinski značajan za izgradnju nacije,

ekonomski razvoj, zaštitu ljudskih prava i kao odgovor na izazove kulturne i jezičke raznolikosti (UNESCO, 2015:101).

Ove smernice se oslanjaju na okvir jednačine promene koji obuhvata set osnovnih elemenata za razvoj politike: stvaranje vizije IMP; podržavanje konsenzusa o viziji prepoznavanjem podsticaja i mogućnosti za partnerstva i saradnju; prepoznavanje izazova sa kojima se suočavaju subjekti koji primenjuju programe IMP; prepoznavanje smernica za politiku IMP zasnovanih na podsticajima; prepoznavanje znanja, stavova i veština potrebnih za primenu IMP; dodela sredstava potrebnih za primenu IMP; i davanje smernica za akcioni plan i vrednovanje implementacije IMP (UNESCO, 2015:120).

S obzirom da u Srbiji ne postoji posebna strategija koja se odnosi na medijsku pismenost, ove elemente možemo tražiti samo u tekstu Medijske strategije. Ovom strategijom zaista jeste ispoštovana „jednačina” predložena priručnikom – određena je vizija, ostvaren je konsenzus jer su u radu na Medijskoj strategiji uzeli učešće svi relevantni akteri, prepoznati su izazovi i mogućnosti povezivanja i umrežavanja, procenjeni su resursi i mogućnosti podsticaja i predviđeno je stvaranje Akcionog plana i metode evaluacije Medijske strategije. Možemo reći da je Medijska strategija nominalno napisana u skladu sa preporukama i smernicama za formulisanje politike IMP navedenim u UNESCO priručniku. Ipak, ovaj priručnik se odnosi na politiku medijske pismenosti, koja u Srbiji, kao posebno polje, još uvek nije dovoljno prepoznata.

## 5.7. Smernice za razvoj strategije IMP

Strategije IMP premošćuju prazninu između politika IMP i željenog dokazivog uticaja, tačnije daju zamah ciljevima politike (UNESCO, 2015:120). U UNESCO priručniku izdvojeno je pet širokih strateških područja koja obuhvataju IMP u okviru kojih je potrebno ostvarivati specifične strateške ciljeve: organizacije povezane sa medijima i tehnologijom, medijska tela, biblioteke, obrazovni instituti i ostali partneri; organi vlade i ministarstva; formalno obrazovanje; neformalno obrazovanje; integracija strategija IMP sa srodnim strategijama. Smernice za politiku i strategiju IMP preporučuju razvoj strategije IMP koja će biti fokusirana na razvoj posebnih strategija potrebnih za ostvarivanje ciljeva u svakom od ovih područja.

S obzirom da je Medijska strategija jedini strateški dokument iz oblasti medijske politike koji je trenutno na snazi, čije je donošenje predstavljalo du-

gotrajan i komplikovan proces (Trivić, 2020) i čije je važenje predviđeno do 2025. godine, možemo konstatovati da je Srbija daleko od razvijanja posebne strategije koja će se baviti medijskom pismenošću, a pogotovo daleko od razvoja posebnih strategija za ostvarivanje konkretnih ciljeva u okviru politike medijske pismenosti. Takođe, u okviru sadašnje Medijske strategije prepoznat je rad na razvoju tri od pet područja koje izdvaja UNESCO priručnik, a to su: formalno obrazovanje, umrežavanje sa organima Vlade i ministarstvima i umrežavanje sa organizacijama povezanim sa medijima i tehnologijom, medijskim regulatornim telima, bibliotekama i ostalim institucijama pamćenja, obrazovnim institutima i partnerima.

## 6. Zaključak

Kako Hobs ističe, budućnost medijske pismenosti oblikuju današnje prakse (Hobbs, 2019:15), pa tako naše savremeno delovanje i razvoj savremenih politika i praksi u oblasti medijske pismenosti oblikovaće budućnost medijske pismenosti naših građana. UNESCO priručnik „Smernice za politiku i strategiju informacione i medijske pismenosti” predstavlja koherentni priručnik za razvoj medijske politike na polju medijske pismenosti, koji je baziran kako na teorijskim naporima u oblasti medijske pismenosti, tako i praktičnom iskustvu. Ovaj dokument, iako objavljen 2015. godine, daje jasne i veoma savremene smernice za razvoj i politika koje se tiču informacione i medijske pismenosti, ali i strategija za ostvarivanje ovih politika. Ipak, preduslov za usvajanje znanja, politika i modela razvoja strategija koje su predstavljeni u priručniku jeste određen stepen ostvarenih rezultata u ovoj oblasti, a oblast medijskih politika, a posebno medijske pismenosti u Srbiji nije preterano razvijena. Prva Medijska strategija u Srbiji doneta je 2011. godine, za period 2011–2016. godine, a nakon nje Srbija je četiri godine bila bez medijske strategije. „Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020–2025. godina” stoga danas predstavlja veoma značajan dokument, jer je jedini strateški dokument koji prepoznaje brojne probleme sa kojima se suočavaju akteri u medijskoj sferi, ali i svi ostali građani na čije živote utiče razvoj medijske oblasti. Ovakav dokument predstavlja polaznu tačku za dalji razvoj medijske politike u Srbiji. Od sedam karakteristika koje smo izdvojili kao primarne u komparativnoj analizi, u tekstu Medijske strategije ni jednoj od njih nije posvećena pažnja preporučena tekstom UNESCO Smernica. Ovo je potrebno naglasiti posebno zbog brzine

razvoja savremenih tehnologija i medijske sfere, jer je važno da medijska politika Srbije ipak bude u toku sa savremenim trendovima u Evropi i svetu, posebno u oblasti medijske pismenosti. Podizanje MIP kompetencija kod svih građanki i građana pomaže u izgradnji poverenja u medije i druge savremen izvore informacija (individualne i institucionalne), čime se obezbeđuje politička stabilnost, kulturno bogastvo i ekonomski rast (Medijski edukativni centar, 2017:6).

Iako Medijska strategija ukazuje na osnovno razumevanje potrebe razvoja medijske pismenosti, mere propisane Medijskom strategijom izrazito su opšte definisane, nemaju jasno postavljene indikatore, te ostavljaju prostor za politički dirigovanu evaluaciju funkcionalnosti svake mere, te bi prva preporuka koja se odnosi na unapređenje ovog dokumenta bila preciznije definisanje mera, kao i pružanje preciznih definicija pojmova koji se koriste u tekstu strategije. Akcionim planom<sup>11</sup> bi trebalo da bude jasnije definisan plan za sprovođenje Medijske strategije, te je moguće da su mere njime preciznije definisane. Ipak, aktuelni problemi koji su prepoznati u Medijskoj strategiji odnose se najpre na goruće probleme kao što su netransparentno finansiranje, nedosledna privatizacija, nepostojanje medijskog pluralizma, ugrožena bezbednost novinara i medija, čije je rešavanje preduslov za kvalitetno i fokusirano promišljanje razvoja medijske pismenosti. Upravo zbog brojnih problema sa kojima je medijska sfera u Srbiji suočena, koji predstavljaju prepreke za elementaran rad, ne čudi da medijska pismenost nije jedan od osnovnih prioriteta Medijske strategije.

Druga preporuka koju donosimo kao rezultat analize dva teksta bila bi prepoznavanje i uključivanje neformalnog obrazovanja kao relevantnog područja za razvoj medijske i informacione pismenosti, a treća preporuka podrazumeva uključivanje aktera i ustanova koje nisu isključivo deo državnog sistema u implementaciju mera propisanih strategijom.

Četvrta preporuka koju možemo da ponudimo nakon komparativne analize dva dokumenta, a koja prevazalazi okvire Medijske strategije, bi bila stvaranje posebne medijske strategije za razvoj medijske i informacione pismenosti u Srbiji, jer medijska strategija u ponuđenom formatu nema kapacitete da posveti pitanju medijske pismenosti količinu pažnje koja je predviđena Smernicama za politiku i strategiju IMP i možemo zaključiti da nije napisana u skladu sa pažnjom i standardom koji je predviđen Smernicama za politiku i strategiju IMP.

---

<sup>11</sup> U Strategiji se navodi da će prvi, trogodišnji Akcioni plan za sprovođenje Medijske strategije biti donet u roku od 90 dana od usvajanja Strategije, koji je donet 3. decembra 2020. godine.



Poslednja preporuka, koja se nameće iz komparacija dva dokumenta takođe se ne odnosi na unapređenje teksta Medijske strategije, već na odnos države koji je prikazan u Medijskoj strategiji prema medijskoj politici, iz čega se čita, što je već i u ranijim istraživanjima ustanovljeno, da Srbija nema jasno formulisane javne politike i sveobihvatnu strategiju razvoja medijske i informacione pismenosti. Na ovom tragu, potrebno je jasno formulisati javne politike u ovoj oblasti i samim tim uskladiti kako zakone tako i strateška dokumenta u skladu sa jasno i precizno definisanom javnom medijskom politikom – što bi verovatno trebalo da bude početna tačka razvoja svih daljih dokumenta.

Kako u predgovoru Smernica za politiku i strategiju IMP navodi profesorka Ula Karlson (Ulla Carlsson), danas izazov predstavlja pitanje kako razviti politike koje usaglašavaju dva donekle sukobljena cilja: maksimalan razvoj potencijala medija i novih informacionih tehnologija i minimiziranje rizika koje one nameću (UNESCO, 2015:8). Jedan od osnovnih preduslova za prevazilaženje ovih kompleksnih izazova jeste usvajanje međunarodnih iskustava i preporuka na temu medijske pismenosti, koji mogu dovesti do bržeg razvoja konkretnih politika na ovom polju, pa i strategija, koje su u skladu sa savremenim trenutkom, a ne samo našim nacionalnim iskustvom. Usklađivanje domaćeg zakonodavstva i dokumenata iz oblasti medijske politike sa međunarodnim preporukama, kao što su UNESCO preporuke, jedan je od prvih koraka na ovom putu. U slučaju usklađivanja definisanja razvoja medijske pismenosti u okviru „Strategije razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020–2025. godina” sa preporukama međunarodne organizacije UNESCO za razvoj politika i strategija informacione i medijske pismenosti, potrebno implementirati kako konkretne izmene u tekstu, ali i fokusirati se na razvoj medijske politike i drugih dokumenata koji bi mogli dodatno da osnaže razvoj i unapređenje medijske i informacione pismenosti u Srbiji i samim tim da osnaže sve građane Srbije kako bi informisanije mogli da donose odluke koje utiču na njihove živote, ali i da razumeju procese koji utiču na njih.

## Literatura

- Aufderheide, P. (1993). *A report on the National Leadership Conference on Media Literacy*, Aspen Institute
- Beta agencija. (2020, 8. jun). *Nakon usvajanja nove Medijske strategije*. Posećeno 10.10.2020. URL: <https://beta.rs/su-pro-media/128519-nakon-usvajanja-nove-medijske-strategije>
- Flew, T. (2007). *Understanding Global Media*. London: Palgrave Macmillan
- Freedman, D. (2008). *The Politics of Media Policy*. Cambridge: Polity Press
- Hobbs, R. (2019). Media Literacy Foundations in *The International Encyclopedia of Media Literacy*. Renee Hobbs and Paul Mihailidis (Editors-in-Chief), Gianna Cappello, Maria Ranieri, and Benjamin Thevenin (Associate Editors). John Wiley & Sons, Inc. doi: 10.1002/9781118978238.ieml0063
- Iosifidis, P. (2011). *Global Media and Communication Policy*. London: Palgrave Macmillan
- Insajder. (2020, 30. januar). *Usvojena Medijska strategija za period 2020-2025. godine*. Posećeno 8.10.2020. URL: <https://insajder.net/sr/sajt/vazno/16777/>
- Kellner, Douglas (2003). Cultural Studies, Multiculturalism, and Media Culture. in *Gender, Race and Class in Media. A Text- Reader (2nd edition)*. (Dines, G., Humez, J. M. ). London, Sage Publications. 9–21.
- Koltay, T. (2011). The Media and the Literacies: Media Literacy, Information Literacy, Digital Literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211–221. <https://doi.org/10.1177/0163443710393382>
- Mansell, R. Raboy, M. (2011). Introduction: Foundations of the theory and practice of global media. In R. Mansell & M. Raboy (Eds.), *The handbook of global media and communication policy* (pp. 1-29). Chichester: Wiley-Blackwell
- McLuhan, M. (1989). *The Global Village: Transformations in World Life and Media in the 21st Century*. Oxford: Oxford University Press
- McQuail, D. (2007). *Power, Performance and Politics: Media Policy in Europe*. Baden-Baden: Nomos
- Medijski edukativni centar Beograd, Nacionalno savetovanje o medijskoj i informativnoj pismenosti u Srbiji, (2017). *Pripremni dokument o nacionalnim politikama i strategijama medijske i informacione pismenosti*. Posećeno: 1.2.2022. URL: <https://www.mediaeducationcentre.eu/eng/wp-content/uploads/2017/02/PripremniDokument20170306.pdf>

- N1 Beograd. (2020, 27. jun). *Medijska strategija dobra osnova, ali novinari sumnjaju u njeno sprovođenje*. N1 Info. Posećeno: 12.10.2020. URL: <https://rs.n1info.com/vesti/a564122-drzava-i-udruzenja-o-medijskoj-strategiji/>
- Papathanassopoulos, S. & Negrine, R. (2010). *Communications policy, theories and issues Basingstoke*, UK: Palgrave Macmillan
- Papathanassopoulos, S. (2016). *The International Encyclopedia of Political Communication*. Hoboken: Wiley. 1-9
- Poter, Dž. (2011). *Medijska pismenost*. Beograd: Clio
- Raboy, M. & Padovani, C. (2010). Mapping Global Media Policy: Concepts, Frameworks, Methods. *Communication, Culture & Critique*, 3(2), 150–9. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1753-9137.2010.01064.x>
- Radio televizija Srbije. (2019, 19.april). *Zakon o elektronskim medijima*. Posećeno 7.10.2020. URL:[https://www.rts.rs/upload/storyBoxFileData/2019/04/19/14369685/zakon\\_o\\_elektronskim\\_medijima.pdf](https://www.rts.rs/upload/storyBoxFileData/2019/04/19/14369685/zakon_o_elektronskim_medijima.pdf)
- Radio televizija Srbije. (2019, 19. april). *Zakon o Javnim medijskim servisima*. Posećeno 5. 10. 2020. URL:[https://www.rts.rs/upload/storyBoxFileData/2019/04/19/14369689/zakon\\_o\\_javnim\\_medijskim\\_servisima.pdf](https://www.rts.rs/upload/storyBoxFileData/2019/04/19/14369689/zakon_o_javnim_medijskim_servisima.pdf)
- Radio televizija Srbije. (2019, 19. april). *Zakon o javnom informisanju i medijima*. Pristupljeno 6.10.2020. URL:[https://www.rts.rs/upload/storyBoxFileData/2019/04/19/14369698/zakon\\_o\\_javnom\\_informisanju\\_i\\_medijima.pdf](https://www.rts.rs/upload/storyBoxFileData/2019/04/19/14369698/zakon_o_javnom_informisanju_i_medijima.pdf)
- Sarikakis, K. Chakravartty, P. (2006). *Media Policy and Globalization*. Edinburgh: Edinburgh University Press
- Trivić, B. (2020, 31. januar). *Dug put do Medijske strategije*. Radio Slobodna Evropa. Pristupljeno 8.10.2020. <https://www.slobodnaevropa.org/a/medijska-strategija-srbija/30410604.html>
- UNESCO. (n.d.). *The Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*. Posećeno 6.10.2020. URL: <https://en.unesco.org/creativity/convention>
- UNESCO. (2017a). *Media and Information Literacy*. Posećeno 6.10.2020. URL: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/>
- UNESCO, (2015). *Smjernice za politiku i strategiju informacione i medijske pismenosti*. Cetinje: Nacionalna biblioteka Crne Gore „Đorđe Crnojević“
- UNESCO, (2017b). *The Organization's history*. Posećeno 6.10.2020. URL: <http://www.unesco.org/new/en/%20unesco/about-us/who-we-are/history/>

- Van Cuilenburg, J. & McQuail, D. (2003). Media policy paradigm shifts: Towards a new communications policy paradigm. *European Journal of Communication*, 18(2), 181–207. <https://doi.org/10.1177/0267323103018002002>
- Vajzović, E. Milojević, A. Ružić, N. (2021). *Regionalni osvrt na razvoj i integraciju medijske i informacijske pismenosti*. Fakultet političkih nauka univerziteta u Sarajevu.
- Valić Nedeljković, D. Janjatović Jovanović, M. (2019). *Iskustva i nove mogućnosti za implementaciju medijske i informacione pismenosti u osnovne i srednje škole u Srbiji*, Novosadska novinarska škola
- Vlada Republike Srbije. (2020, januar). *Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020-2025. godina*. Posećeno 5.10.2020. [https://www.media.srbija.gov.rs/medsrp/dokumenti/medijska\\_strategija210\\_cyr.pdf](https://www.media.srbija.gov.rs/medsrp/dokumenti/medijska_strategija210_cyr.pdf)
- Vlada Republike Srbije. (2020, 9.mart). *Akcionni plan za medijsku strategiju do polovine maja*. Posećeno 10.10.2020. URL: <https://www.srbija.gov.rs/vest/449703/akcionni-plan-za-medijsku-strategiju-do-polovine-maja.php>
- Vučić, M. (2020, 11. februar). *Nova medijska strategija – hoće li se išta promeniti na bolje*. Raskrikavanje. Pristupljeno 10.10.2020. URL: <https://www.raskrikavanje.rs/page.php?id=Nova-medijska-strategija---hoce-li-se-ista-promeniti-na-bolje?-565>

Marina Zec

University of Art, Faculty of dramatic arts

**Harmonization of defining the development of media literacy within the  
“Strategy for the development of the public information system in the  
Republic of Serbia for the period 2020–2025” with the recommendations  
of the international organization UNESCO about the development of  
policies and strategies for information and media literacy**

***Abstract:** In a global, highly networked world, the creation of media policies at the national level is becoming obsolete and the need to create supranational guidelines and recommendations in the field of media policy is evolving. This study focuses on the comparative analysis of the “Strategy for the development of the public information system in the Republic of Serbia for the period 2020-2025. year” and the UNESCO manual “Media and Information Literacy: Policy and Strategy Guidelines”. This paper aims to assess whether and to what extent the “Strategy for the development of the public information system in the Republic of Serbia for the period 2020-2025. year” followed the recommendations of the UNESCO handbook. The theoretical framework of the paper is represented by theories of media policy in global discourse and definitions of media literacy by James Potter, Renee Hobbs and Tibor Coltay, and the empirical part of the paper is based on desk research, content analysis, and comparative analysis. The general conclusion of the paper is that although the Media Strategy indicates a basic understanding of the need to develop media literacy, the measures prescribed by the Media Strategy are broadly defined, do not have specific indicators, and leave room for free interpretation of the functionality of these measures, meaning they are not written according to UNESCO handbook guidelines.*

***Key words:** media policy, media literacy, media strategy, UNESCO, UNESCO guidelines*