

O NEKIM PROBLEMIMA KONCEPTA MEDIJSKE PISMENOSTI

Dragana Žarić¹

Univerzitet umetnosti u Beogradu – Fakultet dramskih umetnosti
ORCID <https://orcid.org/0009-0000-4997-1981>

DOI: 10.5937/cm19-49390

Sažetak: U radu se ukazuje na izazove i probleme s kojima se suočava medijska pismenost kao obrazovni i uopšte javni strateški koncept, s fokusom na upotrebu samog pojma i pojedine terminološke nejasnoće, zatim na redukcionističke prakse u sprovođenju obuka za medijsku pismenost, te političku i ideološku instrumentalizaciju ideje. Izazov pred medijskom pismenošću i je stvarnost determinisana tehnološkim razvojem i tendencija kvantifikacije, šematizacije i automatizacije vještina medijske pismenosti tako da poprimaju računarsku logiku, bez utemeljenja u kritičkom mišljenju.

Ključne riječi: medijska pismenost, medijsko obrazovanje, kritičko mišljenje, ideologija, tehnologija

1. Uvod

Pojam „medijska pismenost”, u obliku i kontekstu u kome danas postoji, počeo je da se razvija tokom XX vijeka, a u posljednjih par decenija naročito je popularan u naučnim i stručnim krugovima i civilnom društvu. Medijska pismenost se najčešće definiše kao sposobnost pojedinca da razumije, analizira i interpretira medijski sadržaj, te da efikasno komunicira putem različitih medijskih platformi. U ovom radu ukazaćemo na neke probleme koji prate ideju medijske pismenosti, najprije u polju određenja pojma, a onda i u odnosu na savremeni ideološki i tehnološki kontekst. U radu polemišemo s definicijama koje se pojavljuju u javnom diskursu i praksama koje ih prate, a koje centralnu

¹ Kontakt sa autorkom: zaricdragana@hotmail.com

zamisao medijske pismenosti svode na njene pojedine djelove, najčešće tehničke prirode, zanemarujući suštinu koncepta i izvorišta ideje.

U naslovu rada odabran je pojam „koncept” u značenju ideja, zamisao², kako bismo napravili distinkciju od kurikuluma ili nastavnog plana, budući da se nećemo baviti dubljom analizom školskih ili akademskih programa za predmet medijska pismenost. Cilj je, dakle, da uočimo izazove s kojima se koncept suočava u aktuelnom društveno-političkom okruženju. Pokušaćemo da ukažemo da upotreba pojma medijske pismenosti, bilo da potiče iz akademskog ili civilnog sektora, nerijetko sadrži suženi pogled na ono što bi trebalo da bude ishod medijskog opismenjavanja – pojedinca sposobnog da kritički tumači medijski konstruisanu stvarnost.

Pomenute probleme, iako međusobno povezane i isprepletane, klasifikovali smo u tri polja. Najprije, osvrnućemo se na pojmovne i strateške dileme, gdje ćemo ukazati na nepodudarnost među definicijama medijske pismenosti i nejasnoće u vezi pravca razvoja ovog koncepta, zatim na ideološko pozicioniranje koncepta medijske pismenosti koje, po našem sudu, varira između sužavanja ideje o medijski pismenom čovjeku i neke vrste hiperbolisanja vještina koje su, navodno, uslov demokratije. Najzad, prikazaćemo ograničenja koja u procesu učenja i sticanja znanja i vještina nameće hipertehnološka stvarnost.

Cilj ukazivanja na ove probleme ne predstavlja negaciju ideje o medijskoj pismenosti, već poziv na kritičnije sagledavanje praksi koje se nerijetko tretiraju kao obrazovne a u biti su antipodne suštini obrazovanja. Njihovo preispitivanje trebalo bi da bude dio reformističkih nastojanja da medijska pismenost kao praksa zaista ostvaruje prvobitnu zamisao – kritičko čitanje medija, ali tako da se „kritičko” razumije u punom smislu, a ne njegovim popularnim i nerijetko izvrnutim derivatima.

2. Pismenost bez mišljenja?

Pojmovne i strateške dileme

Pogled na obrazovanje i pismenost uslovljen je, kako pojedinačnim, ličnim svojstvima, tako i kulturnim i društveno-političkim okolnostima, što za posljedicu ima i mnoštvo mišljenja o evoluciji i suštini ovih pojmova i praksi. Pomenutu raznolikost mogli bismo, radi pojašnjenja početnih pretpostavki o

² Prema: Klajn, I., Šipka, M. (2010). *Veliki rečnik stranih reči i izraza*. Novi Sad: Prometej/Zavod za kulturu Vojvodine.

problematičnoj redukciji medijske pismenosti, svrstati u dvije perspektive: prvu ćemo označiti kao pragmatičnu, a drugu kao idealističku. Prva perspektiva predstavljala bi pogled na obrazovanje kao usvajanje znanja i vještina koje je determinisano (različitim društvenim okolnostima) i time upotrebno, uvijek u okvirima datih determinanti. Pod drugom perspektivom podrazumijevamo shvatanje obrazovanja kao procesa izgradnje i promjene ličnosti (što uključuje i vaspitanje) mimo ili uprkos spoljašnjim ograničenjima.

U literaturi pronalazimo definisanje obrazovanja „u širem i užem smislu”, pri čemu bi šire definicije bile bliske pomenutoj idealističkoj perspektivi, a uže pragmatičnoj perspektivi. Šire definicije se često poklapaju sa antičkom idejom obrazovanja (paideja) po kome obrazovan čovjek živi u harmoniji duše i tijela, „duhovnih i fizičkih snaga ličnosti” (Gvozdenović, 2011: 83). Uže definicije su, pak, mlađe i promovišu funkcionalnost znanja, uz isključivanje ili ignorisanje ideje o obrazovanju kao samosvrhovitosti.

S druge strane, u razvoju pojma pismenosti ne nalazimo ovakve dihotomnosti već prije nadogradnju i stalno dopunjavanje definicija uslovljeno, najviše, tehnološkim okruženjem. Tako se od pismenosti kao sposobnosti čitanja, pisanja i računanja, dolazi do definicije o pismenosti kao sredstvu identifikacije, interpretacije i komunikacije u sve digitalnijem svijetu.³

Uz istaknutu polifoniju u pojmovnicima i tumačenjima, kada je riječ o medijskom obrazovanju i medijskoj pismenosti uočavamo još neke nejasnoće i disparitetne upotrebe pojmova. Medijsko obrazovanje se definiše kao kritička društvena analiza medija čiji je cilj svjesnost i razumijevanje načina na koji mediji funkcionišu, ko ih kontroliše i u njima/pomoću njih ostvaruje ciljeve, te načina na koji javnost/društvo/publika reaguje, a sve u svrhu ostvarenja vrijednosti zajednice – pravde, slobode, humanosti... (Popović, 2015: 349).

Među najčešće citiranim definicijama medijske pismenosti je Poterova, po kojoj je medijska pismenost „skup gledišta koje u korišćenju medija aktivno primenjujemo da bismo protumačili značenje poruka koje primamo” (Poter, 2011: 47). Prema brojnim definicijama, cilj medijskog opismenjavanja je informisan i kritički nastrojen pojedinac, sposoban za donošenje političkih i društvenih odluka. Kada je u pitanju medijska pismenost kao nastavni predmet, ona se različito imenuje: u SAD, Kanadi i Australiji naziva se medijska pismenost, u

³ Unesko (UNESCO) definicija, dostupna na: <https://www.unesco.org/en/literacy/need-know> posjećeno 16.2.2024.

Velikoj Britaniji medijsko obrazovanje, u Holandiji audiovizuelno obrazovanje, u Njemačkoj medijske kompetencije... (Kecman, 2019: 59).

Vještine koje se najčešće navode kao dio spektra medijske pismenosti su: analiza medijskih poruka (jezika, slika, zvukova) i njihovog uticaja na publiku (prepoznavanje propagande, manipulacija, stereotipa itd.); sposobnost preispitivanja kvaliteta i pouzdanosti medijskih sadržaja; kreiranje sadržaja (pisanje, snimanje, uređivanje) i njegova distribucija. U širim definicijama u ovaj spektar vještina ulaze i poznavanje prava i odgovornosti medija (sloboda izražavanja, pravo na privatnost, autorska prava itd.), kao i razumijevanje etičkih pitanja i dilema vezanih za djelovanje medija. Dodatno, doba tehnološkog (a i opštedruštvenog) ubrzanja učinilo je da „pratilja” medijske pismenosti postane informaciona pismenost koja podrazumijeva sposobnost prepoznavanja, ocjenjivanja i korisnog korištenja informacija. Informaciona pismenost uključuje i vještine pretraživanja (knjige, baze podataka, veb-stranice itd.) i odgovorne upotrebe informacija (citiranje, redistribucija).

Uočavamo, dakle, sličnost u definisanju pojmova medijsko obrazovanje i medijska pismenost, uz napomenu da prvi pojam zahvata širi idejni raspon, naročito u dijelu ciljeva i svrhe. Nejasno je, međutim, gdje su granice ili razlike u „kritičkoj analizi medija” koja je komponenta oba pojmova. Među pokušajima razrješenja pronalazimo razlikovanje između pojmova: obrazovanje za medije, medijsko opismenjavanje i medijska pismenost (Zindović Vukadinović, 2008: 167). Obrazovanje za medije ovdje predstavlja proces sticanja znanja za razumijevanje fenomena masovnih medija i „delotvorno ponašanje s njima i u odnosu na njih” (ibid). Medijsko opismenjavanje je „podučavanje jeziku i pismu medija”, dok je medijska pismenost „proizvod obrazovanja za medije i medijskog opismenjavanja” (ibid, 168).

Danas se medijska pismenost smatra jednom od ključnih komponenti obrazovanja (dakle, ne samo „proizvodom” već i praksom), a obrazovne institucije i civilne organizacije rade na razvoju programa i resursa koji promovišu pomenute vještine kako bi pojedinci bili „bolje pripremljeni” za život u digitalnom društvu. No, kako je uočeno u jednoj od analiza stanja medijske pismenosti u našem regionu, „uprkos deklarativnoj podršci medijskom opismenjavanju ne postoji jasna vizija o tome zašto je to potrebno” (Petković i Bašić-Hrvatini, 2019: 65). Dodatno, nejasan je način na koji se provjerava da li napore obrazovnog sistema, medijskih regulatora i civilnog društva daju rezultate. „Problem je

u tome da ne znamo ni kako se određuje ko je medijski pismen, a ko nepismen (...), niti znamo da li programi medijske pismenosti koji se trenutno sprovode stvarno obrazuju pismene pojedince” (ibid, 66).

Problem utvrđivanja efikasnosti medijske pismenosti istraživači navode kao jedan od izazova obrazovnog sistema. Pri tom se imaju u vidu metodološke nejasnoće i nemogućnost kontrolnih ispitivanja i testiranja, mali broj studija koje dovode u direktnu vezu obrazovanje/obuke sa stepenom medijske pismenosti, te veliki broj studija koje obuhvataju tek jednokratne, kratkoročne efekte. Kao primjer uspješnijih poduhvata u ovom polju navode se aktivnosti britanskog regulatora (Ofcom) čije su ankete i longitudinalne studije uspjele da prikažu pozitivnu korelaciju između školskih programa i vještina medijske pismenosti i to kod mladih uzrasta 12-15 godina (Bulger & Davison, 2018: 9).

Kao još jedan od izazova medijske pismenosti navodi se premještanje odgovornosti sa institucija na pojedinca (lična odgovornost). Zagovornici većeg uplija regulatora u borbi za medijski pismenije društvo ističu da ovakvo premještanje težišta može kod pojedinaca da stvori lažni osjećaj povjerenja u sopstvene vještine, te da teret praćenja medijskih efekata sada snosi publika, dok kretaori sadržaja i regulatori osjećaju olakšanje (ibid).

Kada je na Unesko konferenciji 1982. usvojena Deklaracija o medijskom obrazovanju, 19 država potpisnica saglasilo se da je koncept medijske pismenosti praktičan i iskustven, a da je kritičko mišljenje zasnovano na istraživanju.⁴ Takođe je istaknuto da je medijska pismenost interdisciplinarna, te da je diverzitet vještina koje ova oblast podrazumijeva – njena snaga. U javnom diskursu, međutim, medijska pismenost se često svodi na borbu s dezinformacijama i lažnim vijestima, dok su manje prisutni, primjera radi, analize filma ili globalno sve popularnijih serija ili, pak, analize podteksta video igara, ukazivanje na krizu učenja i pamćenja kao posljedice pretjerane upotrebe medija, rad na problemima apatije i nedostatka empatije itd. Ako analiziramo projekte koji se bave promocijom medijske pismenosti u okruženju (u Crnoj Gori projekti Instituta za medije, u Bosni i Hercegovini akcije Regulatorne agencije za komunikacije, u Srbiji projekti Novosadske novinarske škole itd.) uočićemo da je fokus na problemu dezinformacija.

Uz prethodno uočene stavove o potrebi za mjerljivošću rezultata i insistiranjem na empirijski provjerljivim podacima, čini se da je strateško opredjeljenje

⁴ Izvještaj sa konferencije dostupan na: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED365294.pdf>, posjećeno 18.2.2024.

koncepta medijske pismenosti sasvim u skladu sa široko prihvaćenom kvantifikacijom i merkantilizacijom znanja. Matrice, kodiranja i šeme koje se koriste na obukama za sticanje vještina medijske pismenosti nerijetko su samo to – logičke strukture bez temelja u dubljem poznavanju prirode medija i sistema kome su mediji glavni podupirači. Kontrolne liste za evaluaciju sadržaja na portalima i veb-sajtovima, koje se često koriste kao mjerilo vjerodostojnosti i pouzdanosti informativnih medija, „zastarjele su, zapravo narušavaju utvrđivanje kredibiliteta, oduzimaju mnogo vremena i mogu se olako shvatiti” (Bulger & Davison, 2018: 10). Kontrolori (fektčeki, od eng. *fact-checking* – provjeravanje činjenica) mogu provesti vrlo malo vremena na veb-stranici prije nego zaključe da nije kredibilna, ako se u kontrolnoj listi pojave „upozoravajuća svojstva” ili čak neželjene riječi. Na taj način se kao vještina medijske pismenosti servira nešto sasvim suprotno, bez razumijevanja strukturne pozicije određenog medija/glasila.

„Očito, vladine i nevladine birokratizovane strukture, kako se vidi, o medijima brinu tako što uzroke i efekte njihovog delovanja uklapaju u unapred iscrtane koordinate matričnog mišljenja, koje je obojeno buržoaskim filistarstvom i onom analitikom što ideju i praksu slobode svodi na kolone u upitnicima, ispunjavanje zadatih tabela, i, uopšteno, ‘dežurstvo’ nad emancipatorskim procesima kao da je reč o rastu paradajza, u manje povoljnim ili nepovoljnim klimatskim uslovima” (Vuksanović, 2022: 189).

U odnosu na početni ugao promatranja ove problematike, rekli bismo da je koncept medijske pismenosti danas izrazito pragmatičan. Ipak, tezi da „medijska pismenost predstavlja uslov *sine qua non* našeg opstanka u ovom vremenu” (Todorović, 2020: 13), možemo suprotstaviti mišljenje da medijska pismenost, naročito ako se shvati „automatizovano i jednoznačno” ne može biti uslov za razvoj građanskih demokratskih vrijednosti jer su mas-mediji „pseudodemokratska alatka građanskog društva” (Vuksanović, 2008: 37).

Svođenje medijske pismenosti na razvoj vještina uz ignorisanje kritičkog mišljenja može imati suprotne efekte od deklarativno zacrtanih ciljeva. Za pojavu da koncept medijske pismenosti sadrži tendenciju sužavanja, osiromašjenja, pa i obesmišljavanja ideje, krivica se može pripisati i obrazovnom sistemu koji podržava i čak generiše pomenuto sužavanje i time, suprotno svojoj primarnoj funkciji, djeluje isključivo pragmatično (monetizujuće), umjesto u korist istine. Kritički stav da se obrazovanje svelo na proizvodnju profesija odnosi se i na obrazovanje za medije, dok se neformalni kursevi i „radionice” koji se navodno

bave razvojem kritičke svijesti zapravo bave perifernim pojavama i pukim računskim operacijama.

„Istinski kritički sadržaj, nažalost, nestaje u ždrelu jednog novog varvarstva koje zarad nekontrolisanog profita multunacionalnih korporacija, proždire sve što podseća na bilo kakav autentični otpor reflektujuće, misleće ljudske jedinke” (Dimić, 2016: 21).

Kao potvrdu nestajanja kritičkog mišljenja iz sistema obrazovanja možemo navesti primjer da studenti novinarstva ne slušaju filozofiju ili istoriju političkih teorija⁵ ili da, recimo, studenti sociologije nemaju filozofiju u nastavnom planu⁶. Medijsko obrazovanje se, međutim, „ne može ostvarivati bez uporednih procesa edukacije koji se tiču promovisanja univerzalnih kulturnih vrednosti” (Vuksanović, 2008: 40).

Upitno je, najzad, da li pojam medijske pismenosti raskida svaku vezu s pismenošću u klasičnom smislu, budući da upravo zbog preplavljujućih medija sve manje pišemo i čitamo.

3. Vještine za održavanje statusa kvo

U pokušaju da razlučimo pojmove medijskog obrazovanja i medijske pismenosti uviđamo da je prvi pojam stariji, dok se medijska pismenost pojavljuje u prošlom vijeku. Dejvid Bakingem (David Buckingham), kritikujući praksu da se medijska pismenost razumije isključivo kao kurs za jednokratnu upotrebu, ističe da se ovom konceptu mogu pripisati političke funkcije. To se, prema ovom autoru, naročito dešava u vezi sa onlajn sferom. Internet je „rebrandiran u ‘participativni’ medij” a takva „utopijska ideja” postala je dio novog poslovnog modela – digitalnog kapitalizma (Buckingham, 2020: 231). Ovu utopiju, prema Bakingemu, koriste tehnološke kompanije, prodajući parolu o tehnologiji koja će olakšati učenje, osloboditi nove forme kreativnosti ili riješiti društvene probleme. U te svrhe koristi se pojednostavljivanje pitanja koje proizvodi narastajuće informaciono društvo kroz kreiranje sintagmi poput „internet zavisnost” ili „lažne vijesti”. U pokušaju da se pozabave tim problemima, javne politike

⁵ Nastavni plan smjera Medijske studije i novinarstvo na Univerzitetu Crne Gore, dostupan na: <https://www.ucg.ac.me/studprog/18/13/1/2023-medijske-studije-i-novinarstvo-2023>, posjećeno 20.2.2024.

⁶ Nastavni plan smjera Sociologija na Univerzitetu Crne Gore, dostupan na: <https://www.ucg.ac.me/studprog/3/10/1/2023-sociologija-2020>, posjećeno 20.2.2024.

i stručnjaci posežu za brzim rješenjima kakvi su kursevi o bezbjednosti na internetu, obuke protiv onlajn nasilja ili već pomenuti fekt-čeking. Ovaj autor ukazuje da je takvo koncipiranje medijske pismenosti bavljenje simptomima uz zanemarivanje uzroka. A uzroci su u samoj prirodi sistema u kome živimo (ibid, 234).

Politička upotreba medijske pismenosti ogleda se i u pokušajima da ovaj koncept zamijeni medijsku regulativu. Vlade ne mogu da kontrolišu globalne medije i tehnološke gigante, a to postaje još teže ako korisnici sami generišu sadržaj. Regulacija, shvaćena kao prijetnja po ogromni profit, istiskuje se upravo kroz promociju medijske pismenosti kao alternative pri čemu se velika odgovornost pripisuje i nastavnicima. Čak i na pojavu socijalnih problema (zloupotreba droga, nasilje) odgovor je uvijek – više obrazovanja (ibid).

Problem na koji je ukazao Bekingem pokazuje da je čak i ideje čija je zamisao humana moguće pervertirati tako da služe ideologiji. Medijska pismenost tako postaje moderan, poželjan koncept, koji prati mnogo više reklame i slogana nego razgovora o realnim dometima, izazovima i problemima. Tako se i popularno „raskrinkavanje manipulacija” pretvara u ideološki bič za neistomišljenike. Ovo se, takođe, očitava na primjeru tzv. standarda zajednice na društvenim mrežama, gdje pod dejstvom kontrolnih lista pojedine informativne platforme (portali) bivaju cenzurisane. Postupci fektčekera su u tim situacijama „krajnje diskutabilni, kako profesionalno, tako i sa stanovišta ličnog morala” (Vuksanović, 2022: 186). U krajnjem, ostaje metodološki nejasno kako se prosuđuju kompetencije „razotkrivača” i koja se metodologija razotkrivanja može smatrati odgovarajućom.

Još jedna opasnost krije se u pretpostavci da je medijska pismenost nešto što se može jednostavno naučiti ili da je lako razlikovati istinu od laži. Većina medijskog sadržaja zapravo je interpretativna, odnosno rezultat je niza filtera i uređivačkih pogleda. Kritičko mišljenje je više od kontrolne liste ili šeme i nemoguće ga je isključiti u traganju za istinom. Brza rješenja još više se čine apsurdnim ako se uzme u obzir dubina istine kao takve, njena slojevitost i kompleksnost. Primjera radi, novinarski principi kakvi su uravnoteženost, pravičnost, izbalansiranost i sl. jesu podložni ispitivanju, ali medijski tekst uvijek sadrži slojeve emocionalnog ili simboličkog u koje se ne može pronicati brzim potezima.

Navođenje medijske pismenosti kao univerzalnog rješenja za probleme nastale pod razornim svojstvima medijske mašinerije ili njeno isticanje kao uslova

demokratije kritičari koncepta smatraju brzim i površnim odgovorom. Medijska pismenost bez razumijevanja nadzornog ili digitalnog kapitalizma, tehnoidologija i uočavanja i razobličavanja centara moći koji ovakav sistem „hrane” nije moguća. U obrazovnim kurikulumima medijska pismenost ne može postojati kao cilj, ako ti kurikulumi ne sadrže dubinsko preispitivanje društva, odnosno ako ne njeguju discipline koje imaju moć u razotkrivanju poretka.

Utabanu stazu za održavanje statusa kvo stvorili su upravo mediji, praveći od čovjeka kao znatiželjnog bića potrošača koji gaji pervertirani hedonizam. Zato je za kritičko razumijevanje medija potrebno, ne samo mjerenje njihovog uticaja i raspoznavanje spoljašnjih oblića, već prodiranje u suštinu poretka čiji su nosioci. Ako medijska pismenost, time što se bavi jezikom medija i tehnologije, pristaje na uslovljavanja pred koja nas mediji postavljaju, odnosno ako se shvati usko i tehnički, zapravo podržava svijet u kojoj je ključna riječ profit.

Upitno je, dakle, može li takav koncept medijske pismenosti (a i medijskog obrazovanja kao šireg pojma), doprinijeti ostvarivanju slobode shvaćene kao „proces oslobađanja iz nepravedne situacije i ideološkog okvira koji se smatra izopačenim” (Fuzaro, 2020: 14), imajući u vidu prilagođavanja tom istom okviru. Ako je već „raskidajuće neslaganje” koje je revolucionarno (ibid, 26) nemoguće ili teško ostvarivo, onda cilj medijske pismenosti treba da bude reformistički.

4. Tehnologija kao gospodar znanja

Teza da se postindustrijsko društvo transformiše u takozvano „društvo znanja” čini se još jednom tržišnom parolom. Usljed hiperdinamičnog razvoja tehnologije dolazi, naprotiv, do komercijalizacije znanja. Ono postaje sluga ekonomije i „privrednog rasta”. U takvim okolnostima kritičko mišljenje postaje „retrogradno, konzervativno i ekscentrično, jer je neefikasno, sporo, i po svojoj prirodi predstavlja opoziciju profitu, pa je samim tim i odbačeno kao nepoželjno” (Vučetić, 2022: 60).

Tehnološki solucionizam, sa euforičnim stavom u vezi uloge digitalnih tehnologija u društvu, vjeruje da se nesavršenosti ljudskog svijeta mogu „srediti” pomoću računarske logike i inteligencije (ibid, 55). Posljedično, nesavršenost ljudskog mišljenja, kulture, obrazovanja, potrebno je zamijeniti savršenim matricama robotske pismenosti. U takvom kontekstu čini se sasvim opravdanim upozorenje da medijska i informaciona pismenost mogu postati „trojanski konj

liberalne politike koja prava ljudi relativizira na mogućnost odabira različitih identitetskih oblika medijske potrošnje” (Petković i Bašić-Hrvatin, 2019: 69). U naletu tehno-optimističkih agendi i rješenja za ispravljanje krivudavih puteva ljudskog uma, u javnom diskursu je sve manje upozorenja o negativnim posljedicama nivoa moći koja se prepušta tehnologiji.

Upozorenja da se ideja medijske pismenosti može pretvoriti u janusovski surogat idu već do pitanja da li onaj ko se medijski opismenjava treba da bude ljudsko ili transljudsko biće (Šmakić, 2022: 30) i da li je moguće biti pismen ako ste dio kompjuterskog programa koji bi trebalo kritički da dekonstruirate. U transhumanističkim aspektima medijske pismenosti mogu se prepoznati opstrukcije slobode i slobodnog mišljenja (ibid, 31) koje kao da zarasta u dvorištu na koje malo ko obraća pažnju dok u kući uveliko „cvjetaju” algoritmi, platforme i interfejsi.

Transformacija intelektualnog rada, pa time i izvorne ideje o kritičkom pristupu medijima, u standardizovanu, modularnu robu, dešava se i u akademskoj sferi i to na način da odražava i podržava digitalni kapitalizam i individualistički model društva (Betancourt, 2015: 2). Izmještanje intelektualnog rada, uključujući i kreativnost, u polje radikalnog pragmatizma, slika je ideologije automatizacije koja zahvata sve širi korpus ljudskih aktivnosti. Ovakva „postignuća” pravdaju se metaforama poput „industrije znanja” (ibid, 11) koja, zapravo, predstavlja serijsku proizvodnju krutih, radikalno racionalnih šema djelovanja.

I medijska pismenost može se prodavati, kao serija drugih poželjnih proizvoda (Buckingham, 2009: 4). Zato kao ključni problem ovog koncepta ističemo tendenciju da se on koristi kao ideološka strategija. Pri tom, ova se zloupotreba može upakovati u demokratsku foliju, argumentovana kao osnaživanje, obezbjeđivanje pojedinaca i grupa navodno životno važnim potrepštinama kakva je analiza medijskih poruka. Dodatno, dok svi dobijamo odgovornost da se nosimo sa složenim medijsko-informacionim sistemom, ne dobijamo pravo da budemo tretirani kao građani a ne potrošači (ibid, 6).

Upotreba tehnologije implicitno se smatra korisnom, podržavajućom, inovativnom praksom koja podstiče kreativnost i stvaralaštvo. Ako nam nedostaju vještine za upotrebu te tehnologije, onda ih moramo nabaviti u marketu vještina čiji su vlasnici isti oni koji posjeduju tehnologiju. Dakle, nekritički odnos prema svakom novom izumu takođe je problem medijske pismenosti, jer upotreba tih izuma postaje mjera modernog, digitalno pismenog čovjeka.

Medijska pismenost se, međutim, ne može tretirati kao panaceja. Medijska pismenost je samo jedan kadar u složenom okruženju (Bulger & Davison, 2018: 2), a tek njeno pravilno (dubinski promišljeno) pozicioniranje može rezultirati onim ishodima koji su u izvoru ideje – kritičkom nastrojstvu prema svijetu medija.

U optimističnijim verzijama odnosa ljudskog i tehničkog, obrazovanje za umjetnost, kulturu i medije humanizuje obrazovanje izmijenjeno tehnologizacijom i digitalizacijom, jer ga usmjerava na „autentično ljudsko”, na vrijednosti koje (makar za sada) ostaju izvan dosega računarske inteligencije (Martinoli, 2019: 9).

Najzad, ukazujemo na problem da se medijska pismenost nikad ne može ustaliti u smislu nekog plana ili minimalnog obrazovnog sadržaja koji bi trebalo da nudi, jer politika njenog razvoja ne može ispratiti brzinu kojom nas tehnologija izaziva, te skup potrebnih vještina zahtijeva stalnu dopunu i preispitivanja. Već sada, medijsko opismenjavanje bi moralo da uključi prodiranje u rezonovanje računarske inteligencije koje, ipak, nije sasvim transparentno.

5. Zaključak

Između pragmatične i idealističke perspektive obrazovanja čini se da se medijska pismenost smjestila u ovu prvu. Kao dio korpusa medijskog obrazovanja, početna zamisao medijske pismenosti ima za cilj kritički orijentisanog i svjesnog čovjeka koji posjeduje niz vještina poput: analize medijskih poruka, preispitivanja kredibiliteta medijskih sadržaja, upotrebe medijskih platformi itd. Međutim, ova zamisao u savremenom okruženju biva instrumentalizovana i podređena uzusima ideologije digitalnog kapitalizma.

Zato, udaljavanje medijske pismenosti od svog izvora – obrazovanja u širem smislu, nije slučajno. Pojam obrazovanja sadrži ideju o nemjerljivim, samosvrhovitim koracima ka izgradnji svjesnih ličnosti, dok se redukcionistička paradigma medijske pismenosti svodi na vještine neutemeljene u mišljenju. Ovakvo sužavanje pojma podjednako promovišu organizacije koje monetizuju bavljenje vještinama medijske pismenosti, obrazovne i regulatorne institucije. Obrazovni sistem ne uspijeva da predoči pomenutu redukciju već joj se najčešće prilagođava. Sve ovo se dešava pod stegama profitno orijentisanog sistema.

Osvjetljavanjem nužnosti za produbljivanjem pojma i prakse medijske pismenosti pokušali smo da ukažemo na politizaciju i ideologizaciju po kojoj

medijska pismenost postaje proizvod ili tek moneta u raznim projektnim aktivnostima.

Za razliku od pomenute redukcije, uočili smo i pojavu reklamnog preuveličavanja pojma, odnosno namjeru da se spektar vještina medijske pismenosti predstavlja kao životno-spašavajući ili ključni za demokratiju što smo pokušali da osporimo prikazivanjem puteva pomenute instrumentalizacije.

Uočili smo, dalje, da medijska pismenost kao koncept ima strateške dileme u pogledu pravca razvoja. Tu ubrajamo unaprijed izgubljenu trku s brzinom razvoja tehnologije, nemjerljivost rezultata koje praksa medijskog opismenjavanja donosi, te nesaglasnost o podjeli odgovornosti između pojedinaca (građana) i ustanova kakve su regulatori i obrazovni sistem.

Automatizacija metoda za sticanje medijske pismenosti osvjetljava problem odstranjivanja kritičkog mišljenja, te uopšte mišljenja kao ljudskog/humanog svojstva. Medijska pismenost se, zato, ne može ostvariti bez, odnosno odvojeno od, uporednog obrazovanja, i to obrazovanja koje je utemeljeno u idealističkoj perspektivi.

Ukoliko se medijska pismenost bude zadržavala na perifernim i pukim logičkim procesima ona će ostati samo vještina za održavanje postojećeg poretka. Ovi procesi, ako su osmišljeni kao brza rješenja, pretvaraju se čak i u suštu suprotnost kritičkom iščitivanju medija – u cenzurisanje ili potpuno zaobilaženje srži medijskih poruka.

Medijska pismenost bi trebalo da bude reformistička u smislu da razobličava i razotkriva stranputice kojim ideologija vodi humane ideje, što mora uključiti dekonstrukciju prirode i uloge medija u savremenom svijetu. Stav da će novi mediji biti mediji svih, mediji za prodiranje ideja odozdo, participativni itd. umnogome je poljuljan nivoom potrošnje koju ovi mediji generišu i time zamagljuje potencijalne subverzivne pravce djelovanja. Medijska pismenost, stoga, ne bi trebalo da se gradi kao koncept koji se prilagođava, koji usvaja logiku tržišta, već kao ideja koja preoblikuje stvarnost i iznova integriše u sebe otvore ka promjenama.

Ove otvore, po našem sudu, treba tražiti u univerzalno ljudskim, humanim poljima kakva je sloboda uma i njena ostvarenja – kultura, umjetnost, filozofija. Istiskivanjem ovih oblasti iz obrazovnog sistema nijedna pismenost, pa ni medijska, ne može se realizovati u punoći zamisli.

Literatura

- Aufderheide, P., Firestone, C. (1992). *Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Posjećeno 18.2.2024. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED365294.pdf>
- Betancourt, M. (2015). *The critique of digital capitalism: An analysis of the political economy of digital culture and technology*. New York: Punctum Books.
- Buckingham, D. (2009). The future of media literacy in the digital age: Some challenges for policy and practice. *Medienimpulse*, 47(2): 1-18.
- Buckingham, D. (2020). Epilogue: Rethinking digital literacy: Media education in the age of digital capitalism. *Digital Education Review*, no. 37: 230-239.
- Bulger, M., Davison, P. (2018). The Promises, Challenges and Futures of Media Literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 10 (1): 1 – 21.
- Dimić, Z. (2016). Kritičko mišljenje i savremeno univerzitetsko obrazovanje. *Balkanske sinteze: časopis za društvena pitanja, kulturu i regionalni razvoj*, III (2): 11-23.
- Fuzaro, D. (2020). *Misliti drugačije: filozofija neslaganja*. Beograd: Clio.
- Gvozdenović, S. (2011). Obrazovanje i drugi srodni pojmovi. *Sociološka luča: časopis za sociologiju, socijalnu antropologiju, socijalnu demografiju i socijalnu psihologiju*, 5 (2): 82-93.
- Kecman, V. (2019). *Medijska pismenost u srednjem obrazovanju: Podsticaj za kritičko mišljenje adolescenata u Srbiji početkom 21. veka* (doktorska disertacija). Beograd: Fakultet dramskih umetnosti.
- Martinoli, A. (2019). U susret izazovima obrazovanja za medije i kulturu 21. stoljeća: Nova znanja i vještine za digitalno, interaktivno i participativno okruženje. *Medijska istraživanja*, 25(2): 5-28.
- Petković, B., Bašić Hrvatinić, S. (2019). *Iskustva i perspektive medijske i informacione pismenosti u obrazovnom sistemu Crne Gore*. Posjećeno 10.2.2024. URL: https://mpm.cmpf.eui.eu/upload/sources/Montenegro/plusmontenegro_medijska-i-informaciona-pismenost-u-obrazovnom-sistemu-crne-gore_1607168446.pdf
- Popović, D. (2015). Medijsko obrazovanje i medijska pismenost kao dio digitalne kulture. U P. Vukotić (ur.), *Sistem obrazovanja i digitalna kultura* (str. 347-368), Podgorica: Crnogorska akademija nauka i umjetnosti.
- Poter, Dž. (2011). *Medijska pismenost*. Beograd: Clio.

- Šmakić, K. (2022). Transhumanistički aspekti medijske pismenosti. *Kultura*, br. 177: 23-33.
- Todorović, A. (2020). *Medijske industrije*. Beograd: Clio.
- Unesco.org
- Vučetić, V. (2022). Od tehnološkog determinizma do tehnološkogolucionizma. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 65(2): 49-67.
- Vuksanović, D. (2008). Medijsko obrazovanje: potreba i/ili nužnost opstanka savremenog sveta kulture. U D. Vuksanović (ur.), *Knjiga za medije – mediji za knjigu* (str. 35-41). Beograd: Clio.
- Vuksanović, D. (2022). Mediji i sloboda: osnovna pitanja. *CM: Communication and Media*, XVII(2): 183-199.
- Zindović Vukadinović, G. (2008). Obrazovanje za medije – prilog konceptu za srednje škole. U D. Vuksanović (ur.), *Knjiga za medije – mediji za knjigu* (str. 167-172). Beograd: Clio.

Dragana Žarić

University of Arts in Belgrade – Faculty of Dramatic Arts

ON SOME PROBLEMS OF THE CONCEPT OF MEDIA LITERACY

Summary: *The paper points out the challenges and problems faced by media literacy as an educational and generally public strategic concept, with a focus on the use of the term itself and certain terminological ambiguities, then on reductionist practices in the implementation of media literacy training, and the political and ideological instrumentalization of the idea. The challenge before media literacy is the reality determined by technological development and the tendency to quantify, schematize and automate media literacy skills so that they take on computer logic, without being grounded in critical thinking.*

Keywords: *media literacy, media education, critical thinking, ideology, technology*