

Emir Vajzović, Ana Milojević i Nataša Ružić, ur.

# REGIONALNI OSVRT NA RAZVOJ I INTEGRACIJU MEDIJSKE I INFORMACIJSKE PISMENOSTI



FAKULTET  
POLITIČKIH  
NAUKA  
UNIVERZITET U SARAJEVU  
MCMXLIX

Biblioteka  
DRUŠTVENA I HUMANISTIČKA ISTRAŽIVANJA

Medijska i informacijska pismenost

#3

Stavovi i mišljenja izneseni u ovoj publikaciji su stavovi i mišljenja autora i ne odražavaju nužno stavove i mišljenja UN agencija koje implementiraju program niti partnera u programu. Sadržaj publikacije isključiva je odgovornost autora.



Ova publikacija je realizirana u okviru Zajedničkog regionalnog programa „Dijalog za budućnost: unapređenje dijaloga i društvene kohezije u Bosni i Hercegovini i između, Bosne i Hercegovine, Crne Gore i Republike Srbije“, koji provode UNDP, UNICEF i UNESCO, a finansira ga Fond UN-a za izgradnju mira (UN PBF).



Emir Vajzović, Ana Milojević i Nataša Ružić, ur

# **REGIONALNI OSVRT NA RAZVOJ I INTEGRACIJU MEDIJSKE I INFORMACIJSKE PISMENOSTI**



Sarajevo, 2021.

**INSTITUT ZA DRUŠTVENA ISTRAŽIVANJA  
FAKULTETA POLITIČKIH NAUKA  
UNIVERZITETA U SARAJEVU**

*Naslov*

Regionalni osvrt na razvoj i integraciju medijske i informacijske pismenosti

*Urednici*

Emir Vajzović, Ana Milojević, Nataša Ružić

*Biblioteka*

Društvena i humanistička istraživanja

*Edicija*

Medijska i informacijska pismenost

*Izdavač*

Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu

*Za izdavača*

Sead Turčalo

*Recenzija*

Asim Mujkić

Milica Kulić

Rade Veljanovski

*Lektura*

Bjanka Alajbegović

*Autorski i predmetni registar*

Emina Adilović

*Naslovnica, dizajn i DTP*

Jasmin Hasanović



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License  
– Imenovanje-Nekomercijalno CC BY-NC

Ova licenca dopušta drugima da remiksiraju, mijenjaju i prerađuju ovo djelo u nekomercijalne svrhe, uz obavezu navođenja autora.

ISBN 978-9926-475-22-2

COBISS.BH-ID 44318214

# SADRŽAJ

PREDGOVOR .....	9
<b>I. BOSNA I HERCEGOVINA .....</b>	<b>13</b>
<b>1. Medijska i informacijska pismenost kao krovna kompetencija .....</b>	<b>13</b>
<b>2. Jačanje kapaciteta nastavnika i bibliotekara u promicanju kulturne raznolikosti, međukulturalnog dijaloga i tolerancije kroz MIP .....</b>	<b>19</b>
2.1. Pregled radionica medijske i informacijske pismenosti: promicanje kulturne raznolikosti i međukulturalnog dijaloga u obrazovanju .....	19
2.2. Stanje i perspektive interkulturalnog dijaloga s aspekta medijske i informacijske pismenosti .....	25
2.3. Obrazovanje za mir: mirovna pedagogija u službi medijske i informacijske pismenosti .....	39
<b>3. Jačanje kapaciteta medija za promociju medijske i informacijske pismenosti i pozitivnog pripovijedanja.....</b>	<b>47</b>
3.1. Osvrt na radionice za novinare: mediji u službi promocije i razvoja medijske i informacijske pismenosti.....	47
3.2. Uloga novinara u promociji medijske i informacijske pismenosti.....	53
3.3. Algoritamske kapije i digitalni mediji .....	61
3.4. Pozitivno pripovijedanje i borba protiv pristrasnog i prejudiciranog izvještavanja.....	69
<b>II. SRBIJA.....</b>	<b>77</b>
<b>1. Razvoj medijske i informacijske pismenosti u Srbiji.....</b>	<b>77</b>
1.1. Pristupi medijskom obrazovanju.....	77
1.2. Medijska i informacijska pismenost u Srbiji.....	85
1.3. Medijska i informacijska pismenost u funkciji razvoja kritičkog mišljenja i zagovaranja mladih .....	92

<b>2. Podizanje kapaciteta studenata za izgradnju mira kroz medijsku i informacijsku pismenost.....</b>	<b>97</b>
2.1. Pregled radionica medijske i informacijske pismenosti: podizanje kapaciteta mladih za javno zagovaranje.....	97
2.2. Javne politike i alternativni načini predstavljanja društvenih problema .....	102
2.3. Javno zagovaranje u onlajn okruženju .....	107
<b>3. Jačanje kapaciteta nastavnika i bibliotekara za promociju kulturne raznolikosti, međukulturalnog dijaloga i tolerancije kroz MIP.....</b>	<b>112</b>
3.1. Pregled radionica medijske i informacijske pismenosti: promocija kulturne raznolikosti i međukulturalnog dijaloga u obrazovanju.....	112
3.2. Osvrt na multikulturalnost i antidiskriminativne politike i prakse u Srbiji.....	116
3.3. Obrazovanje za mir: Prevencija nasilnog ekstremizma i radikalizacije mladih.....	122
<b>4. Jačanje kapaciteta medija za promociju medijske i informacijske pismenosti i pozitivnog pripovedanja .....</b>	<b>128</b>
4.1. Osvrt na radionice za novinare: mediji u službi promocije medijske i informacijske pismenosti.....	128
4.2. (Ne)tolerancija prema „drugom“ u savremenom društvu i medijskom okruženju.....	133
4.3. Datafikacija publike i novinarstvo: novi prostor za razvoj strategija medijske i informacijske pismenosti .....	139
<b>III. CRNA GORA.....</b>	<b>147</b>
<b>1. Mediji i informacijsko okruženje u Crnoj Gori.....</b>	<b>147</b>
1.1. Medijska pismenost: Preporuke za edukatore.....	154
1.2. Medijsko opismenjavanje novinara u kontekstu religijske pismenosti .....	160
1.3. Medijsko komuniciranje sa djecom i mladima .....	172
1.4. Etnokulturne zajednice, multikulturalizam i mediji .....	179

<b>IV. PERSPEKTIVE RAZVOJA MEDIJSKE I INFORMACIJSKE PISMENOSTI I DRUŠTVENE KOHEZIJE.....</b>	<b>183</b>
<b>V. PRILOZI.....</b>	<b>187</b>
Prilog 1: Deklaracija o značaju medijske i informacijske pismenosti i društvene kohezije.....	187
Prilog 2: Radionice medijske i informacijske pismenosti .....	192
<b>VI. AUTORSKI I PREDMETNI REGISTAR.....</b>	<b>197</b>
POPIS TABELA, GRAFIKONA I ILUSTRACIJA .....	200
<b>BIOGRAFIJE .....</b>	<b>206</b>





## PREDGOVOR

Regionalni osvrt na razvoj i integraciju medijske i informacijske pismenosti je akademski i naučnoistraživački rezultat nastao iz niza potreba koje, iako globalnog karaktera, imaju regionalne implikacije. Okosicu čini koncept medijske i informacijske pismenosti, kao krovna humana kompetencija koja je danas izraženija nego ikada prije, ponajviše uslijed digitalne transformacije društva. Informacijsko, medijsko i platformsko okruženje koja stvara nove vrijednosti, procese, stanja i budućnosti tehnološki je determinirano i zavisno od nas građana i našeg razumijevanja potrebe proaktivne participacije, tehno-kapitalizma, data-ekstraktivizma, te uloge algoritama i umjetne inteligencije kao faktora određivanja onoga sto slijedi.

Otpornost ljudi na informacijske i medijske distorzije u oblastima politike, ekonomije, životnih navika, ljudskih prava, demokratskog diskursa i društvene kohezije je na testu historije. Pitanje redefiniranja odnosa građana, države i velikih tehnoloških kompanija prevazilazi samo teorijsko „raspakivanje“ i ponovno pregovaranje Društvenog ugovora. Univerzalna, svjetska potreba razumijevanja digitalnog globalnog sela i principa međupovezanosti i međuovisnosti društava je izraženije više nego ikada. Upravo jedan ovakav atipičan poduhvat akademske zajednice tri susjedne države koje su uvezane historijski, medijski, politički, pa i jezički, oslikava potrebu za promišljanjem razvoja i integracije (u društvo i obrazovne sisteme) medijske i informacijske pismenosti na regionalnom nivou.

Ova publikacija rezultat je zajedničkih napora istraživačkih timova Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu i Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Crnoj Gori da kroz akademski, naučno-istraživački i pedagoški interdisciplinarni pristup razvijaju strateški okvir uključivanja medijske i informacijske pismenosti u formalno i neformalno obrazovanje, zasnovano na principima izvodljivosti i održivosti.

Začetnik ove ideje je Institut za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, koji okuplja multidisciplinarni tim profesora i istraživača iz cijele Bosne i Hercegovine. Institut je, u saradnji sa UNESCO-m, od 2017. do 2021. godine realizirao nekoliko značajnih projekata kroz koje se prožimala jedinstvena ideja da se doprinese društvenom, kulturnom i demokratskom ra-

zvoju bosanskohercegovačkog društva u digitalnom okruženju, kao i jačanju socijalne kohezije sa susjednim zemljama. Okosnicu ovih napora predstavljao je regionalni projekat Dijalog za budućnost: „Jačanje dijaloga i socijalne kohezije unutar i između Bosne i Hercegovine, Crne Gore i Srbije“, koji je proveden tokom 2020/21. godine, kada je COVID-19 pandemija dodatno ogolila slabosti u društvu i potrebe za kompetencijama medijske i informacijske pismenosti za borbu protiv pandemije, ali jednako i prateće infodemije<sup>1</sup>. Značaj regionalne akademske saradnje se ogleda u činjenici da je prostor ove tri susjedne države medijski, informacijski i (digitalno) platformski jedinstven, sa jezicima koji su međusobno razumljivi i kompatilni, obrazovnim sistemima koji su se razvijali sa iste polazne tačke zadnje tri decenije, te dijelimo slične izazove u vremenu post-digitalnog i post-demokratije.

Publikacija koja se nalazi pred Vama bazirana je na višegodišnjem naučno-istraživačkom radu istraživačkog tima iz oblasti interkulturalnog dijaloga, medijske i informacijske pismenosti, prevencije nasilnog ekstremizma, demokratije i ljudskih prava, informacijskog društva, etike i politike, a organizirana je u tri glavna dijela: *Bosna i Hercegovina, Srbija i Crna Gora* završavajući sa zaključnim poglavljem *Perspektive razvoja medijske i informacijske pismenosti i društvene kohezije*. Značajan broj stručnjaka je bio uključen u realizaciju projekta, i jedan broj njih je dao svoj autorski doprinos u ovoj publikaciji. Svi autori su pisali na svojim jezicima, i kao takva, ova publikacija ima dodatnu vrijednost.

Svako od glavna tri poglavlja donosi pregled realiziranih aktivnosti, objašnjenje tematskih okosnica značajnih za razvoj koncepta medijske i informacijske pismenosti, kontekstualizaciju stanja medijske i informacijske pismenosti u ovim državama, te davanje preporuka za nastavak razvoja i regionalne suradnje.

Sastojeći se od dva poglavlja: *Jačanje kapaciteta nastavnika i bibliotekara u promicanju kulturne raznolikosti, međukulturalnog dijaloga i tolerancije kroz medijsku i informacijsku pismenost* i *Jačanje kapaciteta medija za promociju medijske i informacijske pismenosti i pozitivnog pripovijedanja*, dio publikacije koji problematizira stanje i perspektive medijske i informacijske pismenosti u

---

<sup>1</sup> Infodemija je prekomjerna količina informacija o nekom problemu, koja otežava pronalaženje rješenja. Tijekom zdravstvene krize, infodemija može ugušiti vjerodostojne informacije i omogućiti lakše širenje glasina, otežavajući učinkovitu javnozdravstvenu reakciju. „Što je infodemija i kako se u njoj snaći?“ <https://www.medijskapismenost.hr/sto-je-infodemija-i-kako-se-u-njoj-snaci/> (pristupljeno 16. jula 2020.)

Bosni i Hercegovini predstavlja presjek djelovanja s ciljem jačanja kompetencija ciljanih skupina u bh. društvu. Prvo poglavlje donosi pregled, tok i koncept radionica medijske i informacijske pismenosti za nastavnike i bibliotekare, polazišta i značaj interkulturalnog dijaloga i kulturne raznolikosti u obrazovanju te ulogu medijske i informacijske pismenosti u kontekstu mirovne pedagogije i obrazovanja. Pored pregleda radionica namijenjenih novinarima za promociju medijske i informacijske pismenosti i pozitivnog pripovijedanja, drugo poglavlje predstavlja utjecaj algoritama za digitalne medije u umreženom okruženju, a potom uvid, objašnjenja i preporuke za promjenu pristupa pristrasnom izvještavanju.

Pojašnjavajući razvoj medijske i informacijske pismenosti u Srbiji, drugo poglavlje publikacije opisuje pristupe jačanju kapaciteta medija i funkciji medijske i informacijske pismenosti za razvoj kritičkog mišljenja i zagovaranja mladih. Poglavlje *Podizanje kapaciteta studenata za izgradnju mira kroz medijsku i informacijsku pismenost* sažima stanje i perspektive u Srbiji u pregledu radionica medijske i informacijske pismenosti, upoznavanju sa javnim politikama i alternativnim načinima predstavljanja društvenih problema, kao i ukazivanju na mogućnosti novih dometa i izazova javnog zagovaranja u online okruženju. Drugo poglavlje *Jačanje kapaciteta nastavnika i bibliotekara za promociju kulturne raznolikosti, međukulturalnog dijaloga i tolerancije kroz medijsku i informacijsku pismenost* nudi osvrt na multikulturalnost i antidiskriminativne politike i prakse u Srbiji, dok je koncept obrazovanja za mir posmatran sa stanovišta prevencije nasilnog ekstremizma i radikalizacije mladih. Posljednje poglavlje u ovom dijelu publikacije daje uvid u potrebe, mogućnosti i nove prostore strategije jačanja kapaciteta medija za promociju medijske i informacijske pismenosti problematizirajući (ne)toleranciju u savremenom društvu i medijskom okruženju.

Nastavljajući sa uvidom u stanja i perspektive medijske i informacijske pismenosti u regiji, treći dio publikacije odnosi se na medije i informacijsko okruženje u Crnoj Gori. Predstavljajući pristup, metode i ciljeve radionica medijske i informacijske pismenosti, prvo poglavlje fokusira se na preporuke za edukatore opisujući različite vrste manipulacija, medijske navike i vještine foto forenzike. Koristeći se ključnim oblastima medijskog opismenjavanja novinara u sadržaju i formi, drugo poglavlje donosi hronološki pregled, pojašnjenja i primjere dobre prakse koncepta medijske i informacijske pismenosti u službi religijske pismenosti. Treće poglavlje *Medijsko komuniciranje sa djecom i mladima* prikazuje

moguće načine uključivanja i praćenja interakcije djece sa medijima, te djelovanja i preporuke za medijsko komuniciranje, dok četvrto poglavlje fokus stavlja na ulogu medija za podršku multikulturalizmu u etnokulturnim zajednicama.

Završno poglavlje publikacije *Perspektive razvoja medijske i informacijske pismenosti i društvena kohezija* sažima zaključke izvedene iz dosadašnjih praksi i aktivnosti promicanja koncepta medijske i informacijske pismenosti za doprinos građanskim inicijativama pozivajući na donošenje javnih politika i unapređivanje obrazovnih praksi, sa ciljem povećanja slobodne i kompetentne participacije u umreženoj kulturi.

U prilogima se nalaze:

- (I) Deklaracija o značaju medijske i informacijske pismenosti i društvene kohezije koja sadrži osnovna idejna polazišta i potrebne korake za nastavak zagovaranja razvoja modela medijske i informacijske pismenosti u regiji.
- (II) Tabelarno prikazane i nabrojane do sada organizirane radionice u Bosni i Hercegovini, Srbiji i Crnoj Gori iz oblasti medijske i informacijske pismenosti koje su rađene s ciljem jačanja kapaciteta nastavnika, bibliotekara i novinara, kompetencija učenika i studenata, ali i istraživanja te osmišljavanja daljnjih aktivnosti unapređenja kompetencija medijske i informacijske pismenosti (MIP).

Zajednički naponi na unapređenju medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini, Srbiji i Crnoj Gori, organizirane aktivnosti, te pomoci napravljeni u realizaciji preporuka, predstavljeni su na završnoj konferenciji u sklopu regionalne dijaloške platforme *Značaj medijske i informacijske pismenosti za društvenu koheziju i dijalog između Bosne i Hercegovine, Crne Gore i Srbije*. Fokusirajući se na ključne zaključke i rezultate koje je polučio kolaborativni rad, usvojena je Deklaracija o značaju medijske i informacijske pismenosti i društvene kohezije, a izražena spremnost za nastavak promocije principa iz Deklaracije, unapređenje naučno-istraživačkog rada u regionu na razvoju medijske i informacijske pismenosti u regionalnom dijalogu, te zajedničkog rada na podizanju kvaliteta obrazovanja i prilagođavanja potrebama digitalne transformacije društva, prepoznata je u poticanju daljnje podrške i saradnje svih zainteresiranih strana.

# I. BOSNA I HERCEGOVINA

## 1. MEDIJSKA I INFORMACIJSKA PISMENOST KAO KROVNA KOMPETENCIJA

Emir Vajzović<sup>2</sup>

UNESCO je u svom radu na oblastima medijske i informacijske pismenosti u konačnici došao do objedinjenog koncepta, koji jedino tako predstavljen obuhvata svu kompleksnost današnjih potreba znanja, vještina i stavova. S jedne strane, medijska pismenost naglašava sposobnost spoznaje medijskih funkcija, sposobnost procjene kako se te funkcije ispunjavaju i kako se gradi razuman odnos prema medijima s ciljem samoizražavanja. Informacijska pismenost, s druge strane, naglašava važnost pristupa informacijama, njihovo vrednovanje i etično korištenje.

Medijska i informacijska pismenost je zasnovana na principima cjeloživotnog učenja i možemo je smatrati krovnom kompetencijom koja se pretpostavlja u društvu koje je doživjelo digitalnu transformaciju. Takvo društvo očekuje od građana da su dovoljno informirani i obrazovani kako bi bili ravnopravni učesnici u demokratskom diskursu, te kao proaktivni samostalni subjekti konstruktivno i odgovorno donosili odluke i doprinosili društvu znanja. Digitalna transformacija društva i platformska povezanost u svijetu društvenih medija istovremeno stvaraju „nove strukture i oblike postojanja koji traže pomno razumijevanje i pažnju obzirom na činjeničnost erozije privatnosti, pouzdanosti, povjerenja, sigurnosti, solidarnosti, transparentnosti, općenito, sve evidentniji gubitak demokratske kontrole“ (Vajzović et.al. 2021, str. 5).

Horizontalna i vertikalna integracija medijske i informacijske pismenosti u obrazovni sistem kroz Hibridni model višekomponentne integracije (Vajzović, 2020) izvodiv je i održiv proces kao optimalan model intervencije javne politike, pri čemu je fokus na principima i sadržajima za razvoj krovne kompetencije medi-

---

<sup>2</sup> Docent na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.

jske i informacijske pismenosti u okviru (reforme) obrazovnog sistema i društva. Vertikalna integracija se odnosi na razvoj nauke, istraživanja i cjeloživotno obrazovanje budućih nastavnika, što će kroz nauku i istraživanje pružiti podršku donosiocima odluka, osigurati stručno i profesionalno usavršavanje, te rad sa nastavnicima, bibliotekarima i ostalim akterima svih nivoa obrazovnog sistema. Horizontalna integracija podrazumijeva kroskurikularnu saradnju nastavnika i bibliotekara u okviru nastavnih programa i planova, te ishoda učenja. Suštinu hibridnog modela višekomponentne integracije medijske i informacijske pismenosti u obrazovni sistem u Bosni i Hercegovini čini strateška komponenta razvoja profesionalnih kompetencija svih nivoa obrazovanja.

Da bi jedan ovakav razvojni paradigmatički obrt zaživio, nadležna ministarstva i zavodi trebaju napraviti stimulativan okvir za provedbu, pomoću kojeg bi ona zaista bila izvodiva i održiva. Strateško promišljanje o unapređenju medijske i informacijske pismenosti počiva na informacijama prikupljenim kroz sveobuhvatni konsultativni proces sa svim ključnim akterima u Bosni i Hercegovini tokom protekle četiri godine koje je vodio Institut za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. Konsultativni proces uključio je do sada preko 1300 pojedinaca kroz različite oblike učešća. Proces se odvijao u u cijelom fizičkom prostoru Bosne i Hercegovine i online prostoru.

Rad radne grupe, radionice, istraživanja, pilotiranje medijske i informacijske pismenosti kroz radionice u osnovnim i srednjim školama, treninzi pojedinačno optimizirani za grupe kao što su bibliotekari, novinari, studenti i nastavnici, okrugli stolovi i konferencije, u konačnici su osigurali da sva strateška promišljanja o medijskoj i informacijskoj pismenosti budu potkrijepljena naučnim istraživanjima, akademskim radom i konsultacijama sa ključnim akterima.

Strateško promišljanje naučno-istraživačkog tima Instituta za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu o unapređenju medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini počiva na naučno-istraživačkim i konsultativnim procesima. Ovi napori rezultirali su strateškim dokumentima u oblasti medijske i informacijske pismenosti (Pozicijska studija o politikama i strategijama medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini (2018), Pregledna studija o politikama i strategijama medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini (2018), Pregledna studija o politikama i strategijama medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini (2020), Pozi-

cijska studija o politikama i strategijama medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini (2020a), Pozicijska studija – Uloga organizacija civilnog društva u provedbi strategija i politika medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini (2020b), Pozicijska studija – Medijska i informacijska pismenost u sistemima obrazovanja u Bosni i Hercegovini i Hibridni model više-komponentne integracije (2020c).

Model razumijevanja na strateškom, taktičkom, operativnom i tehničkom nivou medijske i informacijske pismenosti obraća se svima u „platformskom društvu“<sup>3</sup> (Dijck, Poell i Waal, 2018). Pri tome, izazovi iz informacijske medijsko-platfomske nove realnosti predstavljaju sve ozbiljniji „zalogaj“ za građane koji trebaju biti osnaženi medijskom i informacijskom pismenosti da bi mogli zadržati svoju ulogu suverena u demokratskom društvu, a ne biti samo manipulativni objekti u „platformskom društvu“.

Da bi MIP mogao biti integriran u društvo, prije svega treba naći svoje mjesto u obrazovnom sistemu na način koji je najizvodljiviji i najodrživiji. Ne postoji jedan univerzalni i idealni model, nego je potrebno u svakom obrazovnom sistemu, na osnovu detaljne analize, naći najoptimalniji model. Koji god model bio odabran, nastavnici i bibliotekari su ti koji trebaju osigurati njegovu provodivost i dugoročnu izgradnju kompetencija MIP-a kroz cjeloživotno učenje za nove generacije, ali i sve ostale.

Kako bi nastavnici i bibliotekari bili u mogućnosti iznijeti tako zahtjevan posao, koji mora biti sistemski organiziran i podržan, potreban je adekvatan program njihovog profesionalnog usavršavanja.

UNESCO je 2011. godine objavio *Medijska i informacijska pismenost: Program obuke za nastavnike* (Willson et al.) koji kroz 9+2 modula prolazi kroz glavne elemente MIP-a i prvi put uvodi jedan sistematičan pristup njihovom profesionalnom usavršavanju. MIP daje mogućnost nastavnicima razvoj kompetencija za rad sa medijskim i informacijskim platformama, za kvalitetnu komunikaciju i samoizražavanje. Nastavnici treba da steknu sljedeće vještine: sposobnost da izaberu, prilagode i/ili izrade materijale i sredstva za MIP za dati skup nastavnih

---

<sup>3</sup> Izraz „platformsko društvo“ se odnosi na „društvo u kojem društveni i ekonomski promet sve više usmjerava (nadmerno korporativni) globalni ekosustav mrežne platforme koji pokreću algoritmi i podstiču podaci.“ (Vidi: Dijck, Poell i Waal, 2018).



zadataka i za zadovoljenje obrazovnih potreba onih koji uče. Pored toga, treba da nauče kako da pomažu učenicima da ta sredstva i materijale iskoriste u učenju, posebno u vezi sa analizom sadržaja i proizvodnjom medijskih sadržaja. To zapravo treba poboljšati pedagoški postupak koji je usmjeren na učenika i koji podstiče samostalno učeničko istraživanje i promišljanje. Učenje kroz praksu je važan vid sticanja znanja u 21. vijeku. Proizvodnja medijskih sadržaja direktno omogućava učenicima da se upuste u učenje kroz praksu tako što će kao učesnici neke medijske scene izrađivati tekstove, slikovne ili audio-vizu-elne predstave. Ako je namjera da učenici razviju kompetencije za participativno učenje, nastavnici moraju imati aktivnu ulogu u ovom procesu.

Uzimajući u obzir činjenicu da je izvorna publikacija Media and Information Literacy: Curriculum for Teachers (Wilson et al., 2011) nastala prije deset godina, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu (Vajzović, et.al., 2021) objavljuje inovirani program obuke, kao sveobuhvatni instrument za medijsku i informacijsku pismenost koji uključuje i 12 modula za MIP program obuke.

Ovaj program obuke (2021) je sveobuhvatan i cjelovit, te ga kao takvog treba i shvatiti. U njemu se ne insistira na propisanim rješenjima ili slijepom slijeđenju okvirnog narativa, već se ostavlja mogućnost prilagođavanja i preoblikovanja što u svjetlu duha medijske i informacijske pismenosti zapravo i odgovara dinamičnim karakteristikama, kako informacijsko-komunikacijskih tehnologija, tako i otvorenom karakteru nauke i društvenih odnosa. Program obuke izložen je u obliku modula, koji su u odnosu na UNESCO-ove (2011) doživjeli adaptaciju, doradu, kontekstualizaciju i ažuriranje, kako bi sa vremenske distance od deset godina, odgovorili potrebama učenja za digitalno doba koje nas intenzivno primorava na promišljanje promjena u obrazovanju. Sam pregled modula daje sliku kompleksnosti oblasti i potrebu za holističkim multidisciplinarnim pristupom. Redoslijed i nazivi modula su: 1) Razumijevanje medijske i informacijske pismenosti; 2) Informacijsko društvo, ljudska prava i demokratski diskurs; 3) Informacijska pismenost i etika; 4) Društvena uloga medija; 5) Medijsko oblikovanje poruka; 6) Korisnička interakcija sa medijima; 7) Internet, prilike i izazovi; 8) Digitalna ekologija i globalno selo; 9) Podaci, algoritmi i umjetna inteligencija: pismenost za 21. vijek; 10) Medijska i informacijska pismenost u kontekstu sigurnosti; 11) Kriičko mišljenje; 12) Pismenost budućnosti.

Kako se i navodi u knjizi *Medijska i informacijska pismenost: dizajn učenja za digitalno doba* (Vajzović et.al., str. 78.): značajno je da se obrazovne politike suoče sa nedostatnošću razumijevanja utjecaja tehnologije na društvo, i neminovnu promjenu obrazovne paradigme. Svjedoci smo da se često (nekritički) preuzimaju modeli i rješenja, gdje se odgovori na izazove razvoja i jačanja demokratskog diskursa traže (isključivo) u informatizaciji društva, tj. institucija, pa i samih škola. Obrazovanje o tehnologiji ne smije biti samo tehničko-tehnološki predmet izučavanja već pristup prvenstveno mora biti društveno-humanistički. „Obrazovanje o tehnologiji u kontekstu digitalne transformacije a priori ne implicira negativan stav prema informacijsko-komunikacijskim tehnologijama već zahtijeva proces medijskog i informacijskog opismenjavanja kao pretpostavke, kako za kritičko promišljanje, tako i borbu za moć i značenje u umreženom društvu“ (str. 78). Društveni, politički i ljudskopravaški aspekti razumijevanja digitalne transformacije društva su značajni za održiv razvoj i razvoj budućnosti dostojne čovjeka.

## Literatura

Dijk, José van, Thomas Poell i Martijn de Waal. (2018). *The platform society: public values in a connective world*. Pristupljeno 12. 03. 2021. sa <http://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/oso/9780190889760.001.0001/oso-9780190889760>

Institut za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. (2020). *Pregledna studija o politikama i strategijama medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini - Ver 2.0*(2020). Pristupljeno 17. 02. 2021. sa <http://fpn.unsa.ba/b/medijska-i-informacijska-pismenost/>

Institut za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. (2020a). *Pozicijska studija o politikama i strategijama medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini - Ver 2.0 (2020): Medijska i informacijska pismenost: Vrijeme je za implementaciju usvojenih principa*. Pristupljeno 17. 02. 2021. sa <https://fpn.unsa.ba/b/medijska-i-informacijska-pismenost/>

Institut za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. (2020b). *Pozicijska studija. Uloga organizacija civilnog društva u provedbi strategija i politika medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini. Medijska i informacijska pismenost: Istraživanje i razvoj*. Pristupljeno 17. 02. 2021. sa <https://fpn.unsa.ba/b/medijska-i-informacijskapismenost/>

Institut za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.  
(2020c). *Pozicijska studija. Medijska i informacijska pismenost u sistemima obrazovanja u Bosni i Hercegovini: Hibridni model višekomponentne integracije*. Pristupljeno 17. 02. 2021. sa <https://fpn.unsa.ba/b/medijska-i-informacijska-pismenost/>

Vajzović, E. (ur.). (2020). *Medijska i informacijska pismenost: istraživanje i razvoj*. Sarajevo: Fakultet političkih nauka.

Vajzović, E., Hibert, M., Turčilo, L., Vučetić, V., Silajdžić, L. (2021). *Medijska i informacijska pismenost: dizajn učenja za digitalno doba*. Sarajevo: Fakultet političkih nauka.

Wilson, Carolyn, Alton Grizzle, Ramon Tuazon, Kwame Akyempong i Chi-Kim Cheung. (2011). *Media and information literacy curriculum for teachers*. Paris: UNESCO. Pristupljeno 18. 03. 2021. sa <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192971>

## 2. JAČANJE KAPACITETA NASTAVNIKA I BIBLIOTEKARA U PROMICANJU KULTURNE RAZNOLIKOSTI, MEĐUKULTURALNOG DIJALOGA I TOLERANCIJE KROZ MIP

### 2.1. Pregled radionica medijske i informacijske pismenosti: promicanje kulturne raznolikosti i međukulturalnog dijaloga u obrazovanju

Anida Dudić-Sijamija<sup>4</sup>

Emina Adilović<sup>5</sup>

Iako se informacijska i medijska pismenost prepoznaje kao ključna i krovna kompetencija u digitalnom dobu (Vajzović, 2020), razvoj medijske i informacijske pismenosti u bosanskohercegovačkom društvu nije na neophodnom nivou. Koncept cjeloživotnog učenja za medijsku i informacijsku pismenost zahtijeva implementaciju održivih politika medijske i informacijske pismenosti i osnaživanje ključnih aktera, na prvom mjestu obrazovnog sistema.

Prepoznajući značaj navedenog, Institut za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu u okviru programa *Dijalog za budućnost već* nekoliko godina (2017-2021) radi na podizanju razine medijske i informacijske pismenosti među nastavnicima i bibliotekarima kao ključnim akterima odgojno-obrazovnog procesa.

Pored strateških dokumenata, Institut za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu osigurava da promišljanja o medijskoj i informacijskoj pismenosti u Bosni i Hercegovini budu potkrijepljena naučnim istraživanjima i akademskim radom. Stoga su provedena značajna istraživanja o kompetencijama svih učesnika u odgojno-obrazovnom procesu (pilot-istraživanje samoprocjene kompetencija nastavnika i bibliotekara osnovnih i srednjih škola u Kantonu Sarajevo, istraživanje samoprocjene kompetencija nastavnika i bibliotekara u Bosni i Hercegovini, istraživanje kompetencija roditelja i djece o nivou medijske i informacijske pismenosti).

---

<sup>4</sup> Viša asistentica na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.

<sup>5</sup> Informacijska ekspertica na Institutu za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.

Naučno-istraživački napori s ciljem mapiranja nivoa medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini praćeni su organizacijom interaktivnih radionica za nosioce odgojno-obrazovnog procesa. U 2019. godini realizirana je radionica *Interkulturalni dijalog* za nastavnike i bibliotekare u osnovnim i srednjim školama na području Sarajeva i Istočnog Sarajeva, a njen fokus bio je na razmjeni praktičnih iskustava i promišljanja sa nastavnicima i bibliotekarima o važnosti interkulturalnog dijaloga, interkulturalne komunikacije, interkulturalne osjetljivosti i položaju ranjivih grupa u bosanskohercegovačkom društvu. U kontekstu ranjivosti bosanskohercegovačkog društva, u svim aspektima, aktivnosti povezane s ovom temom bile su izuzetno korisne za nastavnike i bibliotekare, jer su ove ciljne grupe stalno u kontaktu sa mladima i važni su nositelji svih vrijednosti, znanja i ideja.

Kao dio razvoja i promocije medijske i informacijske pismenosti, socijalne kohezije i međukulturalnog dijaloga, istraživački tim Instituta za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu je u okviru Regionalnog projekta *Dijalog za budućnost* u 2020. godini nastavio s naporima da se unaprijedi nivo medijske i informacijske pismenosti i socijalne kohezije.

Interaktivna radionica *Jačanje kapaciteta nastavnika i bibliotekara u promicanju kulturne raznolikosti, međukulturalnog dijaloga i tolerancije kroz medijsku i informacijsku pismenost* održana je za nastavnike i bibliotekare u osnovnim i srednjim školama iz Zeničko-dobojskog kantona. Cilj interaktivne radionice bio je da se u radu sa nastavnicima, nastavnicama te bibliotekarima i bibliotekarkama kao ključnim akterima odgojno-obrazovnog procesa razmijene mišljenja i praktična iskustva te da se akcentiraju izazovi i problemi u njihovom radu kada je u pitanju interkulturalni dijalog. U osnovi ove radionice bilo je razmatranje različitih aspekata interkulturalnog dijaloga u kontekstu medijske i informacijske pismenosti u digitalnom okruženju. Predavači i predavačice su zajedno sa učesnicima i učesnicama interaktivne radionice predstavili i analizirali različite izazove savremenog odgojno-obrazovnog sistema čiji doprinos zajednici može biti zadovoljavajući jedino ako se u multikulturalnom društvu primijene pozitivni pomaci.

U svjetlu globalne pandemije izazvane COVID-19 virusom i ograničenja u vezi sa okupljanjem u fizičkom prostoru, istraživački tim Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu opredijelio se da radionicu realizira online putem. Za kvalitetnu realizaciju takvih aktivnosti, sadržaj i metodologiju je bilo potrebno prilagoditi načinu realizacije – putem online platforme – jer se one suštinski

razlikuju od fizičkog svijeta u pristupu, pripremi i realizaciji, kao i apsorpcijskom kapacitetu učesnika i njihovoj pažnji. Imajući u vidu prilagođavanje vanrednim radnim okolnostima, radionica *Jačanje kapaciteta nastavnika i bibliotekara u promicanju kulturne raznolikosti, međukulturalnog dijaloga i tolerancije kroz MIL* realizirala se u pet osnovnih koraka.

Projektni tim donio je okvirni prijedlog održavanja i dogovorio termin radionice, kao i način komunikacije sa ciljanim skupinama, nakon čega su nastavnicima i bibliotekarima proslijeđeni poziv i saopćenje o održavanju uz odobrenje Ministarstva za obrazovanje, nauku kulturu i sport Zeničko-dobojskog kantona.

Nakon procesa online prijave, nastavnicima i bibliotekarima dostavljena je agenda radionice, link za pridruživanje online događaju, ali i link za pristup materijalima vezanima za predmet rada i diskusije na radionici. U međuvremenu, pripremljeni multimedijalni/audio-vizuelni sadržaji koji sažeto i koncizno predstavljaju ključne aspekte tematskih cjelina dostavljeni su učesnicima prije održavanja radionice kako bi se na online susretu mogli uključiti u kvalitetnu i efikasnu diskusiju o temi. Ovakve tekstualne i video materijale nastavnici i bibliotekari mogli su konsultirati na posebno kreiranom mrežnom mjestu *Medijska i informacijska pismenost*<sup>6</sup> i na taj način se upoznati sa unaprijed postavljenim tematskim okvirima i dodatnim izvorima informacija u sklopu mrežnih stranica<sup>7</sup> u vezi sa pojedinim tematskim oblastima interaktivne radionice.

U okviru interaktivne radionice, posebno se razgovaralo o problemima i izazovima sa kojima se nastavnici i bibliotekari susreću u svom profesionalnom radu kao i o mogućim načinima za njihovo rješavanje. Diskusija je polučila zaključkom da je uloga nastavnika i bibliotekara kao nosilaca odgojno-obrazovnog procesa u jačanju dijaloga ključna kada je u pitanju njegovo potenciranje, fokusirajući se istovremeno na odgojnu i obrazovnu premisu kontinuiranog upoznavanja učesnika sa drugačijim kulturama i identitetima. Činjenica da je bosanskohercegovačko društvo određeno upravo bogatstvom različitih kulturalnih identiteta, prepoznata je kao imanentna, ali trenutno pomalo i floskularna vrijednost. Stoga je borbu protiv već pokrenutog zatvaranja društva potrebno zajednički razumjeti

<sup>6</sup> Više na mrežnom mjestu: *Medijska i informacijska pismenost u Bosni i Hercegovini*: <https://sites.google.com/view/mipubih/po%C4%8Detna?authuser=0&fbclid=IwAR24q1cTPIOZHIBYNbLL-74zRbOuW0fBF-5Ubx8xgmkNbht3lFCnwwC2Q4>

<sup>7</sup> Više na mrežnoj stranici: *Radionica „Jačanje kapaciteta nastavnika i bibliotekara u promicanju kulturne raznolikosti, međukulturalnog dijaloga i tolerancije kroz medijsku i informacijsku pismenost“*: [https://sites.google.com/view/mipubih/radionice/01-12-2020?authuser=0&fbclid=IwAR3VN3nzjbE5gfdJZEEx0xD6P\\_\\_zyfW6\\_k9p6Ki857t46BoVN9bFszmdHpTw](https://sites.google.com/view/mipubih/radionice/01-12-2020?authuser=0&fbclid=IwAR3VN3nzjbE5gfdJZEEx0xD6P__zyfW6_k9p6Ki857t46BoVN9bFszmdHpTw)

kao rad na razvoju interkulturalnog dijaloga baziranog na uvažavanju Drugog i Drugačijeg.

Jedan od glavnih zaključaka interaktivne radionice bio je da se pored razvijanja horizontalne komunikacije sa roditeljima i učenicima, svakodnevnim ukazivanjem na potrebu za suštinskim reformama u obrazovnom sistemu pokušavaju sugerirati promjene koje će biti potaknute od vrha to jeste od donosilaca odluka. Ova inicijativa podrazumijevala bi strateški pristup načinu podučavanja, ocjenjivanja i rada učenika u školi koji ne bi bio prilagođen prošlom, analognom vremenu, već učenju kroz istraživanje i osnaživanje njihovih informacijskih i medijskih kompetencija, imajući u vidu okruženje u kojem odrastaju, uče i djeluju.

Takvo obrazovno okruženje uključuje i reafirmiranje biblioteka kao mjesta razbijanja predrasuda, te angažiranje bibliotekara i njihovo promicanje iz uloge marginalnih u subjekte transformacije obrazovne sfere. Bibliotekari i bibliotekarke koji su učestvovali na interaktivnoj radionici problematizirali su percipiranje školske biblioteke kao marginaliziranog mjesta koje ne samo da sve rjeđe posjećuju učenici, već i nastavno osoblje. Posmatranje biblioteke i bibliotekara kao resursa koji mogu pomoći u promicanju interkulturalnog dijaloga i jačanju kompetencija prihvatanja različitosti, otvara nova polja promišljanja o partnerstvu u obrazovnom procesu. Diskusija među učesnicima pokazala je da su nastavnici i bibliotekari značajniji suučesnici u pristupu reformi obrazovnog sistema koja zahtijeva dugotrajnu i kontinuiranu promjenu čiji je značaj posebno primjetan u vanrednim okolnostima prisilne digitalizacije.

Kao posebnu mogućnost učesnici su istakli potrebu za kontinuiranim i održivim organiziranjem radionica i edukacija posvećenih temama poštivanja različitosti i razvijanja interkulturalnog dijaloga, imajući na umu da medijska i informacijska pismenost podrazumijeva kritičko razmišljanje, ali i sposobnost samokritičnog sagledavanja i razumijevanja Drugog i Drugačijeg. Učesnici radionice su potaknuti da znanja i metode sa interaktivne radionice implementiraju u okviru vlastitih nastavnih i bibliotečkih aktivnosti.

Nakon održane radionice, učesnici su ispunili evaluacijski upitnik putem kojeg su ocijenili radionicu, ali i podijelili svoja iskustva, probleme i izazove u nastavi s aspekta interkulturalnog dijaloga. Analiza odgovora, osvrtu i sugestija omogućila je donošenje zaključaka i preporuke za buduće aktivnosti koje su dostavljene učesnicima i partnerima. Evaluacija je pokazala da su učesnici bili zadovoljni pozivom na radionicu, dostavljenim materijalima i temama koje su bile predme-

tom diskusije. Nadalje, rezultati ankete su pokazali da se nastavnici i bibliotekari susreću sa mnogobrojnim problemima u nastavi kada je riječ o razvijanju interkulturalnog dijaloga. Navodili su brojne primjere predrasuda i stereotipa prema djeci koja su označena Drugačijom. Prema njihovim iskustvima, posebno su ranjiva djeca romske nacionalnosti, djeca s poteškoćama u razvoju, djeca iz siromašnih porodica i ruralnih područja. Na ovaj način, kroz obrazovni sistem se razlike među djecom samo dalje produbljuju umjesto da se poštuju. Nastavnici i bibliotekari podijelili su također iskustva o tome da se u školama nerijetko provodi sistemsko nepoštivanje prava djece koja pripadaju etničkim, vjerskim ili jezičkim manjinama. U školi, za vrijeme odmora, na putu od kuće do škole ili u školskom dvorištu, ova djeca su označena „drugačijom“ i postaju žrtve vršnjačkog nasilja i odbacivanje iz grupe. Zbog sveprisutnog fenomena neprihvatanja i odbacivanja djece koja potiču iz različitih kulturoloških i socijalnih miljea, njegovanje i poštivanje različitosti među djecom treba biti imperativ svakog odgojno-obrazovnog procesa. Iskustva nastavnika i bibliotekara govore da su teme interkulturalnoga dijaloga, različitosti, poštivanje Drugih i Drugačijih od izuzetne važnosti u kreiranju obrazovnog procesa koji podstiče i razumijeva razlike kao bogatstvo, a ne kao prepreku. Nastavnici i bibliotekari su kroz evaluaciju iznijeli saglasnost da kroz obrazovni sistem trebaju prenositi poruke učenicima o interkulturalnom dijalogu koji počiva na uvažavanju različitosti, pojedinačnog nacionalnog i etničkog identiteta, jezika, sopstvene historije, kroz aktivan i konstruktivan odnos sa drugima na pretpostavci koja nije upitna, a to je da su različiti, a jednako vrijedni.

Iskustva nastavnika i bibliotekara pokazala su da nisu u dovoljnoj mjeri spremni za izazove koje donosi digitalno okruženje. Zbog toga su izrazili potrebu za dodatnim edukacijama ispravnog korištenja medija i podizanja razine medijske pismenosti. Na prvom mjestu, potrebno je razvijati medijsku didaktiku koja obuhvata učenje s medijima, uz korištenje medija, a sa svrhom produbljivanja interkulturalnog dijaloga i socijalne kohezije u kreiranju poticajnog multikulturalnog okruženja.

Vođen idejom i opredjeljenjem da doprinese naučnom, istraživačkom, društvenom, kulturnom i demokratskom razvoju bosanskohercegovačkog društva u digitalnom okruženju, istraživački tim Instituta za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu u tekstovima koji su pred vama daje pregled osnovnih koncepata o značaju medijske i informacijske pismenosti i socijalne kohezije u Bosni i Heregovini.



## **Literatura**

*Deklaracija o značaju medijske i informacijske pismenosti u BiH.* Pristupljeno 17. 2. 2021. sa [https://www.onlinepeticija.com/deklaracija\\_o\\_znacaju\\_medijske\\_i\\_informacijske\\_pismenosti\\_u\\_bih#form](https://www.onlinepeticija.com/deklaracija_o_znacaju_medijske_i_informacijske_pismenosti_u_bih#form)

Vajzović, E. (ur.). (2020). *Medijska i informacijska pismenost: istraživanje i razvoj.* Sarajevo: Fakultet političkih nauka.

## 2.2. Stanje i perspektive interkulturalnog dijaloga s aspekta medijske i informacijske pismenosti

Sarina Bakić<sup>8</sup>

Živimo u doba globalnog informacijskog društva i cyber kulture. Glavne okosnice tog društva jesu nove informacijsko-komunikacijske tehnologije, Internet i novi mediji. U kontekstu ovog društva veliki izazov predstavlja promišljanje interkulturalnog dijaloga i to s aspekta medijske i informacijske pismenosti.

Interkulturalni dijalog predstavlja interakciju i komunikaciju s osobama iz različitih kultura. Parafrazirajući Stewarta Tubbsa, interkulturalni dijalog predstavlja komunikaciju između različitih kultura definiranih prema rasnim, etničkim, seksualnim ili socioekonomskim karakteristikama, ili u kombinaciji ovih razlika (Tubbs, 2013, str. 51). Pojedinci koji pripadaju različitim kulturnim kontekstima moraju imati interakciju bez obzira na različito ili čak dijametralno suprotno kulturalno porijeklo i iskustvo. Drugim riječima, ovdje nije akcenat na kulturnim razlikama pojedinaca i grupa, već na interakciji koja se odvija između različitih ljudi. Prema Elvi Piršl, posjedovati kompetenciju interkulturalnog dijaloga znači, prije svega, biti kompetentan, odnosno imati sposobnost da se razumiju misli, stavovi i potrebe druge osobe, bez obzira slagali se mi ili ne s konkretnim načinom razmišljanja (Piršl, 2007).

Imajući u vidu različite tranzicijske i globalizacijske procese, interkulturalni dijalog je neophodniji više nego ikada prije, naročito zbog sveprisutnosti novih medija i specifičnosti načina komunikacije te uticaja koji mediji danas imaju na sve ljude, naročito na mlađu populaciju. Ovo se naročito odnosi na nove medije i digitalnu komunikaciju koji su potpuno integrirani u naše svakodnevne postupke i djelovanja. Novi, digitalni svjetovi su se veoma izmijenili od vremena kada su nastali: pretvorili su se u prostore u kojima se odvija cjelokupni društveni život. Interkulturalne kompetencije postale su nezamjenjiv dio individualne i društvene kulturne i medijske pismenosti, što je nadalje polučilo da mnoge međunarodne organizacije i obrazovne institucije posvećuju pažnju istraživanju i analizi ovih pitanja. U ovom kontekstu, društvena misao sve češće nameće pita-

---

<sup>8</sup> Docentica na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.

nje kako to dolazi do gubitka ljudskih osjećanja na Internetu, do nedostatka ljudske empatije, emotivne otupjelosti i enormnog povećanja surovosti i okrutnosti, eskalacije vrijeđanja, ismijavanja, ogovaranja, ponižavanja kako u javnom tako i u privatnom diskursu. S druge strane, novi mediji te uz njih medijska i informacijska pismenost mogu itekako, ako se usmjere na adekvatan način, pridonijeti interkulturalnom dijalogu. Polazimo od teze da se na Internetu, osim što se prevazilaze geografske granice, mogu prevazići i 'barijere u glavama'. A to je sjajna šansa za interkulturalni dijalog i velika mogućnost da ljudi, naročito mlada generacija, razviju razumijevanje i poštivanje Drugog i Drugačijeg.

Značaj interkulturalnog dijaloga u svim sferama globalnog društva, naročito u okvirima manjih zajednica, svakim danom postaje sve veći, jer različita kretanja populacije, kao i nove komunikacijske prakse spajaju različite grupe ljudi sa različitim ponašanjima, stilovima života, vrijednostima i vjerovanjima. Digitalno okruženje nas doslovno dovodi u kontakt sa cijelim svijetom, ali za komunikaciju i dijalog sa drugim i drugačijim kulturama nije dovoljno imati tehnički kapacitet za primanje i slanje poruka. Dramatičan tehnološko informacijski razvoj sredstava za komunikaciju prosto je na više načina nadmašio našu sposobnost djelotvorne i smislene komunikacije sa pojedincima i grupama čiji se način života, uvjerenja, stavovi, vrijednosti i očekivanja razlikuju od naših. Svakim danom smo svjedoci da interakcija ljudi iz različitih kultura umjesto do međusobnog upoznavanja i uvažavanja dovodi do nesporazuma i konflikata.

Među ostalim faktorima, nesporazumima i konfliktima najviše doprinosi politički ekstremizam i različite ekstremističke ideologije koje koriste nove informacijsko-komunikacijske tehnologije kao svoje propagandno sredstvo i na taj način utiču na veliki broj ljudi, naročito mladih. Drugim riječima, ekstremizam na mreži predstavlja jedan od ozbiljnijih problema svih demokratskih društava. Na mreži se susrećemo sa desnim i lijevim ekstremizmom, rasizmom, ksenofobijom, islamofobijom, antisemitizmom kao izrazima ekstremističkih političkih i kulturoloških ideologija. Ekstremizam predstavlja stav, sistem vrijednosti smješten od sredine pa sve do krajnjih dimenzija svjetonazorskih i ideoloških radikalnih pogleda na svijet. Susrećemo ga u politici, ideologijama, religijama i među različitim društvenim i kulturnim grupama. Ekstremizam zagovara i nasilje. Više je izvora ekstremizma, no Bartoli i Coleman najviše govore o društvenoj uvjetovanosti ekstremizma, socijalnoj konstrukciji ekstremizma, osjećajnom naboju,

instrumentalizaciji u političke svrhe, korištenju fundamentalističkih i apokaliptičkih stavova, ličnoj i sociopsihološkoj patologiji (Coleman i Bartoli, 2010). Za borbu protiv različitih vidova ekstremizma, od izuzetne važnosti jeste medijska i informacijska pismenost kako bi se jačao interkulturalni dijalog i interkulturalna osjetljivost.

Bitan dio interkulturalnog dijaloga, kako je naglašeno, jeste postojanje dobre osnove medijske i informacijske pismenosti, a u njegovom ostvarenju značajnu ulogu imaju mreže. One mogu omogućiti upoznavanja i primjenu različitih pristupa problematici koja je svima zajednička. Pojam medijske pismenosti se odnosi također i na uspostavljanje adekvatne interakcije i komunikacije putem medija sa osobama koje pripadaju različitim kulturama, te njihovog međusobnog usvajanja tzv. interkulturalnih stavova, razmišljanja, znanja, vještina i djelovanja. Valjanost poznavanja različitih kultura kao značajnog vida informiranja i prenosa misli, stavova, znanja, ideja, vrijednosti, emocija i događaja, omogućit će ne samo poboljšanje medijske pismenosti i interkulturalne komunikacije, već efikasno uključivanje svakog pojedinca u život i rad uopće, jačajući njegovu građansku odgovornost. Jasno je da ovakav kritički pristup treba prije svega započeti od detekcije problema u svakom pojedinačnom društvu koji se javljaju u relacijama između pojedinaca i grupa različitih kulturnih okvira. U takvim relacijama potrebno je imati što afirmativniji pristup, jer međukulturalna interakcija nije samo „slučajno miješanje“ kultura niti se jedno mišljenje zamjenjuje drugim, već je u pitanju dijaloško upoređivanje mišljenja, ideja i kultura na jednom prostoru, pa čak i virtualnom. Ovakav vid dijaloga, pokrenut adekvatnom razvijenošću medijske i informacijske pismenosti, potiče na razmišljanje o razlikama i sličnostima, o borbi protiv predrasuda i stereotipa pa sve do jednakih mogućnosti za obrazovanje i zapošljavanje.

Nadalje, ovdje je važno naglasiti da postoji razlika između informacijske i informatičke pismenosti, te da je informacijska pismenost danas također od izuzetne važnosti jer predstavlja osnovnu vještinu za pronalaženje informacija koje su potrebne za rješavanje nekog problema te za znanje uopće (Špiranec i Banek, 2008, str. 2). Kada se govori o informacijskoj pismenosti, u fokus se postavlja adekvatna i provjerena informacija te kritičko mišljenje kako bi se preradila određena informacija, pozicionirala u određen sistem vrijednosti i samim tim prepoznala kao važna i potrebna. Autorice navode kako se ulaskom tehnologije u razrede i do-

move te stasanjem tzv. Google generacije, koja tehnologiju doživljava kao autentični način života, širi opše mišljenje o iznimnoj lakoći kojom se ta generacija koristi tehnologijom, te zabluda da im je znanje na „pladnju“. Upravo ta mogućnost velikog izbora dostupnih informacija može izazvati nesigurnost i nesnalaženje pojedinaca s čime se mogu izboriti upravo obrazovanjem, odnosno osposobljavanjem da samostalno oblikuju svoje potrebe, da poznaju načine kako pronaći izvore relevantne izvore informacija kojima će te potrebe moći zadovoljiti te kako će vrednovati i koristiti ono što im je zaista dostupno i potrebno (Špiranec i Banek, 2008, 13). U kontekstu razvijanja interkulturalnog dijaloga, informacijska pismenost ne predstavlja koncept memorisanja informacija već pruža vještine koje omogućavaju svakom pojedincu, naročito mladim ljudima da proširuju svoje znanje i vidike o drugačijim kulturama, da ne primaju svaku informaciju „zdravo za gotovo“. Informacijska pismenost zajedno sa razvijenim kritičkim mišljenjem utiče na socijalizaciju, razvijanje osjećaja i vještina za timski rad, uvažavanje različitih mišljenja i pristupa, poštivanje Drugih i Drugačijih, razvijanje neophodnih komunikacijskih vještina, pismeno izražavanje, ali i osnovna znanja iz različitih područja znanja.

Današnje vrijeme više nego ikada iziskuje interkulturalne komunikacijske kompetencije utemeljene na razvijenom stepenu medijske i informacijske pismenosti uzimajući u obzir kontekst ogromnog značaja novih medija i njihovog uticaja na svakodnevni život svakog pojedinca. Međutim, bez obzira na brzu modernizaciju i tehnologizaciju, kultura se sporo mijenja. Kulturne razlike će i dalje u budućnosti ostati ključni faktor u uzajamnoj interakciji među ljudima, a politički i društveni trendovi današnjice nam govore da je perspektiva međuljudskih odnosa još uvijek obilježena snažnim predrasudama i stereotipima.

Interkulturalni dijalog izvorno je kako akcija tako i proces koji samo u interakciji, susretu i komunikaciji s drugima pokazuje svoju pretpostavku o humanističkoj poveznici svih ljudi. Interkulturalni dijalog gradi filozofiju preplitanja i uvažavanja, podrazumijeva socijalno-etičku zaštitu svih manjina i kontakt sa nedovoljno poznatim, pa čak i apsolutno nepoznatim. Navedeno može pretpostavljati važne smjernice za bolju i smisleniju perspektivu interkulturalnog dijaloga potencirajući značaj razvijanja i jačanja medijske i informacijske pismenosti koja će biti zastupljena u nastavnim planovima i programima svih obrazovnih institucija, preko formalnog ali i neformalnog obrazovanja.

Medijska i informacijska pismenost je temelj društvenog senzibiliteta na koji svakako treba dograđivati i druga znanja, ali i društvene prakse koje demokratiju čine onim što ona suštinski jeste. Razumijevanje medijskog „poretka i dinamike“ ključna je sposobnost u raznim poljima društvene djelatnosti i tiče se ne samo medijskih profesionalaca, nego i medijskih korisnika. Istraživanje društvenog karaktera medijske sfere mora biti usmjereno kako na ekonomsko, političko i ideološko, tako i na socijalno područje, odnosno na oblasti poput ljudskih prava i sloboda, prava manjinskih grupa i pokreta, prava na različitost i jačanje interkulturalne komunikacije.

Nova medijska tehnologija je još više istakla značaj medijskog obrazovanja, istovremeno ga usmjeravajući velikim dijelom samo na informatizaciju i kompjuterizaciju kao jednog dijela medijske i informacijske pismenosti, a što su, posebno mladi ljudi, izuzetno dobro ovladali. Međutim, današnja komunikativna pripremljenost ljudi za interpretaciju medijskih sadržaja koja bi se odnosila i na razumijevanje principa i konteksta djelovanja medija, razumijevanje i procjenjivanje medijski posredovanih poruka, kao i na omogućavanje nadzora korisnika nad medijima i medijskim sadržajima, pa tako i na njihovu sposobnost da prepoznaju stereotipe i predrasude sa svim njihovim karakteristikama, uglavnom je „neovladana“.

Interkulturalni dijalog podrazumijeva ozbiljan lični trud i rad te kao svako učenje i iskustveni proces podrazumijeva fizički i emocionalni napor. Ipak, zrela samouvjerenost, svijest o ličnoj odgovornosti, kritičko preispitivanje, samoaktualizacija, širina pogleda i duha, kao neki od rezultata i dobrobiti medijske i informacijske pismenosti, jesu vrijedni promišljanja i zajedničkog truda cjelokupnog društva.

## Literatura

- Peter T. Coleman, A. B. (2010). Addressing Extremism. The International Center for Cooperation and Conflict Resolution (ICCCR). Pristupljeno 18. 02. 2021. sa <https://fpamed.com/wp-content/uploads/2015/12/WhitePaper-on-Extremism.pdf>
- Piršl, E. (2007). Interkulturalna osjetljivost kao dio pedagoške kompetencije. *Pedagogija: prema cjeloživotnom obrazovanju i društvu znanja*. Zagreb: Hrvatsko pedagoško društvo. Str.275-291.

Špiranec, S., Banek, Z. (2008). *Informacijska pismenost: teorijski okvir i polazišta*. Zagreb: Zavod za informacijske studije.

Tubbs, S. (2013). *Komunikacija. Principi i konteksti*. Beograd: Clio.

## 2.2.1. Prijedlog kurikuluma: Razumijevanje koncepta interkulturalnog dijaloga s aspekta medijske i informacijske pismenosti

Sarina Bakić  
Zlatiborka Popov Momčinović<sup>9</sup>  
Anida Dudić-Sijamija

Ovaj modul ima za cilj, a u skladu sa glavnim ciljevima konvencije UNESCO-a za zaštitu i promociju raznolikosti kulturnog izražavanja, pružiti znanja o jačanju perspektive o situaciji u domenu medijskih i kulturnih politika: teorije i prakse njegovanja kulturnih raznolikosti i interkulturalnog dijaloga. Središnji fokus ovog modula jeste razumijevanje koncepta interkulturalnog dijaloga s aspekta medijske i informacijske pismenosti, da se prodiskutiraju i analiziraju granice do kojih medijske i kulturne prakse, s posebnim naglaskom na nove medije, doprinose razvoju interkulturalnih sposobnosti, njihove uloge u poboljšanju ili urušavanju interkulturalnih praksi kako aktera u obrazovanju tako i cjelokupne populacije s akcentom na mlade ljude.

Interkulturalni dijalog se odvija u svakodnevnom životu pojedinaca (posao, slobodno vrijeme, društvene mreže, itd.), ali će se kroz interaktivno predavanje i diskusiju pažnja usmjeriti i na organizirane napore i težnje za promoviranjem odgovarajućih sposobnosti nastavnika i bibliotekara koji direktno učestvuju u ovakvim procesima. Razvijanje interkulturalnog dijaloga jedan je od najvažnijih zadataka svih obrazovnih institucija, a ogleda se, u najužem smislu, u prepoznavanju i priznavanju razlika i njihovih vrijednosti i interakcijom među njima. Kulturne razlike i njihova uloga u svakodnevnom životu svakog pojedinca utiču na ponašanje učenika i nastavnika u školama. Svrha medijskog i informacijskog obrazovanja u kontekstu interkulturalizma jeste osposobiti mlade ljude za razvijanje i poštivanje elementarnih civilizacijskih vrijednosti, kritičko

---

<sup>9</sup> Vanredna profesorica na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Istočnom Sarajevu.

promišljanje, uvažavanje slobode izbora te razumijevanje i poštivanje različitosti, Drugog i Drugačijeg.

Modul *Razumijevanje koncepta interkulturalnog dijaloga s aspekta medijske i informacijske pismenosti* počiva na tri jedinice:

1. Stanje i perspektive interkulturalnog dijaloga s aspekta medijske i informacijske pismenosti
2. Izazovi interkulturalnog dijaloga u kontekstu univerzalnih i grupnih prava
3. Osnaživanje ranjivih grupa kroz unapređenje interkulturalnog dijaloga u Bosni i Hercegovini

## JEDINICA 1

### **Stanje i perspektive interkulturalnog dijaloga s aspekta medijske i informacijske pismenosti**

**Trajanje: 1 sat**

**Glavne teme:**

- Definiranje koncepta interkulturalnog dijaloga
- Važnost medija (novih medija) i medijske i informacijske pismenosti za interkulturalni dijalog
- Izazovi novih medija u kontekstu interkulturalnog dijaloga
- Uloga nastavnika i bibliotekara u jačanju interkulturalnog dijaloga u digitalnom okruženju

**Ciljevi učenja:**

- Navesti glavne ishode/elemente učenja o interkulturalnom dijalogu
- Razumjeti važnost medijske i informacijske pismenosti za promicanje interkulturalnog dijaloga
- Analizirati ulogu novih medija, škola i biblioteka
- Analizirati primjere iz prakse (pozitivni i negativni aspekti)

**Pedagoški pristupi i aktivnosti:**

- Interkulturalni dijalog jeste interakcija i komunikacija s osobama iz različitih kultura. Interkulturalni dijalog predstavlja komunikaciju



između različitih kultura definiranih prema rasnim, etničkim, seksualnim ili socioekonomskim karakteristikama, ili u kombinaciji ovih razlika. Pojedinci koji pripadaju različitim kulturnim kontekstima moraju imati interakciju bez obzira na različito ili čak dijametralno suprotno kulturalno porijeklo i iskustvo. Drugim riječima, ovdje nije akcenat na kulturnim razlikama pojedinaca i grupa, već na interakciji koja se odvija između različitih ljudi. Posjedovati kompetenciju interkulturalnog dijaloga znači prije svega, biti kompetentan, odnosno imati sposobnost da se razumiju misli, stavovi i potrebe druge osobe, bez obzira slagali se mi ili ne s konkretnim načinom razmišljanja.

- Centralna tema medijske i informacijske pismenosti jeste ovladavanje kritičkim i kreativnim vještinama, odnosno znanjima koja pomažu da se povežu složene ideje, da se stalno postavljaju pitanja, prepoznaju pravi odgovori, identificiraju zablude što je u temeljima intelektualnih sloboda.
- Značaj medijske i informacijske pismenosti ponajprije se ogleda u uticaju medija na glavne demokratske procese. Za demokratsko učešće građana potrebne su vještine kritičkog mišljenja i samoizražavanja. Medijska i informacijska pismenost omogućava prvenstveno djeci, budućim građanima - političke odabire, shvatanje političkog diskursa i učestvovanje u njemu. Time će i kao punoljetni, medijski i informacijski pismeni, dobro obaviješteni građani donositi samostalne odluke o demokratskom izbor-nom procesu.
- Iako je izloženost medijima i izvorima informacija često nekontrolirana i događa se gotovo automatski, upravo su medijska i informacijska pismenost koja razvijaju vještine svjesnog odlučivanja o izlaganju medijskom sadržaju i kritičke analize tog medijskog sadržaja pa i stvaranja prilika za vlastito izražavanje i produkciju medijskog sadržaja, osobito važna kako bismo ih koristili pozitivno, kritički i afirmativno, a spriječili moguće štetne uticaje izloženosti informacijama i medijima (predrasude, stereotipi, govor mržnje).
- Afirmativna uloga novih medija u osnaživanju interkulturalnog dijaloga – digitalni altruizam; digitalna empatija; digitalno zajedništvo;

### Vježbe:

- Diskusija - Primjeri iz nastavničke i bibliotečke prakse o interkulturalnom dijalogu (pozitivne i negativne ilustracije)
- Razmotrite neke od mogućih efekata Interneta na netrpeljivost prema Drugima i Drugačijima
- Kreativna ideja o školskom web portalu Interkulturalni dijalog

## JEDINICA 2

### Izazovi interkulturalnog dijaloga u kontekstu univerzalnih i grupnih prava

Trajanje: 1 sat

#### Glavne teme:

- Univerzalna i specifična ljudska prava
- Refleksije na bosanskohercegovačko društvo

#### Ciljevi učenja:

- Ukazati na glavne principe i protivrječnosti koje se tiču ključnih pojmova kao što su multikulturalizam, interkulturalizam, pravo na različitost u širem kao i u BiH kontekstu. Jedna od protivrječnosti je balans između univerzalnih i specifičnih odnosno grupnih prava, a što se na specifičan način reflektira na bosanskohercegovačko iskustvo.

#### Pedagoški pristupi i aktivnosti:

- U širem kontekstu ukazati na doktrine i prakse kao što su američki WASP, Separate but Equal, francuski *laïcité*, pokret politička korektnost (PC) i prikazati ilustracije i to potom konkretizirati u slučaju našeg društva. Na taj način će učesnici/e imati mogućnost da povežu iskustva tzv. administriranja različitosti s obzirom da prevladava tzv. „maksimalistički“ multikulturalni model u kom se kultura posmatra kao nešto homogeno i nedinamično, a što nije dobar okvir za interkulturalni dijalog.
- Kako se u medijima i obrazovnim institucijama predstavljaju odnosno usvajaju različitosti? Od reklamne industrije multinacionalnih kompanija

(United Colors of Benetton, Colgate odnosno konzumeristički model), filmske i sportske industrije (ludički model, FIFA kontra rasizma), obrazovanja (rodne studije, queer, kulturne studije, religijske i etničke; kvote i afirmativna akcija). Potom će se dati primjeri iz BiH u kontekstu navedenih modela s ciljem ukazivanja na postojanje predrasuda i stereotipa u obrazovanju (analize tzv. nacionalne grupe predmeta), medijima, govora mržnje u javnoj sferi ali i pozitivnih primjera (kao što su rodne, međureligijske studije) s ukazivanjem da ove inicijative uglavnom dolaze od civilnog društva i da postoje institucionalne prepreke. Nakon toga će se diskutirati na temu da li postoji „neutralno“ objektivno znanje, kakvu literaturu koriste nastavnici/e, kakav je bibliotečki fond na ove teme s ciljem kritičke refleksije problema „kanonizacije akreditovanih autora“ i proizvodnje „hladne lojalnosti“ .

#### **Vježbe:**

- Sličnosti i razlike. Cilj vježbe je uočavanje sličnosti i razlika radi smanjivanja isključivosti i nepovjerenja. Svaki učesnik/ca za sebe treba da napiše sljedeće: tri stvari koje su iste kod njega/nje i ostalih u grupi; tri stvari koje su iste kod njega/nje i nekih drugih u grupi, ali različite kod ostalih; tri stvari kod njega/nje koje se razlikuju od svih ostalih u grupi. Potom se podijele u parove i razgovaraju o onome što su pisali. Nakon toga slijedi evaluacija u krugu na osnovu pitanja: Kako ste se osjećali dok ste radili sami? Kako ste se osjećali radeći u parovima? Šta Vam je bilo teško, šta lako? Kako gledate na različitosti i sličnosti sa drugima u grupi?

### **JEDINICA 3**

#### **Osnaživanje ranjivih grupa kroz unapređenje interkulturalnog dijaloga u Bosni i Hercegovini (s posebnim osvrtom na djecu)**

**Trajanje: 1 sat**

#### **Glavne teme:**

- Identificiranje ranjivih kategorija društva
- Djeca kao ranjiva kategorija u Bosni i Hercegovini

- Primjeri isključenosti djece kroz obrazovni sistem u Bosni i Hercegovine
- Kako nastavnici i bibliotekari pomažu u razvijanju interkulturalne svijesti kod učenika?

### **Ciljevi učenja:**

- Upoznati učesnike sa pojmovima stereotip i predrasuda, pomoći im da otkriju razliku između istih te da savladaju korake koji vode smanjenju upotrebe stereotipa i predrasuda.
- Poticanje razvoja sposobnosti kritičkog razmišljanja učesnika da u svakodnevnom situacijama ne donose zaključke o nekome isključivo na osnovu njegovog izgleda, boje kože, vjerske ili seksualne opredijeljenosti, nego na osnovu osobnosti svakoga od nas.
- Stvaranje afirmativnih polazišta za interkulturalni dijalog, pomirenje različitosti, uključivanje i respektiranje „različite“ djece kroz obrazovni sistem u Bosni i Hercegovini uz pomoć nastavnih aktivnosti. Nastavnici/e i bibliotekari/ke kao modeli specifičnog ponašanja služe kao primjer učenicima i učenicama. U ovom slučaju to su interkulturalna znanja, vještine i sposobnosti koje društvo donosi, škola oblikuje, nastavnici prenose, a učenici usvajaju i koriste.

### **Pedagoški pristupi i aktivnosti:**

- Ranjive ili vulnerabilne grupe su grupe kojima je, uslijed specifične razlike u odnosu na dominantnu populaciju, potrebna dodatna podrška kako bi se mogle ravnopravno uključiti u životne tokove zajednice. Zbog svog položaja, ranjive grupe su često na periferiji, margini društva, neuticajne i uskraćene za pristup socijalnim, ekonomskim, političkim i kulturnim pravima koja su dostupna drugima.
- Utvrđivanje ranjivih grupa: djeca, mladi, siromašni, žene, starije osobe, osobe sa invaliditetom. U ranjive, vulnerabilne i marginalizirane grupe ubrajamo i: strance, rasne i etničke manjine, ratne veterane, izbjeglice i povratnike, osobe oboljele od teških bolesti, osobe ovisne o psihoaktivnim supstancama, samohrane roditelje, žrtve nasilja, pripadnike LGBTIQ populacije, beskućnike.
- Ranjive grupe su često izložene stigmatizaciji i diskriminaciji na više osnova, uključujući spol, poteškoće u razvoju, rasnu, etničku pripadnost,

boju kože, jezik, vjersku pripadnost, nacionalno ili socijalno porijeklo, imovinsko stanje, rođenje ili drugi status.

- Bez obzira na razlike koje postoje među djecom u različitim dijelovima svijeta, ipak postoji jedna zajednička nit na kojoj svi uposleni u školi (od nastavnika, pedagoga, bibliotekara, pedagoga do socijalnog radnika) mogu djelovati – a to je zdravi rast i razvoj djece. Posebno ukoliko se uzme u obzir da svako dijete može biti u određenom trenutku ranjivo ili se tako osjećati bez obzira na spol, nacionalnost, vjersku orijentaciju, socio-ekonomski status, posebne potrebe i sl. Iz ovoga proističe da su teme interkulturalnog dijaloga, različitosti, poštivanje drugih i drugačijih od izuzetne važnosti, jer profesionalci zaposleni u školama mogu osnažiti te poruke radeći s djecom, porodicama i lokalnom zajednicom na osvještavanju različitosti i potrebom za njihovim razumijevanjem i proaktivnim djelovanjem.
- Posebno su vidljivi i izraženi problemi nepoštivanja različitosti djece u obrazovnom sistemu u Bosni i Hercegovini. Posebno je izražena povreda prava na obrazovanje, diskriminacija i segregacija u obrazovnom procesu gdje se razlike među djecom samo dalje produbljuju umjesto da se shvataju pozitivno.

### Vježbe:

- Da li ste se nekada osjećali ranjivo, isključeno ili na margini društva? U kojim situacijama je bilo povrijeđeno Vaše pravo? Koga ubrajamo u ranjive grupe u Bosni i Hercegovini?
- Šta podrazumijeva „biti isključen”, „biti na margini društva”?
- Šta je neophodno osigurati socijalno ranjivim grupama stanovništva?
- Koja djeca u Bosni i Hercegovini su posebno ranjiva?
- Koji je put ka rješenju ukidanja prakse „dvije škole pod jednim krovom”?
- Kako mediji mogu na afirmativan način da potiču mlade na interkulturalni dijalog?
- Komentari i stavovi nastavnika na medijske natpise o migrantima i protestu roditelja za mogućnost organiziranja nastave za djecu migrante u školama
- Praktična iskustva nastavnika i bibliotetara u školama u kojima su angažirani - djeca iz ranjivih skupina

- Kako nastavnici i bibliotekari pomažu u razvijanju interkulturalne svijesti kod učenika?

### **Ishodi modula:**

Učesnici i učesnice će biti osposobljeni za:

- Razumijevanje koncepta interkulturalnog dijaloga i značaja za bosansko-hercegovačko društvo;
- Razumijevanje i dalje prenošenje znanja o načinima interkulturalnog dijaloga putem novih medija;
- Razumijevanje konteksta „digitalnog jaza“;
- Razumijevanje uloge i značaja medijske i informacijske pismenosti;
- Osmišljavanje načina i metoda za mjerenje interkulturalne osjetljivosti (interkulturalna inteligencija);
- Usvajanje metoda i tehnika u prevazilaženju predrasuda i stereotipa prema Drugom i Drugaćijem u kontekstu ranjivih grupa;
- Jačanje kritičkog razmišljanja i senzibilitnosti prema Drugom i Drugaćijem;
- Osposobljavanje učesnika da sami realizuju aktivnosti na jačanju interkulturalnog dijaloga u svojim nastavničkim i bibliotekarskim aktivnostima;
- Detektiranje i prepoznavanje negativnih trendova u interkulturalnom dijalogu u relaciji nastavnik/bibliotekar - roditelj - dijete.

### **Literatura**

Piršl, E. (2007). Interkulturalna osjetljivost kao dio pedagoške kompetencije. *Pedagogija: prema cjeloživotnom obrazovanju i društvu znanja*. Zagreb: Hrvatsko pedagojsko društvo. Str. 275-291.

*Priručnik za izvještavanje o marginalizovanim grupama*. (2010). Banja Luka: Helsinški parlament građana Banja Luka.

Selmanović, A. (2018). *Zastupljenost interkulturalnih elemenata u sadržajima nastavnih predmeta društvenih nauka*. Magistarski rad. Sarajevo: Filozofski fakultet Univerziteta u Sarajevu.

Kragulj, S. i Jukić, R. (2010). Interkulturalizam u nastavi. *Obrazovanje za interkulturalizam: zbornik radova s 2. međunarodne znanstvene konferencije Osijek*.

Regionalni osvrt na razvoj i integraciju medijske i informacijske pismenosti

*Socijalna i ljudska prava ranjivih grupa vodič za profesionalce.* (2017). Tuzla: Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH.

Stambolović, V. (2012). Ranjive društvene grupe. *Socijalna medicina*. Beograd: Medicinski fakultet Beograd.

Šehić, M. (2019). *Odgovori obrazovanje studenata nastavničkih fakulteta za interkulturalnu kompetenciju*. Magistarski rad. Filozofski fakultet Univerziteta u Sarajevu.

Vodič za izveštavanje o ranjivim grupama, sa posebnim osvrtom na osobe sa invaliditetom (2014). Beograd: Nezavisno udruženje novinara Srbije.

## 2.3. Obrazovanje za mir: mirovna pedagogija u službi medijske i informacijske pismenosti<sup>10</sup>

Nerzuk Ćurak<sup>11</sup>

Emina Adilović

Nedvojbeno je da razvojem informacijsko-komunikacijskih tehnologija, porastom korisnika mreže i utjecajima (digitalne) *prosumerističke* kulture<sup>12</sup> prisustvujemo procesu transformacije *homo sapiensa* u *homo connectusa*, pri čemu je fokus teorijskih i širih društvenih rasprava u posljednjih desetak godina često okrenut ka ukazivanju na činjenicu da je unaprijeđeni *homo sapiens* (sada *homo connecticus*) mišljen kao resurs *dotcom kapitalizma*. Druge popularne diskusije i pitanja tiču se još uvijek općenitih mogućnosti razvoja: da li će daljnja evolucija teći u pravcu takvih promjena u kojima će prijašnja karika razvojnog lanca u potpunosti podrediti vlastite zakonitosti i oblike ponašanja novom digitalnom okruženju, te kako će umjetna inteligencija ostvariti najgore scenarije iz sci-fi filmova. Pokušavajući problemu pristupiti sa pozicije strukturnih elemenata, društvenih mikrosekvenci, odnosno, različitih oblika državnih ideoloških aparata<sup>13</sup>, namjesto uopćavanja već poznatih informacija, ovakvim promišljanjima moguće je pristupiti na razvojni način. Mrežni prostor, zbog načina na koji je koncipiran, zamišljajući i koristeći ga onako ga opisuje i sam izumitelj World Wide Web-a, Tim Berns Lee, kao prostor kritične mase koji neće funkcionirati ukoliko cijeli svijet ne može učestvovati (Knappenberger, 2014), trebao bi omogućiti apsolutne slobode komunikacijskim kanalima i digitalni univerzum za razješavanje postojećih društvenih konflikta. Paradoksalno, informacijsko doba bez obzira na participacijski i demokratizirajući potencijal, obilježeno je predrasudama i nerazumijevanjem.

---

<sup>10</sup> Poglavlje razvijeno na osnovu predavanja N. Ćurka na radionici, uz uređivanje i doradu E. Adilović.

<sup>11</sup> Redovni profesor na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.

<sup>12</sup> Pojam *prosumerizam* uklanja distinkciju između proizvođača i potročaša jer podrazumijeva i proizvodnju i potrošnju. Iako su prosumeri postojali i prije razvoja informacijsko-komunikacijskih tehnologija, razvoj Web 2.0 tehnologija naglasio je značaj prosumerizma u novom digitalnom okruženju (Ritzer i Jurgenson 2010, 14).

<sup>13</sup> L. Altiser razvija teoriju državnih ideoloških aparata kao „određenog broja realnosti koje neposredni posmatrač vidi u formi određenih i specijalizovanih institucija.” Pored religijskih, porodičnih, pravnih, političkih, sindikalnih i kulturnih, prepoznaju se i obrazovni (sistem privatnih i javnih škola) te informacioni (štampa, radio, televizija i internet) državni ideološki aparati.



Vodeći se saznanjem o gubljenju obrisa tehnoutopističkih ideja prošlog vijeka u vlastitoj neostvarivosti, a pokušavajući se unutar različitih državnih aparata istovremeno suprotstaviti tehnopesimističkim predviđanjima, nastavnici i bibliotekari kao sudionici obrazovnih procesa vlastitim profesionalnim angažmanom mogu se uključiti u procese redefiniranja obrazovnog ideološkog aparata u digitalnom dobu. Problematizirajući edukativni sistem koji u fokus ne stavlja razvijanje „suosjećajne kulture i sentimentalnog obrazovanja”, Nermina Mujagić (2017) pojašnjava značaj obrazovanja „koje senzibilizira mlade ljude da suosjećaju s drugima, stavljajući se u poziciju drugoga.” (str. 122). Iako Mujagić pravi sponu između obrazovnih politika i trendova globalizacije za što ranijim odrastanjem učenika kako bi postali potrošači, aspekt konzumerističke kulture ne zaustavlja se na fizičkoj potrošnji; učeničko viđenje formalnog obrazovanja uglavnom je bazirano na *metafori lijevka* koja objašnjava proces dolaska do znanja. Nudeći odgovore, nastavnici *ulijevaju* određenu količinu *znanja u učenike* ne pitajući se o metodama za podsticanje intrizične motivacije<sup>14</sup>, ili o mogućnosti razumijevanja „usvojenog” gradiva. Nemotiviranje učenika za aktivno sudjelovanje u nastavnom procesu uvjetuje njihovu ulogu pasivnog konzumenta nastavnih sadržaja, informacija i (ponuđenog) znanja, umanjuje sposobnosti kritičkog mišljenja značajnog za promišljeno sagledavanje stereotipa i suprotstavljanje kulturi konflikta. Ukoliko se učenici vode pasivnim pristupom ulaskom u tzv. „zoni kontakta”<sup>15</sup>, postoji veća vjerovatnoća razvoja sukoba.

Stoga novo tehnološko okruženje zahtijeva od edukatora i informacijskih stručnjaka stratešku prilagodbu načinu podučavanja, učenja i razumijevanja interkulturalnog dijaloga naglašavajući participacijski potencijal novih tehnologija i potrebu za medijskom i informacijskom pismenošću. Rad na upoznavanju Drugoga nije izgubio na svojoj važnosti u digitaliziranom društvu, već ga je intenzivirao kao jedan od najvažnijih poduhvata za sve *netizene*, a naročito za članove postkonfliktnih zajednica kao što je Bosna i Hercegovina koji su suočeni sa predrasudama instrumentaliziranim i korištenim od strane političkih pseudoelita s ciljem reproduciranja nacionalističkih narativa. „Hoćemo li odustati od

---

<sup>14</sup> Intrizična (unutarnja) motivacija.

<sup>15</sup> Mary Louise Pratt pojmom *zona kontakta* označava društvene prostore u kojima se kulture međusobno susreću, sukobljavaju i hvataju u koštac, često u kontekstu izrazito asimetričnih odnosa moći.

edukativnog sistema koji nas je iznevjerio, i koji pod valom nacionalističkih ideologija prolazi strašne transformacije?” (Mujagić, 2017, str. 122).

U takvom visoko podijeljenom društvu, obrazovanje za mir može se činiti kao utopijski poduhvat podjednako kao i utopistička viđenja mrežnih tehnologija '90-ih godina bivših pripadnika hipi pokreta.<sup>16</sup> Ipak, nastavnici i bibliotekari na različitim nivoima obrazovanja trebaju insistirati i raditi na izgradnji mira u postkonfliktnoj zajednici, između ostalog zato što se uranjanje u kulturu nasilja, nakon okruženja obitelji nastavlja ili/i opovrgava tokom obrazovanja. Pojave poput *dvije škole pod jednim krovom*<sup>17</sup> često su slikoviti reprezentivni produkti politika podjela unutar obrazovnih institucija „brišući individualitet učenika i normalizirajući ga shodno svom etnokratskom poimanju u kategoriju etničkog.“ (Turčalo, 2018, str. 233). Polazeći od postavke da živimo u zemlji koja bez obzira na sva unutrašnja kulturna raslojavanja treba ponuditi zajedničko gledište, budući da su i razlike i zajedničko gledište dio istog pluralnog identiteta Bosne i Hercegovine, unutar mnogostrukog identiteta gledište je bolje razvijati u sklopu mirovne forme. Ipak, u obrazovnom sistemu još uvijek prevladava militaristički duh kroz tzv. skrivene kurikulume<sup>18</sup> i veliku odlučivačku moć obrazovnih politika. Tako su stvoreni odvojeni vertikalni narativi među kojima ne postoji zajednička horizontalna poveznica. Struktura militarizma počiva na snažnoj moći patrijarhata zasnovanog na kodovima nasilja koji onemogućuju proizvodnju nove duhovnosti, paradigme i vrijednosti mira.

Suprotna gledišta militarističkoj ideji obrazovanja mogu se pronaći u premisama mirovne pedagogije koja se općenito definira kao „relevantna obrazovna paradigma i skup obrazovnih aktivnosti usmjerenih na rješavanje problema poučavanja o nenasilju i sposobnosti za mir u kontekstu demokratskog mirovnog pokreta“ (Klepko, 2017, str. 46). Ukoliko mirovnu pedagogiju pri tome ne shvatimo

<sup>16</sup> F. Turner navodi primjere bivših pripadnika hipi pokreta koji su vlastite pacifističke i utopističke ideje nastavili razvijati u drugom obliku i novim sredstvima '90-ih godina prošlog vijeka prepoznavajući tehnološki razvoj i otkrića kao sredstvo društvene promjene. (Turner i Jadrić, 2017; Turner, 2006).

<sup>17</sup> Segregacijski model interpretacije bh. stvarnosti koji se uprkos kritikama održava sve do danas, vidljiv je i unutar obrazovnog sistema. Ovakva pojava zasniva se na modelu pohađanja nastave vodeći se sa dva nastavna plana i programa unutar istog obrazovnog objekta gdje su učenici i fizički razdvojeni (odvojena ulazna vrata ili žicom) jedni od drugih.

<sup>18</sup> Slavica Bašić koncept skrivenog kurikuluma definira kao „ciljano, ali od sudionika često nezapaženo standardiziranje i normiranje međuljudskih odnosa koje uspostavlja model-situaciju za stjecanje društveno poželjnih interpersonalnih orijentacija (str. 171). Skriveni kurikulum, ustvari, razvija socijalne vještine, ne uvijek sa nužno pozitivnim aspektom, već komformističkim ponašanjem.

samo kao konstatiranje, uočavanje i tematiziranje postojećih problema sukoba, već i usvajanje određenih vrijednosti, znanja i vještina za doprinos njihovom umanjivanju, moguće je izvesti nekoliko principa na kojima se zasniva praksa mirovne pedagogije: *dijalog, kooperacija, rješavanje problema, afirmacija i demokratsko postavljanje granica* (Harris, 2001, str. 255). Dok se princip afirmacije odnosi na (unutarnju) motivaciju i podsticanje učenika i studenata na daljnje istraživanje o pojedinoj temi, princip demokratskog postavljanja barijera podrazumijeva metodu poštivanja granica svih pojedinaca u učeničkoj skupini što na koncu predstavlja dvostruko djelovanje: ovakav oblik obrazovne reforme istovremeno zagovara i „kurikulum koji informira učenike o problemima nasilja“ podjednako kao i „metodologiju koja promiče mirniju učionicu“ (Harris, str. 2001, 254).

Obrazovni aspekt mirovne učionice podrazumijeva drugačije koncipiranje nastavnih oblasti i jedinica koji će pored podučavanja zabilježenim historijskim sukobima, podjednako uključiti i informacije o mirovnim pokretima, te tako poticati komparativne analize kod učenika. Stavljajući akcent na ishode učenja, kurikulum zasnovan na mirovnoj pedagogiji, prilagođen je sadržajima koji promoviraju mir, ali i kritičko mišljenje. Iako se zasniva na određenim principima koji se mogu shvatiti kao i „edukacija za zajednicu, kritičko građanstvo, suosjećanje i empatija, nada i mogućnosti“ (Shapiro, 2014), ne postoji standardiziran pristup koji sprovodi premise mirovne pedagogije. Umjesto jednostranog pristupa, ovakvo viđenje obrazovanja i odgoja učenika za mir, pored kurikularne mirovne reforme, zahtijeva i promjene koje ona omogućava: različite metode rada, istraživačko okruženje i projektne aktivnosti strateški pristupajući problemu sukoba i nasilja. Često se dešava da se vještina mira pogrešno shvata kao pretjerana spremnost na mir, što uveliko olakšava integraciju učenika u društvo (Ćurak, 2015), ali podjednako isključuje kritičko mišljenje koje razlikuje isključiva pacifistička stajališta od nenasilnog pristupa kao i kritičkog promišljanja mirovne pedagogije. Mirovna pedagogija koja nije samo naglašena *volja za mir*, već sposobnost da se radi u grupama, sposobnost da se ocijene i procijene dejstva sopstvenog djelovanja na druge ljude, podrazumijeva i usvajanje kompetencija medijske i informacijske pismenosti te na taj način osposobljava učenike da se odgovorno postupaju prema samima sebi i prema drugom i drugačijem.

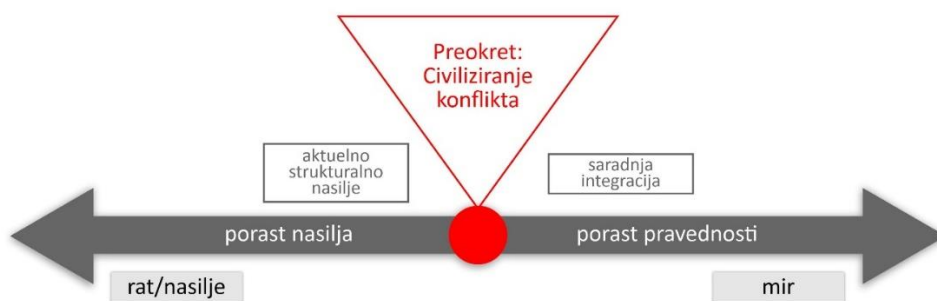
Govoreći o edukaciji kao „praksi slobode“, Bell Hooks ističe značaj aktivne participacije namjesto pasivnog pristupa i *konzumiranja* podataka u učionici. Takva promišljanja unutar pedagogije baziraju se na dijalogu, poštivanju, ali i istraživanju suprotnog mišljenja, drugačijeg (identitarnog) opredjeljenja te potom razmjeni znanja i iskustava. Pored mirovne pedagogije shvaćene općenito, militarističkim obrazovnim politikama moguće je suprotstaviti i premise feminističke pedagogije koja kao i opća mirovna pedagogija inzistira na uvjetima demokratskog obrazovanja; učenju koje uključuje „slobodu, socijalnu pravednost, sudjelovanje i zajednicu“ (Villaverde, 2007). Uprkos limitima difuznog institucionalnog društva i visoko podijeljenog osnovnoškolskog i srednjoškolskog obrazovnog sistema u kojem većinu čine upravo nastavnice, ohrabrivanje nastavničkog i bibliotečkog kadra za feminističku paradigmu rodne ravnopravnosti i proizvodnju novih vrijednosti zasnovanih na horizontalnom umrežavanju uvjeti su promicanja mirovne naracije suradnje i povezivanja umjesto odvajanja i jedinstvanog interpretativnog okvira. Promičući pristupe kritičke pedagogije za „medijsku edukaciju 2.0“ (Gutiérrez, 2020) treći prostor<sup>19</sup> i informacijsko opismenjavanje, nastavnici i bibliotekari umjesto isključujućeg stava o tehnološkim limitima i otpora spram učenja i podučavanja u/o digitalnom okruženju, zajedno rade na unapređenju mirovnog obrazovanja.

S druge strane, odnos između mirovne pedagogije i bibliotekarstva može se čitati iz osnovnih polazišta mirovne i feminističke pedagogije koje postavljaju granice i promiču kulturu mira jer ne podrazumijevaju jednakost samo na fonu rodnih i spolnih razlika, već zagovaraju općenitu participaciju i ostalih marginaliziranih diskursa u kreiranju kolekcija (Adilović, 2020). Kreiranje takvih kolekcija marginaliziranih skupina s ciljem promicanja (rodne) ravnopravnosti umanjuje opresiju patrijarhalnog ustroja i kulture konflikta. S obzirom na izazove bibliotekara i informacijskih stručnjaka kada je u pitanju prilagođavanje profesionalnog djelovanja u novom informacijsko-komunikacijskom okruženju koje nije suštinski promijenilo njihove uloge i profesionalne odgovornosti, već način na koji oni izvršavaju vlastitu misiju, digitalne kolekcije mogu se pojaviti kao jedan od načina bibliotečkog doprinosa kulturi mira informirajući učenike, ali i šire

---

<sup>19</sup> Treći prostor u kontekstu modela vođenog istraživačkog učenja spaja učenički svijet izvan škole i postavljeni kurikulum stvarajući tako dinamički prostor za učenje. Vidi više: Kuhlthau, C. et al. (2019). *Vođeno istraživačko učenje – učenje u 21. stoljeću*. Zagreb: Školska knjiga.

građanstvo promičući multikulturalnost i zagovarajući interkulturalni dijalog. S obzirom da su kreiranje i dijeljenje informacija tek neke od kompetencija, vrijednosti i znanja u kontekstu medijske i informacijske pismenosti, teorija feminističke pedagogije može poslužiti kao prizma kroz koju se oblikuju ishodi edukacija korisnika (visoko)školske biblioteke. Drugim riječima, novija feministička teorija polazi od pretpostavke uključivanja učenika i studenata u istraživački proces, odabir, vrednovanje i napredne tehnike pretraživanja informacija. Emily Kingsland (2020) navodi da se učenici uključeni u ovakav proces koriste različitim tehnikama i modelima poput vođenog istraživačkog učenja<sup>20</sup> koji su osmišljeni kako bi promovirali vrijednost različitih iskustava te istovremeno razvijajući medijske i informacijske kompetencije učenika.



Ilustracija 1: Civiliziranje konflikta (Dadalos.org)

Medijska i informacijska pismenost i mirovna pedagogija zajedničkim djelovanjem nude novi uklon mirovnom obrazovanju vodeći ka civiliziranju konflikta. Vještine i znanja medijske i informacijske pismenosti, te vrijednosti feminističke pedagogije ukazuju na odliku strukturalnog nasilja; njegov prvi nivo tiče se fizičnosti, a drugi prelazi granice materijalnog svijeta, postojeći u drugim, digitalnim domenama. Saradnjom aktera obrazovnog procesa poput nastavnika i bibliotekara teži se doprinijeti integraciji kao elementu civiliziranja konflikta kako bi se došlo do stepena proizvodnje postkonfliktnog preokreta podučavanjem vještina mira. Ovakve sposobnosti učenika podrazumijevaju prepoznavanje uzroka nasilja i rata, što čini uvjet za sticanje individualnih sposobnosti ostvarivanja mira naglašavajući tako potrebu da se unutar obrazovnih procesa podvlači miro-

<sup>20</sup> Model vođenog istraživačkog učenja temelji se na konstruktivističkoj teoriji učenja i obuhvata osam faza; *otvaranje, uranjanje, eksploracija, identificiranje, prikupljanje, stvaranje, dijeljenje i vrednovanje*. Vidi više: Kuhlthau, C. et al. (2019). *Vođeno istraživačko učenje – učenje u 21. stoljeću*. Zagreb: Školska knjiga.

vno obrazovanje djece i međusobno rodno poštivanje kroz medijsku i informacijsku pismenost.

## Literatura

- Adilović, E. (2020, septembar). Participatorno bibliotekarstvo i ljudska prava: digitalne kolekcije marginaliziranih skupina. MA teza. Sarajevo. Pristupljeno 12. 02. 2021. sa [https://ff.unsa.ba/files/zavDipl/19\\_20/kob/Emina-Adilovic.pdf](https://ff.unsa.ba/files/zavDipl/19_20/kob/Emina-Adilovic.pdf)
- Altiser, L. (2009). *Ideologija i državni ideološki aparati*. Loznica: Karpos.
- Bašić, S. (2000). Koncept prikrivenog kurikuluma. *Napredak*, 141(2), 170-179.
- Ćurak, N. (n.d.). *Edukacija za mir: Mirovni odgoj*. Pristupljeno: mart 9. 2021, sa USAAID: <http://sspb.probuducnost.ba/wp-content/uploads/2015/10/Mirovni-odgoj.pdf>
- Ćurak, N. 2016. „Bolji anđeli naše prirode“, u *Rasprava o miru i nasilju. (Geo)politika rata-(Geo)politika mira-Studije mira*. Sarajevo/Zagreb: Buybook. str. 139-170.
- Gutiérrez, A. F. (2020). Not without Us. In *Education for Democracy 2.0: Changing Frames of Media Literacy* (str. 181–197). Bill Sense. doi:[https://doi.org/10.1163/9789004448490\\_011](https://doi.org/10.1163/9789004448490_011)
- Harris, I. M. (1990). Principles of peace pedagogy. *Peace & Change*, 15(3), 254. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0130.1990.tb00555.x>
- Kingsland, E. (2020). Undercover Feminist Pedagogy in Information Literacy: A Literature Review. *Evidence Based Library and Information Practice*, 15(1), 126–141. <https://doi.org/10.18438/eblip29636>
- Klepko, S. (2017). Pedagogy of Peace and Philosophy of War: the Search for Truth. *Future Human Image*, 7, 46-49.
- Knappenberger, B. (redatelj). (2014). *The Internet's Own Boy: The Story of Aaron Swartz* [Motion Picture]. Pristupljeno 09. 03. 2021. sa [https://www.youtube.com/watch?v=3Q6FzbgS\\_Lg&t=1515s](https://www.youtube.com/watch?v=3Q6FzbgS_Lg&t=1515s)
- Kuhlthau, C. et al. (2019). *Vođeno istraživačko učenje – učenje u 21. stoljeću*. Zagreb: Školska knjiga.
- Mujagić, N. (2017). *Všegrađanstvo: analize i nove teorije na relaciji: država, građani i društvo*. Sarajevo: Fakultet političkih nauka Sarajevo.
- Pratt, M. L. (1991). Arts of the Contact Zone. *Profession*, 33-40. Pristupljeno: 17.05.2020. JSTOR, [www.jstor.org/stable/25595469](http://www.jstor.org/stable/25595469).

Ritzer, G., i Jurgenson, N. (2010). Production, Consumption, Prosumption: The Nature. *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13-36. doi:10.1177/1469540509354673.

Shapiro, S. (2015). Towards a Critical Pedagogy of Peace Education. *KULTURA – SPOŁECZEŃSTWO – EDUKACJA*, 7(1), 7-20. Pristupljeno 09. 03. 2021. sa <https://core.ac.uk/download/pdf/154440499.pdf>

Turčalo, S. (2018). Interpretacije domovine/otadžbine u nacionalnim obrazovnim platformama: etničko kodiranje Bosne i Hercegovine. (str. 231-243). Sarajevo: Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Sarajevu. Pristupljeno 09. 03. 2021. sa <https://bfpe.org/wp-content/uploads/2019/04/Politike-izgradnje-mira-u-regiji-Politics-of-building-peace-in-the-region-spreads.pdf.pdf>

Turner, F. i Petar J. (2017). From the Electronic Frontier to the Anthropocene. *Learning in the Digital Age of Digital Reason*, uredio Michael A. Peters, 59-74. Rotterdam/Boston/Taipei: Sense Publishers. <https://library.memoryoftheworld.org/#/book/1f96d3f8-422d-4b0a-9254-1fe03827bf25>.

Turner, F. (2006). *From counterculture to cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the rise of digital utopianism*. Chicago: University of Chicago Press.

Villaverde, L. E. (2008). *Feminist theories and education primer: Primer*. New York: Peter Lang.

Web Foudation. (2019, mart 12). *30 years on, what's next #ForTheWeb?* Pristupljeno 12. 02. 2021. sa World Wide Web Foundation: <https://webfoundation.org/2019/03/web-birthday-30/>

### 3. JAČANJE KAPACITETA MEDIJA ZA PROMOCIJU MEDIJSKE I INFORMACIJSKE PISMENOSTI I POZITIVNOG PRIPOVJEDANJA

#### 3.1. Osvrt na radionice za novinare: mediji u službi promocije i razvoja medijske i informacijske pismenosti

Lamija Silajdžić<sup>21</sup>  
Anida Dudić-Sijamija  
Emina Adilović

Mediji, odnosno novinari i urednici, veoma su važni subjekti u promociji medijske i informacijske pismenosti, jer su medijatori između građana i ostalih društvenih sistema – političkog, kulturnog, ekonomskog, privrednog, itd. Iako im uloga medijatora slabi usljed razvoja digitalnih tehnologija, profesionalni novinari koji izvještavaju u interesu javnosti, jedan su od stubova demokratije i njihov profesionalni rad je društveno nužan. Digitalno doba u kojem živimo puno je izazova za sve spomenute društvene sisteme, ali i građane koji ne mogu apsorbovati i kvalitativno vrednovati toliku količinu informacija kojoj su danas izloženi putem digitalnih medija. Otvorenost digitalnih tehnologija veoma je izazovna za novinare profesionalce, jer razvoj građanskog novinarstva zamagljuje granicu između profesionalnih komunikatora i onih koji su *komunikatori u pidžamama* (Keen, 2017). Stoga je uloga novinara veoma važna u opismenjavanju javnosti da razumije razliku između onih koji ih izvještavaju poštujući profesionalnu etiku i onih koji ne moraju nužno voditi računa o tome da li je informacija koju prenose uopće istinita. Istraživanja pokazuju da je javnost sve manje zainteresirana za vijesti koje prenose novinari/mediji, to jeste da globalno opada povjerenje u medije (na svjetskom nivou ono iznosi 44%, a u Bosni i Hercegovini 66%). Novinari, čini se, gube status *čuvara kapija*, a umjesto njih čuvari postaju mašine, odnosno algoritmi.

U tom otvorenom, algoritmičnom digitalnom svijetu, kompleksan fenomen predstavljaju i dezinformacije, koje se svijetom šire brže nego ikad u povijesti. Nereguliranost interneta, odnosno njegova otvorena struktura, doprinijeli su

---

<sup>21</sup> Viša asistentica na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.



tome da u digitalnom okruženju postoji veliki broj tzv. lažnih medija (ne više samo lažnih informacija, ili popularno *fake news*), koji se kreiraju i gase na dnevnoj osnovi, a koji služe za širenje dezinformacija i/ili manipulativnih sadržaja i/ili zaradu od klikova. U posljednje dvije godine je 1500 medija u Bosni i Hercegovini objavilo barem jednu dezinformaciju, podaci su portala Raskrinkavanje.ba.

Novinari se veoma često u svom radu suočavaju sa tim da nisu u potpunosti sigurni koji izvori informacija su kredibilni, te je nužno da se i sami opismene koji su im alati dostupni za provjeru kredibilnosti online medija ili sadržaja (vlastništvo, impressum, izvori, potpisi fotografija, autentičnost fotografija i video snimaka, autorstvo, itd.). U tom smislu, važno je da te informacije dijele sa javnošću, kako bi građani razumjeli na koji način trebaju kritički promatrati medijske (i druge) sadržaje i kako procijeniti koja je informacija utemeljena na činjenicama.

Podizanje svijesti novinara o značaju medijske i informacijske pismenosti od velike je važnosti jer medijska i informacijska pismenost nije jednokratni proces, već zbir strukturiranih napora šire zajednice. Stoga je istraživački tim Instituta za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu kroz projekat *Dijalog za budućnost* u 2019. godini organizirao tri interaktivne radionice za novinare i urednike medija u Sarajevu, Banja Luci i Mostaru. Sa učesnicima radionica se razgovaralo o konceptu medijske i informacijske pismenosti, ulozi i odgovornosti novinara u promicanju medijske i informacijske pismenosti, kao i o izazovima sa kojima se svi suočavamo u digitalnom dobu – metapodacima, podacima, algoritmima i novim paradigmama informacija u novinarskom kontekstu, te arhitekuturi i infrastrukturi dezinformacija.

Kroz diskusiju sa učesnicima razgovaralo se o problemima s kojima se novinari susreću u svojim naporima da kreiraju i plasiraju tačne i vjerodostojne informacije. Posebno se nametnulo pitanje kako aktivno uključiti novinarsku zajednicu u aktivnosti promocije medijske i informacijske pismenosti.

U 2020. godini istraživački tim Instituta za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu je u okviru *Zajedničkog regionalnog programa Dijalog za budućnost*, nastavio sa interaktivnim radionicama za novinare i urednike. Radionica na temu „Pozitivno pripovijedanje u medijima i borba pro-

tiv pristrasnog i prejudiciranog izvještavanja” bila je namijenjena novinarima i urednicima u Zenici i Tuzli. Cilj interaktivne radionice bio je da se u radu sa novinarima i urednicima razmijene mišljenja i praktična iskustva o konceptu pozitivnog pripovijedanja i medijske i informacijske pismenosti, ali i o izazovima koji su novinarska svakodnevnica u radu i nastojanju da rade profesionalno i etično.

Zbog mogućih rizika u otežanim radnim okolnostima, organizacioni tim odlučio je da se radionica „Pozitivno pripovijedanje u medijima i borba protiv pristrasnog i prejudiciranog izvještavanja” realizira u online okruženju. Nakon online prijave i iskorištavajući mogućnosti diseminacije informacija putem digitalnih tehnologija, pripremljeni pisani materijal lekcija dostavljen je učesnicima radionice na namjenski pokrenutoj i organizovanoj online platformi<sup>22</sup>. Pored pronađenih i selektiranih knjiga, članaka, naučno-istraživačkih radova, publikacija i infoteka, novinari i urednici mogli su se upoznati sa multimedijalnim/audio-vizuelnim sadržajem koji je poslužio kao kontekstualizacija i dodatak pisanog materijala. Interaktivna radionica održana je na Zoom platformi. Sastojeći se od četiri tematske cjeline, dnevni red radionice bio je koncipiran tako da prisutnim novinarima i urednicima ponudi uvide upolazišta medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini, ulogu novinara u promociji i razvoju medijske i informacijske pismenosti, značaj i implikacije algoritama za digitalne medije i digitalno okruženje uopće, koncept pozitivnog pripovijedanja i novinarstva usmjerenog na rješenja, te borbe protiv pristrasnog izvještavanja.

Diskusija je pokazala da su brojne nedoumice s kojima sa susreću novinari intenzivirane usponom digitalnih tehnologija koje ne donose samo novo polje djelovanja, već istovremeno i nove izazove. Novinari često nisu svjesni manipulacija i vlastite moći u kontekstu odnosa sa publikom što je često uvjetovano količinom zadataka koje obave u toku radnog dana te istovremenim praćenjem nekoliko različitih tema poput kulture, politike, sporta, privrede ili radničke problematike. Novinari koji su učestvovali na radionici smatraju da je potrebno izvršiti prestrukturiranje redakcija i napraviti timove specijaliziranih novinara za određene

---

<sup>22</sup> Više na mrežnoj stranici: *Radionica „Jačanje kapaciteta medija za promociju medijske i informacijske pismenosti i pozitivnog pripovijedanja”*: <https://sites.google.com/view/mipubih/radionice/08-12-2020?authuser=0&fbclid=IwAR1WMolVfDGBSG-vBQaaVBWhsYxKBc1VAzrxWRGJFMU-hgoJy6FsQkUgNLI>

tematske oblasti. Iako su svjesni da novinari trenutno u gotovo svim redakcijama rade u nezavidnim uvjetima, smatraju da je potrebno neprekidno težiti boljem, i zbog očuvanja kredibiliteta profesije, a naročito zbog kvalitetne informiranosti javnosti. Međutim, ističu da veliki problem predstavlja nedostatna nezavisnost novinarstva, te postavljaju pitanje da li je profesionalno izvještavanje i informiranje javnosti poželjno za sve vlasnike medijskih kuća i one koji im nameću dnevne agende. U novinarstvo se ne ulaže dovoljno, zajednički je stav novinara i urednika. Izvještavanje gubi na kvaliteti i zbog konstantne borbe između savremenog digitaliziranog i tradicionalnog novinarstva koje i dalje želi sadržati kontrolu i medijski monopol umjesto iznalaženja načina za pomirenje različitosti postojećih koncepata - iskorištavajući mogućnosti digitalizacije i njoj shodne radoznalosti koju izaziva.

Kao jedan od razloga za sve veću prisutnost lažnih informacija i uspon *clickbait* novinarstva, učesnici radionice naveli su zakonski nereguliranu transparentnost medijskog vlasništva te nedovoljno informacijski i medijski pismenih korisnika društvenih mreža i drugih online platformi. Ipak, potrebno je posmatrati potencijalno pozitivne aspekte online novinarstva, jer omogućava brz i direktan pristup komentarima recipijentata.

Promjena kanala protoka i načina dolaska do informacija uvjetovala je i transformaciju razumijevanja informacija i nauke koja više nije *zarobljena* na printanim stranicama, učenje se sve češće odvija putem internet servisa poput YouTube-a, dok materijali sve češće postoje samo u digitalnom formatu. Konstatirajući kako je u doba pandemije COVID-19 posebno značajno razumijevanje transformativnog aspekta obrazovanja, naglašena je bitna uloga novinara/medija za prenos nastave, te način na koji je uloga javnih televizija došla do izražaja kao mogućnost vraćanja povjerenja u medije.

Posebno se diskutiralo o potencijalu za promjenu profesionalnog pristupa, te mogućnosti osvještavanja uredništva u redakcijama o nužnosti promjene pristupa izvještavanju kako bi se u vanrednim situacijama poput pandemije virusa COVID-19 pronašli načini za pozitivno i umirujuće djelovanje, a ne raspirivanje straha i širenje panike. Pozitivno pripovijedanje se nameće kao nužnost jer istraživanja pokazuju da veliki broj korisnika medijskih sadržaja zapravo izbjegava vijesti (48% u 2017. godini) zato što su previše negativne i loše utječu na njihovo raspoloženje. Fokusrajući se posebno na izvještavanje za vrijeme pandemije

virusa COVID-19, istaknuta je potreba za održavanjem (online) kolegija prilikom kojih bi se utvrdila unificiranost profesionalnog odnosa zajednice novinara spram informiranja građana o vanrednom stanju. Ipak, zbog nepostojanja vremena za provjeru informacija, uspoređivanje pronađenih podataka prije objave ili traženja savjeta iz pojedine struke, novinari se samostalno odlučuju na dijeljenje šturih informacija, pritom najčešće zanimajući vlastitu odgovornost prema javnosti kojoj plasiraju informacije.

Značajan pristup i mogući „spas“ novinarske profesije o kojem se diskutiralo je novinarstvo usmjereno na rješenja, koje podrazumijeva rigorozno i na dokazima utemeljeno izvještavanje o odgovorima na socijalne probleme. Novinarstvo usmjereno na rješenja (engl. *solution journalism*) je zapravo izvještavanje o nečemu što se događa i učincima koje proizvodi, ali pokazujući modele koji pomažu u rješavanju problema a ne samo teorije o mogućnostima ili dobrim namjerama. Takvo izvještavanje i pristup zapravo uravnotežuje medijsku sliku svijeta, to jeste pokazuje „svjetlo na kraju tunela“ i uključuje građane u javna pitanja.

Jedan od zaključaka radionice bio je da bi trenutna nespремnost bosansko-hercegovačkog društva i medijskih kompanija da odgovore na potrebe informiranja o svakodnevnim, ali i specifičnim pojavama i dešavanjima, mogla biti prevladana masovnim, iscrpnim i sistemskim radionicama medijske i informacijske pismenosti koje bi polučile napredak u profesionalizmu novinara, osnaživanju građana, te demokratizaciji društva.

Nakon održane radionice, učesnici su pristupili evaluaciji događaja, gdje su ocjenjivali sadržaj, organizaciju i metodologiju radionice. Nadalje, kroz anketni upitnik se želio dobiti uvid u kompetencije/elemente medijske i informacijske pismenosti za koje novinari i urednici smatraju da im je potrebno dodatno usavršavanje. Najveći broj ispitanika smatra da su im potrebne vještine za naprednije korištenje informacijsko-komunikacijskih tehnologija za obradu informacija, potom vještine prikazivanja (uključujući informacijsko-komunikacijske tehnologije) potrebne za kreiranje korisničkih sadržaja. Također, novinari su istakli da su im potrebne vještine za kritičko vrednovanje medijskih sadržaja, s obzirom na predviđene funkcije medija, kao i vještine korištenja medija za demokratsko učešće kako bi uspješno promovirali važnost razvoja demokratskog društva.

Saglasni su da se svi, a posebno tradicionalni mediji (novine, radio, televizija), trebaju uključiti u novi način komunikacije, proizvodnje i distribucije sadržaja. To se naročito značajnim pokazalo usljed prisilne digitalizacije kojoj smo bili izloženi pojavom pandemije COVID-19, gdje su se gotovo sve naše dnevne obaveze preselile u digitalno okruženje. Tako su i novinari svoj rad prilagodili digitalnim uvjetima, press konferencije su se sve rjeđe održavale u fizičkom prostoru, a izjave sagovornika mogli su dobiti samo putem video poziva na nekoj od online platformi. Bez obzira na nužnost prilagodbe digitalnom okruženju u radu novinara, učesnici radionice su istakli da još postoji veliki otpor kod nekih profesionalaca koji ne žele odstupiti od svojih dosadašnjih navika, te odbijaju sve što nosi „novo doba”.

Kroz anketni upitnik novinari i urednici su istakli važnost medijske i informacijske pismenosti, jer je ona jedna od ključnih kompetencija, kako za kvalitetniju informiranost javnosti, tako i za očuvanje kredibiliteta novinarske profesije.

## Literatura

Keen, A. (2017). *Internet nije odgovor*. Zagreb: Naklada Ljevak.

Newman N., Fletcher R, Kalogeropoulos A., Levy D.A., Kleis Nielsen R. (2017). *Reuters Institute Digital News Report 2017*. Pristupljeno 07. 04. 2021. sa [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf)

Newman N., Fletcher R., Schulz A., Andi S., Kleis Nielsen R. (2020). *Reuters Institute Digital News Report 2020*. Pristupljeno 07. 04. 2021. sa [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf)

Cvjetičanin T., Zulejhić E., Brkan D., Livančić-Milić B. (2019). *Dezinformacije u online sferi: slučaj BiH*. Sarajevo: UG Zašto ne. Pristupljeno 07. 04. 2021. sa [https://zastone.ba/app/uploads/2019/05/Dezinformacije\\_u\\_online\\_sferi\\_Slucaj%20BiH\\_BHS.pdf](https://zastone.ba/app/uploads/2019/05/Dezinformacije_u_online_sferi_Slucaj%20BiH_BHS.pdf)

Solution Journalism Network LearningLab, Pristupljeno 07. 04. 2021. sa <https://learninglab.solutionsjournalism.org/bs/courses/basic-toolkit/introduction/welcome>

Solutions Story Tracker. (n.d.). Pristupljeno 07. 04. 2021. sa <https://storytracker.solutionsjournalism.org/>

### 3.2. Uloga novinara u promociji medijske i informacijske pismenosti

Vuk Vučetić<sup>23</sup>

Ljudi imaju ontološku potrebu za (kvalitetnim) informacijama. Od praistorije do danas kvalitetne informacije su bile na cijeni. Bogdanić (2016) objašnjava da se potreba za informacijama, ali i potreba za komuniciranjem zapravo manifestuje na dva načina. Prvi se ogleda u potrebi za smanjenjem neizvjesnosti, straha i napetosti koje proizilazi iz neznanja o okolini, stvarnosti u kojoj se čovjek nalazi. Informacija o tome gdje je bezbjedno sklonište, odakle prijeti opasnost, ili gdje je izvor hrane čovjeku iz praistorije je rješavala egzistencijalna pitanja. Dakle, pravovremene i tačne informacije su oduvijek pomagale čovjeku da donosi ispravne odluke. Druga važna funkcija informacija jeste stvaranje i održavanje osjećaja pripadnosti. U tom smislu, komuniciranje i razmjena informacija ima ritualni karakter, dodatno učvršćuje veze u društvu i naravno kreira osjećaj stabilnosti i komocije. Tehnologija se razvijala, ali potreba za kvalitetnim informacijama je uvijek bila prisutna. Drugim riječima, novinarstvo predstavlja institucionalizaciju i profesionalizaciju ljudske potrebe za kvalitetnim informacijama.

Uloga informativnih medija je značajna u demokratskim društvima. Značaj profesionalnih informativnih medija se prije svega tiče plasiranja tačnih i provjerljivih informacija. Takođe, važno je da obavljaju funkciju monitoring i kontrole političkih aktera i vlasti, kao i da postavljaju teme od društvenog značaja na dnevni red, te da otvore prostor za javnu diskusiju o problemima sa kojima se društvo suočava. Svakako da je važna i orijentaciona funkcija, odnosno fer i pošteno pojašnjavanje događaja bez navijačkog pristupa, kako bi javnost mogla na osnovu toga da donosi promišljenje i kvalitetne (političke) odluke. Prema tome, profesionalni i odgovorni mediji i novinari su po svojoj prirodi u službi razvoja medijske i informacione pismenosti.

U konačnom, sve uloge se mogu svesti na tri osnovna principa rada profesionalnih novinara koja su prepoznali Chapman i Nuttall (2011):

---

<sup>23</sup> Docent na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Istočnom Sarajevu.

1. Predstavljanje različitih pogleda o stvarima koje uključuju politička pitanja i njihove interpretacije;
2. Čuvar javnog interesa kao čuvar od političkih zvaničnika koji mogu zastupati svoj interes koji je protivan demokratskom principu zastupanja građana;
3. Sposobnost razotkrivanja neistina i zaštita od zloupotrebe moći, jer novinari u najmanju ruku trebaju biti nezavisni od pritiska (str. 29).

Novinarski posao se pod naletom tehnologije izmijenio. Informacije i drugi medijski sadržaji postali su dostupniji nego ikada, a protok informacija se drastično ubrzao. Sve je postalo dostupno „sada i ovdje“, zbog čega je svijet postao „globalno selo“. U velikoj brzini razmjene i protoka sadržaja kvalitet informacija, ali i vijek njihovog trajanja je smanjen. Zbog toga medijskom scenom vladaju instant, tabloidni „McNews“ sadržaji koji kontaminiraju javnu sferu i stvaraju privid informisanosti. Tehnološki razvoj je otvorio nove (online) prostore, ali i forme zarade, što opet posljedično dovodi do stvaranja novih, naprednijih komunikacijskih tehnologija i platformi. Nove tehnologije su doprinijele razvoju dva koncepta novinarstva „data novinarstva“ i „građanskog novinarstva“.

*Data novinarstvo* ili podatkovno novinarstvo omogućuje novinarima da kreiraju priče iz svoje kancelarije bez da izlaze na teren. Naime, na internetu postoje velike baze različitih podataka koje koriste novinarima da istražuju, stvaraju i objavljuju sadržaje iz različitih sfera (istorija, politika, kultura, sport).<sup>24</sup> U tom smislu Bellingcat<sup>25</sup> je jedna od najpoznatijih medijskih organizacija koja isključivo uz pomoć informacija koje su dostupne na mreži (open source) nastoje istražiti različite društveno političke teme. Bellingcat je zaslužan za istraživačku priču o uzrocima pada aviona na letu Malaysian Airlines 17 (2014) na kojem je poginulo svih 283 putnika i 15 članova posade. Istraživanje koje je u potpunosti bilo zasnovano na podacima koji su bili dostupni na internetu otkrilo je da su ruske snage odgovorne za obaranje aviona. U 2018. godini snimljen je dokumentarni film o Bellingcatu „Bellingcat: Truth in a Post-Truth World“ i istraživačkim pričama koje su objavili.

---

<sup>24</sup> Više o data novinarstvu u Berger i Novaković, 2015.

<sup>25</sup> Više na Bellingcat 2021.

Sa druge strane, koncept građanskog novinarstva se odnosi na sve veću ulogu građana kao svojevrsnih medija koji uz pomoć tehnologije mogu da ravnopravno sa tradicionalnim masovnim medijima učestvuju u kreiranju i distribuciji sadržaja. Građansko novinarstvo u praksi je pokazalo svoje pozitivne, ali i negativne strane. Pozitivno je što obični građani sada imaju kanale putem kojih mogu plasirati različite sadržaje i eventualno skrenuti pažnju šire javnosti na neke društvene probleme, ali sa druge strane, često se ove slobode zloupotrebljavaju pa se sajber prostor koristi kako bi se širila panika, govor mržnje, propaganda, teorije zavjere, fakenews i sl. Takođe, u medijskom (onlajn) prostoru je sve veći talas zabavizacije i tabloidizacije sadržaja koji se mogu prepoznati u formi klikbejta. Inače, struktura klikbejta je jednostavna: bombastični naslovi koji uglavnom ne odgovaraju sadržaju na koji upućuju. Ovakvi naslovi služe samo kao mamac za veći broj klikova (Helać, Hasečić i Senkić, 2019). Poplava klikbejta je ono što svakako utiče na standarde novinarske profesije. Naime, nerijetko se i profesionalni mediji uključuju u utakmicu za veći broj lajkova, folovera i šerova pa svoje sadržaje pakuju u popularne infotajment i klikbejt forme koje im donose veću čitavnost.

Različite promjene koje su uglavnom uslovljene razvojem tehnologije, uticale su na izmjenu koncepta ozbiljnog informativnog novinarstva. Naime, novinari su sada u situaciji da se takmiče sa izazovima fake novinarstva odnosno njihov zadatak više nije da proizvode nove sadržaje i vrše selekciju kreirajući dnevni red već da kontrolišu one sadržaje koji su već dostupni na mreži. U tom smislu više se ne govori o novinarima kao kontrolorima kapija (*gatekeeping*) već o ulozi nadgledanja kapija (*gatewatching*) (Bruns prema Hjarvard, 2013, str. 60). Drugim riječima, u kontekstu *gatewatching*-a zadatak novinara je da na neki način verifikuju one sadržaje koji su već objavljeni na nekoj od novih informacijskih platformi, kako bi se zadovoljile osnovne potrebe publike za tačnom i provjerenom informacijom. Zbog toga sve više redakcija uvodi *fact checking* timove koji imaju zadatak da kontrolišu i verifikuju sadržaje koji su objavljeni. U tom smislu, postoji i veliki broj različitih fact cheking sajtova koji imaju upravo ovaj zadatak, a među najvećim i najznačajnijim na svijetu je svakako Snopes<sup>26</sup>.

---

<sup>26</sup> Vidi više: Snopes, 2021.



Mediji treba da promovišu vrijednosti medijske i informacione pismenosti (MIP) kako bi izgradile kredibilitet odnosno osnažile odnos povjerenja i lojalnosti sa publikom. Integrišući osnovne principe i vrijednosti MIP-a u svoju novinarsku praksu, mediji prije svega grade imidž pouzdanog izvora informacija, odnosno institucije koja radi za opštu korist društva, što svakako može doprinijeti većoj čitanosti i gledanosti.

Medijski i informaciono pismena publika može da pomogne u kreiranju profesionalnih medija, jer će od medija tražiti provjerene informacije i kvalitetne sadržaje. U tom kontekstu, medijska i informaciona pismenost se u ovom slučaju pojavljuje kao generator kvalitetnijih sadržaja ali i aktivne publike. S tim u vezi, promovisanje MIP je vitalni element demokratske dužnosti medija, jer se na taj način jača demokratski kapacitet društva. Metode rada profesionalnih i odgovornih medija i novinara su u potpunosti u skladu sa nekim od osnovnih principa medijske i informacione pismenosti. Zadatak novinara jeste da tragaju za kvalitetnim temama i sadržajima i zatim provjeravaju vjerodostojnost sadržaja koje objavljuju te, takođe, da svoje priče nastoje potvrditi iz više relevantnih izvora. I konačno, da imaju znanja da kreiraju i upakuju sadržaj, odnosno prevedu ga na jezik koji je razumljiv širokoj publici. U tom smislu, metode koje koriste profesionalni mediji mogu poslužiti i građanima kao svojevrsni obrazac za pristup i analizu sadržaja. Naime, građani treba da se vode novinarskim principom „5W”, koji može da bude sjajan vodič za sticanje osnovnih vještina MIP-a. Ukoliko sadržaji koje se konzumiraju ne nude odgovore na pitanja ko?, šta?, gdje?, kada?, zašto?, onda građani mogu da posumnjaju u kvalitet takvog sadržaja.

Profesionalni i odgovorni mediji otvaraju prostor za javnu raspravu o temama koje su značajne za društvo, čime se dodatno podstiče javna diskusija i participacija. Promocijom medijske i informacione pismenosti mediji zapravo podstiču publiku da bude kreativna, ali i da prepozna i cijeni razliku između kvalitetnih i „trash” sadržaja. Medijski pismena publika takođe mora biti u stanju da prepozna značaj i ulogu alternativnih medija i medijskih sadržaja, te da ne bude pasivni konzument dominirajućeg turbo mainstreama, bilo političkog bilo kulturnog.

Neki od primjera koji ukazuju na to kako sami novinari mogu konkretno pomoći u cilju promocije značaja medijske i informacione pismenosti su opisani u okviru publikacije „Media and Information Literacy in Journalism: A Handbook for

Journalists and Journalism educators“ (2019). U nastavku ćemo samo navesti neke od njih.

U Češkoj je medijsko obrazovanje već dio školskog programa a mnogi novinari iz medija objašnjavaju učenicima proces stvaranja vijesti i ukazuju na potencijalne probleme manipulacije. New York Times je razvio posebnu rubriku za provjeru činjenica (fact check). NYT ne samo da provjerava činjenice izjave javnih ličnosti, već i podstiče čitaoce da sadržaje koje konzumiraju treba da podvrgnu procesu verifikacije, odnosno nastoje objasniti publici da je medijska stvarnost zapravo reprezentacija stvarnosti a ne stvarna stvarnost. Zatim, inicijativa Global Girl Media<sup>27</sup> koja za cilj ima podučavanje vještinama produkcije medijskih sadržaja, proširila se u različite zemlje (Sjedinjene Države, Južnu Afriku, Veliku Britaniju i sl). Ovaj projekat okuplja mlade djevojke od 16 do 25 godina i omogućava im da savladaju video produkciju, montažu, pisanje i novinarske vještine kako bi proizvele kvalitetan sadržaj.

Tokom 2018. godine tim novinara Al Jazeera televizijskog kanala je održao niz praktičnih radionica za tinejdžere iz jordanskog izbjegličkog kampa Za'atari, kako bi ih naučili da proizvode panoramne (360 °) video materijale. Kao rezultat nastali su filmovi „7 Stories for 7 Years”, u kojima su ispričane priče sedam različitih tinejdžera. (Scott n.d.) Guardian je, takođe, 2018. godine na svom zvaničnom instagram nalogu predstavio novu rubriku „Fake or For Real“ (Stefanou, 2017) u okviru „instagram stories“. Naime, novinarka obrađuje neke od lažnih vijesti koje su se pojavile te sedmice i poziva publiku da izaberu jedno od dva rješenja (fake ili real). U posljednjoj objavi na storiju se otkriva da li je određena vijest lažna ili istinita. Ovaj sadržaj otprilike pregleda oko 50 000 ljudi, što dovoljno govori o tome da ne moraju uvijek najgledaniji sadržaji biti oni koji nisu kvalitetni i poučni.

Komunikacione platforme WhatsApp i Viber sve više postaju sastavni dio novinarskog posla. Zanimljiv primjer je da su 24 medijske kuće iz Brazila u okviru projekta „Comprova” pokrenule besplatni „WhatsApp tip“ servis, koji je omogućavao građanima da šalju novinarima upite kako bi provjerili da li je određena (politička) informacija sa kojom raspolažu vjerodostojna ili ne. Ovo se ispostavilo

---

<sup>27</sup> Vidi više: Global Girl Media, 2021.

kao *korisna stvar*, s obzirom na to da je bilo čak i do 2000 upita na dan (Vučetić, 2019).

BBC je pokrenuo jednu zanimljivu igricu koja se bavi dezinformacijama. „BBC iReporter”<sup>28</sup> je pokrenuta 2018. godine. Cilj je da kod mladih razvije sposobnost prepoznavanja dezinformacija. Igrica je zamišljena kao svojevrsna simulacija pri čemu igrači oponašaju ulogu BBC reportera, koji ima zadatak da odluči kojim objavama sa društvenih mreža, političkim tvrdnjama i fotografijama da vjeruje, a tu su i savjeti kako prepoznati lažne sadržaje. Francuska televizija<sup>29</sup> svakog dana u okviru rubrike „Jedan dan jedno pitanje“ odgovara na dječja pitanja u vezi sa vijestima. Objašnjenje je po pravilu uvijek upakovano u zabavni, šaljivi celofan, koji je lako shvatiti. Cilj je da se pomogne djeci da lakše izgrade vlastite stavove i mišljenja o stvarnosti koja ih okružuje.

Jedan od projekata na Kickstarteru<sup>30</sup> čiji je cilj svojevrsna promjena paradigme savremenog novinarstva se zove „Kornjača mediji“ (Spori mediji), a tiče se kreiranja specifične vrste redakcije koja će biti bazirana na kreiranju i plasiranju „sporih i promišljenih vijesti”. Logika je sadržana u tome da bi se svijet, u kojem se sve odvija brzo, uopšte shvatio, potrebno je usporiti, pa je stoga njihov moto „Uspori. Promisli. Mi ne radimo vijesti, već ono što pokreće vijesti. Ne izvještavamo o događajima dok traju, već kad ih shvatimo” (*Slow down. Wise up. We don't do breaking news, but what's driving the news. Not the news as it happens, but when it's ready*). (Vučetić, 2019)

Za kraj možemo reći da će kvalitetno novinarstvo i kvalitetne provjerene informacije jednostavno uvijek biti na cijeni. Čak i danas, u eri tzv. „slobodnog interneta“ i sveopšte dostupnosti, postoji ne tako mali broj ljudi i institucija koji izdvajaju novac i pretplaćuju se na izdanja kvalitetnih magazina i novina koje im mogu obezbijediti provjerene i vjerodostojne sadržaje, a koje opet doprinose kvalitetnijem donošenju odluka i demokratskoj participaciji.

---

<sup>28</sup> Vidi više: BBC 2020.

<sup>29</sup> Vidi više: France TV, 2021.

<sup>30</sup> Vidi više: Kickstarter, 2021.

## Literatura

- Berger P., Novaković A. (2015). *Novinarstvo zasnovano na podacima: Saveti, trikovi, tutorijali*. Pristupljeno 07. 04. 2021. sa <http://birnsrbija.rs/wp-content/uploads/2015/09/Data-journalism-Manual.pdf>.
- Bogdanić, A. (2016). *Razmatranje novinarskog diskursa i teorija medija: Uvod u teoriju novinarosti*. Komunikološki koledž.
- Chapman, J, Nuttall, N. (2011). *Journalism Today: A Themed History*, Vest Sussex, United Kingdom, Wiley – Blackewll.
- Helać, Dž., Hasečić N., Senkić E. (2019). *Clickbait: mamac za medije ili za publiku*. Pristupljeno 07. 04. 2021. sa <https://www.media.ba/bs/mediametar/clickbait-mamac-za-medije-ili-za-publiku>
- Muratova N., Grizzle A., Mirzakhmedova D. (2019). *Media and Information Literacy in Journalism: A Handbook for Journalists and Journalism educators*. Pristupljeno 07. 04. 2021. sa [https://ru.unesco.org/sites/default/files/english\\_24.01.2019\\_0.pdf](https://ru.unesco.org/sites/default/files/english_24.01.2019_0.pdf)
- n.d. (2018, novembar 19.). *Tortoise. Open journalism - a different kind of newsroom*. Kickstarter. Pristupljeno: April 14. 2021. <https://www.kickstarter.com/projects/tortoisemedia/tortoise-open-journalism-a-different-kind-of-news>
- n.d. (2020). *BBC iReporter: Get Ready to Make the Headlines! BBC*. Pristupljeno: april 14. 2021. <https://www.bbc.co.uk/news/resources/idx-8760dd58-84f9-4c98-ade2-590562670096>.
- n.d. (2021). *Bellingcat*. Pristupljeno: april 14. 2021. <https://www.bellingcat.com/>
- n.d. (2021). *France TV*. Pristupljeno: april 14. 2021. <https://www.france.tv/france-4/un-jour-une-question/toutes-les-videos/>
- n.d. (2021). *Global Girl Media*. Pristupljeno: april 14. 2021. <https://globalgirlmedia.org/>
- n.d. (2021). *Snopes*. Pristupljeno: april 14. 2021. <https://www.snopes.com/>
- Scott, C. (2018, april 3.). *7 stories for 7 years: Al Jazeera ran virtual reality workshops in Jordan's Za'atari refugee camp*. Pristupljeno: april 14. 2021. <https://www.journalism.co.uk/video/telling-their-own-stories-al-jazeera-s-virtual-reality-workshops-in-jordan/s400/a719878/?platform=hootsuite>.
- Stefanou, E. (2017, decembar 6.). *The Guardian on Instagram*. The Guardian. Pristupljeno: april 14. 2021.

<https://www.theguardian.com/technology/2017/dec/06/the-guardian-on-instagram>.

Vučetić, V. (2019, april 4.). *Novinarstvo u eri interneta: Kako usporiti, promisliti i shvatiti*. Analiziraj. ba. Pristupljeno 07. 04. 2021. sa <https://analiziraj.ba/2019/04/04/novinarstvo-u-eri-interneta-kako-usporiti-promisliti-i-shvatiti/>

### 3.3. Algoritamske kapije i digitalni mediji<sup>31</sup>

Mario Hibert<sup>32</sup>

Sintagma „umjetna inteligencija”, najkraće rečeno, sažima iskustva ljudskih nastojanja da razvijaju mašine koje su u stanju imitirati inteligenciju čovjeka odnosno misliti.<sup>33</sup> Pojmom umjetna inteligencija<sup>34</sup> dakle predstavljamo razvoj računalnih sistema koji imaju za cilj iznalaženje rješenja za doseganje esencije ljudske subjektivnosti (slobodne volje), no mnogo je bitnije primijetiti kako je Turingovo ubjeđenje da se svaki mentalni proces može mašinski modelirati/imitirati (odnosno da je gotovo sve ljudsko replikabilno od strane mašina) danas stvorilo prisustvo mnoštva različitih (računalnih) tehnologija, koje mogu biti inkorporirane u gotovo svaki (digitalni) prostor (virtualni asistenti, mašine za pretraživanje, mašinsko prevođenje, sistemi za prepoznavanje lica i glasa, itd.). Drugim riječima, stvoreno je okruženje u kojem svakodnevno iskustvo postojanja<sup>35</sup> biva oblikovano prisustvom umjetne inteligencije (od pametnih telefona do različitih umreženih aplikacija).

Algoritmi su gradivni organizacijski elementi umjetne inteligencije i mašinskog učenja. Svaki rutiniziran niz koraka koji omogućava izvršenje određenog zadatka (npr. buđenje, tuširanje, pranje zuba, doručak, itd.) mogli bismo nazvati algo-

---

<sup>31</sup> Ovaj tekst je inicijalna, skraćena verzija sadržaja pripremljena za ovu publikaciju, a koji je u svom punom obliku dostupan u: Vajzović, E., Hibert, M., Turčilo, L., Vučetić, V., Silajdžić, L. (2021). Medijska i informacijska pismenost: dizajn učenja za digitalno doba. Fakultet političkih nauka Sarajevo - Modul 9) Podaci, algoritmi i umjetna inteligencija: pismenost za 21. vijek.

<sup>32</sup> Vanredni profesor na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu.

<sup>33</sup> Današnji ideološki status „inteligentnih mašina“, izveden je iz čuvenog pitanja engleskog matematičara A. Turinga: „mogu li mašine misliti? Ovaj računalni znanstvenik je 1950. godine razvio test (Turingov test) kao osnovu za definiranje „inteligentne” mašine: mašina uspješno prolazi na Turingovom testu ukoliko čovjek u interakciji sa mašinom ne može odlučiti da li razgovara sa ljudskim bićem ili mašinom.

<sup>34</sup> „Pojam „umjetna inteligencija” izaziva brojne kontroverze upravo i zbog toga što riječ „inteligencija” upotrebljavamo na različite načine, no ovdje se misli na tehnologiju koja ne samo da može izvršavati kompleksne zadatke koje možemo smatrati inteligentnim, već također i autonomno operirati izvan okvira programiranog. Kako tvrdi M. Pasquinelli, „to što ljudi nazivaju „AI” je zapravo dugi historijski proces kristalizacije kolektivnog ponašanja, personalnih podataka i individualnog rada u privatizirane algoritme korištene za automatizaciju kompleksnih zadataka: od vožnje do prevođenja, od prepoznavanja objekata do komponiranja muzike. Isto koliko su mašine industrijskog doba izrasle iz eksperimentiranja, znanja kako i rada stručnih radnika, inženjera i zanatlija, statistički modeli umjetne inteligencije su izrasli iz podataka proizvedenih kolektivnom inteligencijom (Paquinelli, 2019).

<sup>35</sup> Nimalo slučajno npr. Google AI asistenti nam se s razlogom nastoje obraćati poput živih ljudi kako ne bismo razaznali da li razgovaramo sa čovjekom ili mašinom.

ritmom (npr. ulaska u novi dan), obzirom da govorimo o skupu instrukcijskih koraka koje treba mehanički izvršiti kako bi se postigao željeni ishod. Međutim, kada govorimo o računalnom algoritmu onda govorimo o recentnijem tehnološkom izumu primjene apstraktnih matematičkih principa<sup>36</sup>. Koje i kakve algoritme će mašina koristiti ovisi o ljudskom faktoru odnosno odlukama kojima se definiraju tj. programiraju algoritamske performanse. S druge strane, pojam mašinsko učenje označava mogućnost konstruiranja algoritama od strane računala. Računalni programi su u stanju koristiti specifične algoritme kako bi pronalazili uzorke (obrasce, modele) na osnovu velikih količina podataka, te na osnovu njih predvidjeti ono što je moguće da potom uslijedi (na osnovu pretpostavke da uzorci ostaju nepromijenjeni). Ovaj proces de facto znači mašinsko imitiranje funkcija ljudskog mozga, sposobnosti i osobenosti ljudske vrste koju zovemo inteligencijom.<sup>37</sup>

Tehnološka utopija digitalnog doba zasnovana je na intenzivnom prisustvu algoritama u društvenom prostoru Mreže. Ljudi i mašine su danas gotovo u neprekidnoj interakciji, a činjenica da neprestano ostavljamo tzv. digitalni otisak u prostoru Mreže, gotovo da je postala opće mjesto na koje se više i ne obaziremo premda algoritamsko prikupljanje metapodataka<sup>38</sup> predstavlja osnovni biznis model 21. vijeka koji je od tehno-korporativnih platformi napravio do sada nezapamćene monopole. Naime, kako se u pozadini svakog našeg iskustva interakcije sa inteligentnim dizajnom sučelja (interface) nalaze algoritmi, ove neprozirne kapije selekcije i organizacije podataka uglavnom doživljavamo kao neutra-

---

<sup>36</sup> U matematici i računalnim znanostima, pojam „algoritam” označava jednoznačnu i nedvosmisleni proceduru rješavanja date klase problema. Pojam algoritam se najčešće posmatra kroz sintagmu „automatizirani algoritam” što označava procedure procesa automatiziranog odlučivanja koje se obično izvršavaju digitalnim računarima. Pojam algoritam se nerijetko koristi kao „kratica” koja se odnosi na softver koji ovu proceduru implementira, iz čega proističe sinonim za računalno donošenje odluka. Ključni aspekt algoritama je dakle da mogu biti automatizirani odnosno sistematizirano izvršavani u mnogo većoj brzini nego je to u stanju uraditi čovjek (Whittlestoneetal., 2019).

<sup>37</sup> Ne treba svakako zaboraviti povijesnu činjenicu o drevnoj ljudskoj želji da se predviđa ono što bi se moglo desiti u budućnosti.

<sup>38</sup> Metapodaci ili podaci o podacima (informacije o informacijama) su strukturirane informacije koje opisuju, objašnjavaju, lociraju ili na drugi način čine lakšim pronalaženje, korištenje ili upravljanje nekim izvorom informacija. Razlikujemo metapodatke kao informacije razumljive mašinama (mašinski čitljiv zapis) ili zapise koji opisuju elektronske izvore. Metapodaci koje ostavljamo korištenjem Interneta se ne odnose na sam sadržaj komunikacije, već informacije o strukturalnim elementima komunikacije (npr. naslove maila, ime primatelja, vrijeme slanja, geolokacija odakle je poslata poruka i sl.). Stvarnu vrijednost metapodataka najbolje poznaju gigantske tehnološke korporacije kao što su Google, Apple, Facebook i slične, koje svoje poslovanje zasnivaju na obradi ‘podataka o podacima’ dok većinu svojih najvažnijih usluga pružaju bez novčane naknade.

lne, nužne i korisne instrumente filtriranja informacija bez kojih bi iskustvo korištenja Interneta bilo krajnje naporno i nezgodno. Međutim, ovi filteri odabira onoga što vidimo na zaslonu svojih računala su *de facto* „algoritamske kapije” koje direktno proizvode samo iskustvo pregledavanja i korištenja informacija. Na osnovu digitalnog otiska (historije pretraživanja u kojima se ključne riječi naših želja i interesa, sadržaja koje čitamo, dijelimo, objavljujemo, komentiramo, onoga što kupujemo, favorizujemo, podržavamo, želimo, kritikujemo, itd.), tj. prikupljenih ličnih podataka koje ostavljamo utisnutim na „operativne sisteme naših života” (Vaidhyanathan, 2018), zapravo se inkorporiraju sami snovi o „samomislećim mašinama” koje zapravo nisu ništa drugo do algoritamski izvedeni statistički modeli kreirani na osnovu skupova velikih podataka (big data) privatiziranih za potrebe mašinskog učenja. Drugačije govoreći, procese automatiziranog odlučivanja na osnovu algoritamske ekstrakcije, prepoznavanja i generiranja modela na osnovu metapodataka stoga možemo nazvati tehnikom kompresije svijeta u statistički model (Joler i Pasquinelli, 2020). Krajnja svrha upotrebe algoritama nipošto nije isključivo filtrirano prikazivanje sadržaja, niti navigiranje oglasa koji su u bliskoj vezi sa našim pretragama, već automatizirano oblikovanje procesa statističkog modeliranja iskustva interakcije. Stoga možemo reći kako je umjetna inteligencija ogromna imitacijska mašina kolektivne inteligencije koja *de facto* uspostavlja „novi režim istine, znanstvenog dokaza, društvene normativnosti i racionalnosti” (Joler i Pasquinelli, 2020). Naime, u umreženim, algoritamskim fabrikama<sup>39</sup> odvija se neprestana ekstrakcija (korisničkih) podataka proistekla iz kulturalnih učinaka tzv. digitalnog stanja<sup>40</sup>. Realitet današnjeg kontinuiranog prikupljanja i procesuiranja informacija, koje nose otiske naših navika i naklonosti, još prije dvadeset godina je opisan kao strukturalna logika kulturalne ekonomije kasnog kapitalizma (Terranova, 2000). Algoritmi, naime, upravljaju interpasivnom iluzijom slobodne (besplatne) komunikacije koncentrišući moć vlasnika tehno-korporativnih giganata u autonomne geopolitičke monopole čija je radna snaga neprekidni živi kapital umreženih gra-

<sup>39</sup> (Vidi: Joler i Petrovski, 2016).

<sup>40</sup> Novi kulturni pejzaž ili digitalno stanje, kako ga opisuje Felix Stalder, obilježavaju tri forme preko kojih operira kulturna praksa današnjice: a. *referencijalnost* u proizvodnji značenja i konstituiranju sopstva (upotreba postojećih kulturalnih resursa za vlastitu produkciju, njihovo rearanžiranje odnosno remiksovanje, pomjeranjem i semantičkim otvaranjem referentnosti); b. *zajedništvo* u stabiliziranju značenja kroz zajednički dijeljen referentni okvir (pri čemu dinamika Mreže rekonfigurira pojmove autonomije i prisile) i c. *algoritmičnost* odnosno automatiziranost pri procesu odlučivanja koja proističe na osnovu ekstrakcije informacija iz obilja podataka koje proizvode mašine.



đana (*netizens*)<sup>41</sup>. Čovjek ne samo da je reduciran na mrežni čvor ekonomske transakcije pod kontrolom komunikacijskih vektora, već se činjenica da odavno obitavamo u svijetu koji više ne dijelimo samo sa drugim živim bićima nego umreženim uređajima (IoT – Internet stvari<sup>42</sup>) koje prate i bilježe sve naše disfunkcionalnosti, kolapse i lomove<sup>43</sup>) može smatrati ključnim ishodištem pitanja „šta prirodne i umjetne stvari jesu onda kada postanu inteligentne?“ (Capurro, 2019) kao jednim od ključnih izazova informacijske etike 21. vijeka.

Dinamizam digitalnog postojanja je zamaglio granice privatnog i javnog, istinitog i lažnog, demokratskog i autoritarnog. Cijena novostečene slobode govora (proizvodnje i distribucije glasa na Mreži) nije ispostavljena tek kroz račun gubitka povjerenja u informacije i medije već se u samom preoblikovanju komunikacijske situacije (mrežne participacije) treba tražiti odgovor za razumijevanje digitalne transformacije. Umreženi građani kao proizvod inteligentnog dizajna tehnološkog okruženja odnosno prozumeri<sup>44</sup>, naime, nikako ne mogu utjecati na društvenu teksturu digitalnog stanja. Drugim riječima, interaktivnost (korisnička participacija) se pojavljuje kao produkt<sup>45</sup> društvenog spektakla kojim upravljaju netransparentne algoritamske mašine koje nije moguće niti izravno vidjeti, niti

---

<sup>41</sup> Besplatan, digitalni rad korisnika platformi uspostavlja novu vrstu vladajuće klase koja ne prisvaja kvantitet viška vrijednosti već eksploatira informacijsku asimetriju. Dominantna vladajuća klasa ne održava više svoj poredak kroz vlasništvo nad sredstvima za proizvodnju (kao kapitalisti) već vlasništvom i kontrolom informacija (informacijskih vektora) kao vektoralisti (Wark, 2019).

<sup>42</sup> Internet stvari (IoT - Internet of Things) definira mrežu međupovezanih objekata koji prikupljaju i razmjenjuju podatke korištenjem ugrađenih senzora. S obzirom na veliku količinu podataka koje povezani uređaji generiraju, mogućnosti primjena IoT aplikacija su raznolike i široke te se prožimaju gotovo na sva područja ljudskog djelovanja. Prema službenoj definiciji, IoT je „dinamična globalna mrežna infrastruktura sa mogućnostima samokonfiguriranja temeljenim na standardnim i interoperabilnim komunikacijskim protokolima u kojima fizičke i virtualne 'stvari' imaju identitete, fizičke atribute i virtualne ličnosti i koriste inteligentne interfejsne i neprimjetno su integrirane u informacijsku mrežu“. Vidjeti: [http://www.internet-of-things-research.eu/about\\_iot.htm](http://www.internet-of-things-research.eu/about_iot.htm)

<sup>43</sup> Interdisciplinarna grupa znanstvenika, sazvana od strane Europske komisije i okupljena oko tzv. Onlife inicijative, u publikaciji pod nazivom Onlife Manifesto postavlja pitanje „Šta znači biti čovjek u eri hiperkonektivnosti?“ adresirajući ga „čuvarima kapija“ (*gatekeepers*) i kreatorima politika kako bi promislili aktualne nejasnoće između analognog i digitalnog. Inicijativa je ponudila četiri nivoa konceptualnih promjena u načinu prepoznavanja izazova u promišljanju društva: a) pomućenost distinkcije između realnog i virtualnog; b) pomućenost distinkcije između ljudi, mašina i prirode; c) obrat od informacijske oskudice ka informacijskoj prezasićenosti; d) pomak sa suštine na interaktivnost (Floridi, 2015).

<sup>44</sup> Izvorno porijeklo pojma prozumer (prosumer) pronalazimo u studijama teorije potrošnje A. Toffera, koji objašnjava proizvodnju dobara i usluga za vlastitu potrošnju brisanjem granice između proizvođača i potrošača, posebice naglašavajući ekonomske efekte prozumerizma. Danas je ovaj termin ujedno i podloga za promišljanje koncepta kolaborativne ekonomije proizvodnje (sharing economy), ali i potrošnje i distribucije (digitalnih) zajedničkih dobara, kao i fenomena generiranja profita iz potrošačkog habitusa participacije u umreženom društvu.

<sup>45</sup> Ako dobijaš informacije besplatno, to najčešće znači da si proizvod!

(zakonski) regulirati. Ukratko govoreći, digitalni mediji zapravo ne postoje, postoji softver koji upravlja iskustvom komunikacije<sup>46</sup> (Manovich, 2013). Neprozirnost algoritamske mašine tako ne samo da otežava raspoznavanje (raskrinkavanje?) botnet mreža, lažnih profila, automatskih trolova, mreža uticaja, itd., već Internet kao „društvo crne kutije” (Pasqualle, 2015) postaje mjesto same intimizacije sa infrastrukturom koja neprimjetno i suptilno mijenja ljudsko ponašanje. Iako se čini da nikada kao danas nismo bili slobodniji da svoje stavove i mišljenja distribuiramo u novu javnu sferu, komunikacijska akcija<sup>47</sup> u (novoj) javnoj sferi je postala irelevantna kategorija, bitna je neprestana umrežena cirkulacija. Algoritamske mašine u rukama korporativnih tehno-giganta su našu neurotičnu potrošnju komunikacije u stanju sveobuhvatno upravljati, proizvoditi naše informacijske potrebe, predviđati naše (re)akcije, te intenzivno manipulirati našim izborima. Kapaciteti infrastrukturnog nadziranja (praćenja, posmatranja, analiziranja, identifikiranja i kontroliranja) ponašanja korisnika u realnom vremenu tako stvaraju pretpostavke bio-informacijskog<sup>48</sup> (Peters, 2012) kapitalizma nadziranja (Zuboff, 2019)<sup>49</sup>. U konačnici, obzirom da se algoritamskom amplifikacijom „nove javne sfere” urušava tradicionalni informacijsko-komunikacijski ekosistem: „društveni ugovor više ne predstavlja odnos između građana i države, već korisnika i platformi društvenih medija” (Lovink,

---

<sup>46</sup> Svako predviđanje ljudskih praksi, ponašanja i namjera pretpostavlja softver, računar kao metamedij odnosno „sučelje prema našem svijetu, drugima, našoj memoriji i našoj imaginaciji” (Manovich, 2013, str. 3). Jedan od ključnih Manovichevih argumenata je kako ne postoji „digitalni medij”, već isključivo softver primijenjen na medij ili sadržaj medija (str. 152).

<sup>47</sup> Više o „komunikacijskoj akciji”, komunikativnom djelovanju javnosti kao središtu demokratske javne sfere vidjeti u radovima J. Habermasa, posebice „Strukturalne transformacije javne sfere”.

<sup>48</sup> Peters razvija koncept „bio-informacijskog kapitalizma” kako bi artikulirao izranjajuću formu kapitalizma kao samoobnavljajućeg, u smislu da je u stanju promijeniti i obnoviti materijalnu bazu za život i kapital poput programa samog. Bio-informacijski kapitalizam primjenjuje i razvija aspekte nove biologije za informatiku kako bi kreirao nove organske forme računarstva i samoreprodukujuće memorije koje su naizmjenice postale temelj bioinformatike.

<sup>49</sup> S. Zuboff (2019) doba kapitalizma nadzora definira kao: 1. Novi ekonomski poredak koji uzima ljudsko iskustvo kao besplatni sirovi materijal za skrivene komercijalne prakse ekstrakcije, predikcije i prodaje; 2. Parazitsku ekonomsku logiku u kojoj je proizvodnja robe i usluga podređena novoj globalnoj arhitekturi modificiranja ponašanja; 3. Ušminkanu mutaciju kapitalizma označenu koncentracijom bogatstva, znanja i moći koja nije do sada zabilježena u ljudskoj povijesti; 4. Utemeljujući okvir ekonomije nadziranja; 5. Izrazitu opasnost po ljudsku prirodu u 21. vijeku na način koji je industrijski kapitalizam bio opasnost za prirodni svijet 19. i 20. vijeka; 6. Ishodište nove instrumentalne moći koja potvrđuje dominaciju nad društvom i predstavlja izazove tržišnoj demokratiji; 7. Pokret koji ima namjeru da uspostavi novi kolektivni poredak utemeljen na potpunoj izvjesnosti; 8. Eksproprijaciju kritičnih ljudskih prava, što se najbolje može razumjeti kao udar odozgo: svrgavanje ljudskog suvereniteta.

2018)<sup>50</sup>. Algoritamskom proizvodnjom društvene realnosti odnosno platformskim kapitalizmom (Srnicsek, 2017), kao centralnim autoritetom upravljanja kompleksnim komunikacijskim vektorima, na koncu se na „oltaru” informacijske žudnje, „žrtvuje” istina kao javna norma. Erozija racionalnosti (odsutnost norme za istinitost) sažeta u pojam post-istine, potvrđuje epistemičku krizu koja čovjeka izolira, a društvo polarizira (Miroshnichenko, 2020). Gubitkom kontrole nad javnošću u infosferi zaoštrena je diskrepancija između „zvaničnih” i „nezvaničnih” istina<sup>51</sup>, a populizam i polarizacija su strukturalno uključeni u tehno-društvenu simbiozu komunikacijskog kapitalizma. Stoga, istraživanja algoritamske kulture u društvenom-humanističkom polju nisu neophodna samo da bi se razumjela njihova tehnička uloga, već izravno artikulirala pitanja o mogućnostima emancipacije od racionalnosti utemeljene na centralnoj poziciji mašinski čitljivih podataka u društvenom imaginariju koji je potrebno razumjeti kao izraz kolonijalnosti moći (Ricaurte, 2019). Obzirom da se algoritamsko oblikovanje komunikacijskih procesa i mišljenja odvija se pod krinkom društvenog dobra (iako računala i njihove mreže nisu demokratizirana već centralizirana uslugama u oblaku), nesumnjivo je važno zaključiti kako nedostatak kritičke javne svijesti potpomaže pristajanje na „lažnu utjehu“ algoritamskih crnih kutija<sup>52</sup>. Upravo iz tog razloga AI opismenjavanje, između ostalog, treba shvatiti i kroz značaj razvijanja kolektivne inteligencije o „mašinskoj inteligenciji”, drugim riječima, kao istinski izazov za građansko obrazovanje<sup>53</sup> te građansko informirano i obrazovano donošenje odluka u kontekstu (budućnosti) demokratskog diskursa.

---

<sup>50</sup> „Internet je potrgan” (*Internet is broken*), kao fraza ulazi u upotrebu nakon juna 2013. godine i otkrića E. Snowdena o masovnom prikupljanju podataka o našem ponašanju i društvenom životu. Prema stanovištu G. Lovinka, kada koristimo ovu frazu zapravo govorimo o novoj kulturi nesigurnosti u kojoj više zapravo nemamo ideju ko će i kako koristiti podatke koje generiramo.

<sup>51</sup> Kako navodi A. Miroshnichenko (2020), self-made istine društvenih mreža sukobile su se sa agendama tradicionalnih mainstream medija (čija se „apsolutna” istina također pokazala lažnom), te se dogodio „sudar” Piramide (starih medija) i Oblaka (novih medija).

<sup>52</sup> Tek sa njihovim „otvaranjem” odnosno razumijevanjem kao „oružja matematičke destrukcije“ (O’Neil, 2016), mogu se rastjerati velovi pretpostavki i uvjerenja o tehnološkoj neutralnosti.

<sup>53</sup> U oktobru 2017. godine u Finskoj je predstavljen nacionalni projekat „AI elementi” kao dio nacionalne strategije opismenjavanja stanovništva o osnovnim konceptima umjetne inteligencije. Riječ je o otvorenom online kursu koji, kako navode nositelji projekta (Univerzitet u Helsinkiju i konsultantska kompanija za online obrazovanje Reaktor), ima za cilj demistificirati pojam „umjetna inteligencija” sa namjerom da se na taj način podrži digitalna transformacija društva. Vidjeti: <https://www.elementsofai.com/>

## Literatura

- Capurro, R. (2019). *The Age of Artificial Intelligence: A Personal Reflection*. AI, Ethics and Society Conference (University of Alberta, Edmonton, Canada), May 8-10, 2019. Dostupno na: <http://www.capurro.de/edmonton2019.html>
- Floridi, L. (ur.). (2015). *The Onlife Manifesto. Being Human in a Hyperconnected Era*. Springer International Publishing.
- Joler, V., Pasquinelli, M. (2020). *The Nooscope Manifested: AI as Instrument of Knowledge Extractivism*. Visual Essay. KIM HfG Karlsruhe; Share Lab. Dostupno na: <http://nooscope.ai>
- Joler, V., Petrovski, A. (2016). *Nematerijalni rad i prikupljanje podataka. Algoritamska Fejsbuk fabrika*. Beograd: ShareLab. Dostupno na: <https://labs.rs/sr/nematerijalni-rad-i-prikupljanje-podataka/>
- Lovink, G., Nazaruk, T. (2018, mart 14.). *Interview with Geert Lovink by Taras Nazaruk*. Amsterdam: Institute for Network Cultures. Dostupno na: <http://networkcultures.org/geert/2018/04/29/social-media-critique-with-geert-lovink-for-the-ukrainian-magazine-korydor/?pdf=1587>
- Manovich, L. (2013). *Software Takes Command*. New York: Bloomsbury Academic.
- Miroshnichenoko, A. (2020). *Postjournalism and the Death of Newspapers. The media after Trump: manufacturing anger and polarization*. Toronto, Canada.
- O'Neil, C. (2016). *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy*. New York, NY: Crown Publishers.
- Pasquale, F. (2015). *The Black Box Society. The Secret Algorithms that Control Money and Information*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Pasquinelli, M. (juni 2019). Three Thousand Years of Algorithmic Rituals: The Emergence of AI from the Computational Space. *e-flux Journal*/no. 101. Dostupno na: <https://www.e-flux.com/journal/101/273221/three-thousand-years-of-algorithmic-rituals-the-emergence-of-ai-from-the-computation-of-space/>
- Peters, M. (2017). Algorithmic Capitalism in the Epoch of Digital Reason. *Fast Capitalism*, 14(1), 65-74. Dostupno na: <https://fastcapitalism.journal.library.uta.edu/index.php/fastcapitalism/article/view/354>
- Ricaurte, P. (mart 2019). Data Epistemologies, The Coloniality of Power, and Resistance. *Television & New Media*, 20(4), 350-365.

- Srnicek, N. (2017). *Platform Capitalism*. Cambridge, UK; Malden, MA: Polity Press. Dostupno na: <http://pombo.free.fr/srnicek17.pdf>
- Stalder, F. (2018). *Digital Condition*. Cambridge: Polity Press.
- Terranova, T. (2000). Free Labour: Producing Culture for the Digital Economy. *Social Text*, 63, 18(2), 33-58. Dostupno na: <http://web.mit.edu/schock/www/docs/18.2terranova.pdf>
- Wark, M. (2019). *Capital is Dead*. London, New York: Verso.
- Whittlestone, J., Nyrup, R., Alexandrova, A., Dihal, K., Cave, S. (2019). *Ethical and societal implications of algorithms, data, and artificial intelligence: a roadmap for research*. London: Nuffield Foundation. Pristupljeno 07. 04. 2021. sa <https://www.nuffieldfoundation.org/sites/default/files/files/Ethical-and-Societal-Implications-of-Data-and-AI-report-Nuffield-Foundat.pdf>
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: Public Affairs.

### 3.4. Pozitivno pripovijedanje i borba protiv pristrasnog i prejudiciranog izvještavanja

Lamija Silajdžić

Od devedesetih godina prošlog vijeka vještina i tehnika pripovijedanja priča (engl. *storytelling*) je, kako kaže Christian Salmon: „(...) prodrla svuda, u svijet menadžmenta, kao i u svijet političke komunikacije. Ona podstiče na vrlo različite upotrebe narativa, od usmenog pripovijedanja, onog koji koriste pripovjedači, pa sve do digitalnog storytellinga, koji praktikuje virtuelno uranjanje u multisenzore i vrlo inscenirane svjetove (Salmon, 2010, str. 11). Pričanje priča, između ostalog, predstavlja oruđe propagande, instrument za profiliranje pojedinaca, tehniku vizualizacije informacije i opasno oružje za dezinformiranje (Salmon, 2010).

Iako je zadatak novinara i medija da ukazuju na devijacije u društvu, novinarska maksima „If it bleeds, it leads!“ preopteretila je javni prostor negativnim informacijama. Istraživanja Reutersovog Instituta već nekoliko godina pokazuju da su ljudi umorni od vijesti i da ih svjesno izbjegavaju, jer su previše negativne i loše utječu na njihovo raspoloženje. Sve češće se u istraživanjima javnog mnijenja ističe potreba za pozitivnijim pristupom u medijskom izvještavanju. **Pozitivno pripovijedanje** tako može biti tehnika za prevladavanje izazova preobilja negativnih vijesti, odnosno tehnika pomoću koje će mediji publici pokazati da se priče mogu pričati i pozitivnijim pristupom. Često se u kolokvijalnom govoru u medijima spominju „tople ljudske priče“, to jeste priče o pozitivnim dešavanjima u svijetu koji nas okružuje, kao one koje su svijetli primjeri u tamnim svakodnevicama.

Sedam tehnika koje koriste TED-ovi najbolji govornici u kontekstu pozitivnog pripovijedanja su:

1. Uronite svoju publiku u priču
2. Ispričajte ličnu priču
3. Stvorite napetost
4. Oživite likove
5. Pokaži. Ne govori.

6. Izgradite S.T.A.R. (Something They'll Always Remember) momenat.
7. Završite pozitivno.<sup>54</sup>

Mediji bi također neke od ovih tehnika mogli i trebali koristiti u svom izvještavanju, kako bi u javnosti promijenili dojam da je vijest interesantna samo ako je senzacionalna i šokantna. Pozitivno pripovijedanje, dakle, može biti alat borbe protiv senzacionalizma u izvještavanju. Spomenut ćemo jedan aktuelan primjer – izvještavanje o COVID-19 pandemiji. Mediji su uglavnom izvještaje počinjali sa brojem novozaaraženih, što jeste primarno i najvažnije, ali s obzirom na to da je pandemija potrajala, mediji su češće trebali promijeniti pristup i izvještaje počinjati sa brojem oporavljenih. Tako bi se napravio balans, ohrabrila javnost da se radi o bolesti od koje se ipak većina oporavi te bi se smanjio strah i panika među ljudima. Pričajući priče iz pozitivne perspektive, mediji mogu utjecati i na „buđenje“ društvenog aktivizma kod javnosti, koji u konačnici znači i bolje društvo. Ukoliko javnost kroz medijske izvještaje vidi da „ima nade“, to će ih potaknuti da se aktiviraju i učine nešto dobro za svoju zajednicu i svoj život u toj zajednici. Način na koji bi mediji također mogli „dati nadu“ jeste prakticiranjem novinarstva usmjerenog na rješenja (engl. *solution journalism*). Ovaj pristup podrazumijeva da novinari pričaju priču o nekom socijalnom problemu, utemeljenu na dokazima, uz pokazivanje modela koji bi mogli pomoći u rješavanju tog problema. Tako se ne priča samo o mogućnostima ili dobrim namjerama, već o konkretnim modelima rješenja. Tako se također uravnotežuje medijska slika svijeta i potiču građani da se aktivno uključe u javna pitanja. U prakticiranju novinarstva usmjerenog na rješenja radi se po najvišim standardima, a uključujući 4 elementa: (1) usredotočeno je na rješenje; (2) oslanja se na dokaze koji pokazuju u kojoj mjeri je rješenje efikasno; (3) sadrži uvide kako funkcionira određeno rješenje koje može biti od koristi za druge; i (4) razmatra šta kod nekog pristupa ne funkcionira.<sup>55</sup> Koristan izvor novinarima za razumijevanje koncepta novinarstva usmjerenog na rješenja jeste Solutions Journalism Network, mreža koja je osnovana 2013. godine u Sjedinjenim Američkim

---

<sup>54</sup> Više na: <https://visme.co/blog/7-storytelling-techniques-used-by-the-most-inspiring-ted-presenters/>

<sup>55</sup> Solutions journalism, 2020. Dostupno na: <https://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/solutions-journalism>

Državama, a koja organizira treninge, webinare, online kurikulume za novinare, te koja je 2015. godine razvila koristan alat – Solutions Journalism Toolkit.<sup>56</sup>

Međutim, veoma je važno i nužno upozoriti da pozitivno pripovijedanje nipošto ne treba iskoristiti kao izgovor za pristrasnost u izvještavanju.

**Pristrasni medijski sadržaji** su oni koji određenu osobu, grupu ili instituciju predstavljaju u pozitivnom ili negativnom svjetlu, to jeste favoriziraju informacije koje odgovaraju određenoj osobi, grupi ili instituciji. Sa druge strane, vješto zanemaruju ili iskrivljuju ono što nije u interesu te osobe, grupe ili institucije. Pristrasni medijski izvještaji, dakle, zanemaruju novinarsko pravilo dvije strane ili dva izvora, te ne prikazuju cijelu sliku o određenoj temi. Ovakvo izvještavanje nikako nije slučajna greška ili propust, već rezultat svjesne namjere.

Signali koji mogu ukazati na pristrasnost u izvještavanju:

- u medijskom sadržaju nije konsultirana druga strana, to jeste ona koja bi oponirala iznesenim tvrdnjama,
- druga strana je konsultirana, ali se tretira drugačije,
- u medijskom izvještaju se jasno vidi vrijednosni sud o temi – jedna strana je predstavljena u izrazito pozitivnom ili izrazito negativnom svjetlu,
- emocionalan i strastven način pisanja/pričanja,
- selektivno prikazivanje činjenica, širenje dezinformacija ili teorija zavjere,
- spin – tendenciozno prikrivanje određenih aktera,
- anonimnost izvora korištenih u medijskim sadržajima.

Platforma za provjeru činjenica (engl. *fact checking*) Raskrinkavanje.ba redovno prati medijske objave, te na osnovu jasno utvrđene metodologije provjerava i ocjenjuje one čija kredibilnost djeluje upitno. Na njihovoj web stranici mogu se pronaći primjeri medijskih sadržaja koji su ocijenjeni oznakom „pristrasno izvještavanje“.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup>Solutions JournalismToolkit. Dostupno na: <https://learninglab.solutionsjournalism.org/en/courses/basic-toolkit/introduction/welcome>

<sup>57</sup> Primjere možete pronaći na linku: <https://raskrinkavanje.ba/analize-sa-clancima-kategorisanim-kaopristrasno-izvjestavanje>



Problem dezinformacija u medijskom izvještavanju „procvjetao“ je usponom digitalnih tehnologija, iako su se dezinformacije to jeste provjerljivo lažne ili obmanjujuće informacije koristile i ranije kao sredstvo propagande ili borbe protiv neistomišljenika. Digitalne tehnologije su, međutim, multiplicirale kanale i ubrzale širenje dezinformacija. Medijski izvještaji netačnog ili obmanjujućeg sadržaja izuzetno su prisutni i u Bosni i Hercegovini, navodi se u istraživanju platforme Raskrinkavanje.ba<sup>58</sup>. U ovom izvještaju se pojašnjava i postojanje takozvanih dezinformacijskih mreža, a jedna od njih je mreža sastavljena od 29 medija, od kojih se 15 nalazi u Srbiji, a 14 u Bosni i Hercegovini. Ove mreže funkcioniraju tako da tradicionalni mediji, osim svog regularnog online izdanja, kreiraju i takozvane fantomske portale (anonimne portale) koje potom koriste kao izvore u svojim originalnim izdanjima, te tako „samo prenose“ dezinformacije. Radi se zapravo o namjenski kreiranoj dezinformacijskoj mreži putem koje se manipulira javnim mnijenjem ili bori protiv političkih i drugih neistomišljenika. Osim dezinformacijskih mreža, u online svijetu svjedočimo porastu broja lažnih medija i farmi portala.

Kako utvrditi da li je neki medij lažan?

1. Da li ima impressum?
2. Da li je naznačeno ime autora sadržaja?
3. Da li su fotografije potpisane?
4. Da li sadržaji odgovaraju na 5W?
5. Da li je u sadržajima konsultirana druga strana?

Lažni mediji su veoma često dio takozvanih farmi portala, koje čini veliki broj web portala i Facebook stranica koje uređuje jedna ili nekoliko osoba, a koje računaju na to da se prihod od oglašavanja putem Google AdSense platforme povećavaju onoliko puta koliko se povećava broj portala uvezanih u mrežu i povezanih sa AdSense platformom. Jedan od primjera je „farma“ koju čini 21 portal i 4 Facebook stranice koje ukupno prati pola miliona ljudi. Farme portala su najčešće glavni multiplikatori „dezinformacijskog ekosistema“.<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> Cvjetičanin T., Zulejhić E., Brkan D., Livančić-Milić B., UG Zašto ne. „Dezinformacije u online sferi - Slučaj BiH“. Sarajevo, april 2018 (dostupno na: <https://bit.ly/2Yqqiy8>)

<sup>59</sup> Zulejhić, E. Farme portala: „Sarajevo grad“. Raskrinkavanje.ba, 28. II. 2018 (dostupno na: <https://bit.ly/2MDLM7F>)

## Zašto novinarstvu treba medijska i informacijska pismenost, i obratno?

Profesionalno novinarstvo, temeljeno na etičkim i profesionalnim standardima, ima puno toga zajedničkog sa medijskom i informacijskom pismenošću. Kombinacija kvalitetnog (profesionalnog) novinarstva s medijskom i informacijskom pismenošću može pomoći poticanju pravednijih, otvorenih i inkluzivnih društava, te na taj način unaprijediti ciljeve održivog razvoja.

Odnos između novinarstva i medijske i informacijske pismenosti najbolje se može pojasniti kroz 9 ključnih principa<sup>60</sup>:

<b>Temeljni principi novinarstva</b>	<b>Temeljni principi medijske i informacijske pismenosti</b>
Prva novinarska obaveza je istina.	Medijska i informacijska pismenost omogućava ljudima da učinkovito učestvuju u procesu traženja istine.
Novinarstvo je prije svega odano građanima.	Medijska i informacijska pismenost se mora usredotočiti na osnaživanje građana.
Novinari moraju održavati nezavisnost od onih o kojima izvještavaju.	Medijska i informacijska pismenost se ne bi trebala odnositi na to da ljudima govori šta da misle ili kako da misle, već da misle svojom glavom.
Novinarstvo mora služiti kao nezavisni nadzornik moći.	Dok su mediji četvrti stub vlasti, medijska i informacijska pismenost omogućava peti – građane.
Novinarstvo mora pružiti forum za javnu kritiku i kompromise.	Medijska i informacijska pismenost omogućava ljudima učestvovanje u javnom diskursu i dijalogu.
Novinarstvo mora težiti tome da ono što je značajno, bude zanimljivo i relevantno.	Medijska i informacijska pismenost potiče znatiželju i istraživanje tehnologije kod ljudi, kako bi razumjeli važnost informacija i medija u njihovom životu.
Vijesti moraju biti sveobuhvatne i proporcionalne.	Medijska i informacijska pismenost omogućava ljudima da razmotre mnoštvo informacija i medija.

<sup>60</sup>Grizzle, A. (2018). Neobjavljeno djelo.

Novinarima mora biti dopušteno „vježbati“ vlastitu savjest.	Medijska i informacijska pismenost potiče rasuđivanje i savjest, kojima smo svi obdareni.
---	---

Vještine medijske i informacijske pismenosti mogu se podijeliti u pet glavnih područja:

- Pristup,
- Analiza i razumijevanje,
- Kritička procjena,
- Korištenje,
- Stvaranje i angažman.

Ovih se pet glavnih područja odnosi i na temeljne novinarske 5W + 1H: what, who, when, where, why + how. Pojednostavljeno rečeno, u svakoj priči o razvoju i pozitivnim promjenama, vraćamo se na *temeljne postavke*. Tako je i u priči o ulozi novinara, urednika i medija u promociji i razvoju medijske i informacijske pismenosti. Sveobuhvatan pristup, saradnja sa akademskom zajednicom i civilnim društvom, solidarnost među novinarima, insistiranje na poštivanju profesionalnih standarda i zalaganje za razvoj kritičkog mišljenja građana, koraci su koji mogu pomoći novinarima i medijima da doprinesu razvoju medijske i informacijske pismenosti, a istovremeno i razvoju i očuvanju kredibiliteta novinarske profesije.

## Literatura

- Chibana N. (n.d.) *7 Storytelling Techniques Used by the Most Inspiring TED Presenters*. Pristupljeno 07. 04. 2021. sa <https://visme.co/blog/7-storytelling-techniques-used-by-the-most-inspiring-ted-presenters/>
- Cvjetičanin T., Zulejhić E., Brkan D., Livančić-Milić B. (2018). *Dezinformacije u online sferi - Slučaj BiH*. Sarajevo: UG Zašto ne. Pristupljeno 07. 04. 2021. sa <https://bit.ly/2Yqqiy8>
- Grizzle, A., Torras Calvo, M. (2013). *Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines*. United Nations Educational.
- Halilović K., Korać H., Udovičić R. (2017). *Media Literacy and Education needs of journalists and the public in Bosnia and Herzegovina*. Media Initiatives.

- Muratova N., Grizzle A., Mirzakhmedova D. (2019). *Media and Information Literacy in Journalism: a Handbook for Journalists and Journalism Educators*. Tashkent: Baktria Press.
- Salmon, C. (2010). *Storytelling: Bewitching the Modern Mind*. London: Verso.
- Simmons, A. (2002) *The Story Factor: Inspiration, Influence, and Persuasion through the Art of Storytelling*. London: Perseus.
- Zulejhić, E. (2018). *Farme portala: „Sarajevo grad”*. Raskrinkavanje.ba. Pristupljeno 07. 04. 2021. sa <https://bit.ly/2MDLM7F>
- Solution Journalism Network Learning Lab. (n.d.) Pristupljeno 07. 04. 2021. sa <https://learninglab.solutionsjournalism.org/bs/courses/basic-toolkit/introduction/welcome>
- Solutions Story Tracker. (n.d.). Pristupljeno 07. 04. 2021. sa <https://storytracker.solutionsjournalism.org/>



## II. SRBIJA

### 1. RAZVOJ MEDIJSKE I INFORMACIJSKE PISMENOSTI U SRBIJI

#### 1.1. Pristupi medijskom obrazovanju

Marijana Matović<sup>61</sup>

UNESCO već 1970-ih godina počinje da ističe važnost medijskog obrazovanja stavljajući ga na listu svojih prioriteta. Na Međunarodnom simpozijumu o medijskom obrazovanju održanom 1982. godine u Grunvaldu (Grunwald, Federalna Republika Nemačka), učesnici donose prvu Deklaraciju o medijskom obrazovanju kada počinje i zalaganje za sistemski razvoj medijske pismenosti na svim nivoima obrazovanja, na međunarodnom nivou. Medijska pismenost se konceptualizuje deceniju kasnije, na Konferenciji koja je održana u Aspenu (SAD) 1992. godine kao „sposobnost pojedinca da pristupi, analizira i proizvodi informacije za specifične ishode“ (Aufderheide, 1993, str. 6). Postavljaju se temelji i počinje intenzivniji rad u ovom polju na američkom i evropskom kontinentu. Tehnološka revolucija menja ljudsku komunikaciju i medijsko okruženje otvarajući neka nova pitanja, a stara smeštajući u nov kontekst.

Evropska unija Direktivom o audiovizuelnim uslugama (Directive 2007/65/EC) započinje period razvoja evropskih politika u oblasti medijske pismenosti, njihovu harmonizaciju sa drugim važnim dokumentima i sistemsku implementaciju u oblasti formalnog obrazovanja. Evropski pristup izdvaja medijsku pismenost kao poseban koncept (posebno definiše druge vrste pismenosti) i smešta ga kako u polje tradicionalnih medija (naročito audiovizuelnih) tako i u digitalno okruženje. Za to vreme, UNESCO na konferenciji koja održana u Aleksandriji 2005. godine formuliše krovni koncept „medijska i informaciona pismenost“ koji i danas koristimo<sup>62</sup>. MIP se odnosi na sve medije, integriše sve pismenosti ne-

---

<sup>61</sup> Istraživačica na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu.

<sup>62</sup> MIP se odnosi na sve medije i prenosiocje poruka. Fokusirana je na konkretne ciljeve i ishode. Informaciona pismenost se u ovoj vezi posmatra kao širi koncept od medijske. Šest osnovnih ciljeva koje ona treba da ispuni se odnose na (1) definisanje i artikulaciju potrebe za određenom informacijom, nakon čega slede (2) lociranje i

ophodne 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.

Na američkom i evropskom kontinentu, medijsko obrazovanje se tokom XX veka razvijalo prateći razvoj najpre tzv. tradicionalnih (štampa, radio, film, televizija) a onda i digitalnih medija kao i teorija koje su se javljale kao odgovor na neizvesnosti, izazove i nove trendove objašnjavajući ulogu medija u svakodnevnom životu ljudi i njihov uticaj na čoveka i društvo. Iako se danas svi ti pristupi međusobno ne isključuju, oni (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 (najčešće mlade i decu); neretko (4) svoju sazajnu 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. Tako, na primer, pristup koji zagovara Džejms Poter kreće se u okviru kognitivne psihologije gde se izdvajaju tri uporišta medijske pismenosti: lični položaj (ciljevi i želje), raspoloživo znanje (koje nudi kontekst i omogućava prepoznavanje obrazaca) i veštine (analiza, evaluacija, grupisanje, indukcija, dedukcija, sinteza i apstrakcija) (Poter, 2011, str. 37-41). Sa druge strane, tu mnogi autori koji polaze sa teorijskih postavki britanskih kulturnih studija pismenost uopšte, pa onda i medijsku (i informacionu) pismenost, povezuju sa odnosima moći, reprezentacijom i pitanjima građanske participacije (Buckingham, 2003; Kellner i Share, 2005) fokusirajući se na teme koje su povezane sa rodom (Van Zoonen,

---

pristup relevantnim informacijama, (3) izdvajanje i organizacija informacija (4) sinteza ili upravljanje idejama iz sadržaja i (5) etičko i odgovorno korišćenje informacija. Poslednjim ciljem, informaciona pismenost uključuje osnovne oblike digitalne pismenosti i on podrazumeva (6) korišćenje IKT veština za obradu informacija. Medijska pismenost, kao njen par, koji obuhvata sve medije i medijske sadržaje, smeštena je u okvir informacione pismenosti, dok su njeni osnovni elementi prevedeni u njene ključne ciljeve koji se odnose na (1) razumevanje uloge i funkcije medija u demokratskom društvu, kao i (2) uslova pod kojim mediji mogu da ispunjavaju svoju funkciju; zatim, na (3) kritičku analizu i evaluaciju informacija i medijskog sadržaja imajući u vidu ulogu, kredibilitet i autoritet medija. Poslednja dva cilja se odnose na učestvovanje u medijima (4) radi samoizražavanja, koje podrazumeva slobodu izražavanja, interkulturni dijalog i demokratsku participaciju; i kroz razvijanje 5) sposobnosti korišćenja veština (uključujući IKT) koje su potrebne za stvaranje sadržaja (Grizzle, 2013; Grizzle & Torras Calvo, 2013).

1994; Gallagher, 2003; Puchner et al., 2015), rasnim i etničkim stereotipima (Ramasubramanian, 2007; Scharrer i Ramasubramanian, 2015) i slično. Poslednjih godina, u polje medijskog obrazovanja ulaze teorije novih medija koje pokušavaju da razumeju strukturalno drugačiju materijalnu bazu koja je omogućena razvojem IKT a koja menja medije, ljudsku komunikaciju i pred društvo postavlja izazove koji zahtevaju redefinisane postojećih koncepata i načina razmišljanja, a ponekad, i restrukturisanje čitavog društvenog *mindset-a* koje neminovno podrazumeva, nekada bolno, odučavanje od prethodno naučenog kako bi se stvorile mogućnosti za razumevanje novog.

Naglasak u medijskom obrazovanju je tokom vremena pomeran od *zaštite* publike (naročito dece) od štetnog medijskog sadržaja i njegovih efekata, preko izučavanja i podsticanja *umetničkih izraza* i kreativnih industrija, do *osnaživanja građana* za odgovorno učešće u svakodnevnom životu društva kroz podizanje sposobnosti koje uključuju razvijanje kritičke distance, zdravog skepticizma u čitanju medijskih poruka, njihovu razmenu i kreiranje. Poslednjih par godina zagovarači uvođenja MIL u formalni sistem obrazovanja, sve češće govore o podsticanju međupredmetnih kompetencija koje treba da postanu važan deo novog načina na koji nastavnici predaju ostale predmete: „potreban je značajniji pomak u načinu interakcije sa svim informacijama“ u savremenom svetu od onog na koji smo do sada navikli (Huguet, 2019, str. 114).

Jedan od ključnih odgovora za postojanje različitih pristupa u medijskom obrazovanju, medijskoj pismenosti i MIP možemo naći u načinu na koji su medijske studije i obrazovanje povezano sa njima nastajale u različitim društvenim i kulturnim kontekstima. Rene Hobs je u svom tekstu *Sedam velikih debata o medijskoj pismenosti* istakla dvostruku funkciju ove raznolikosti. Ona je, piše Hobs, sa jedne strane osigurala da se medijsko obrazovanje i sa njom povezane pismenosti razvijaju *odozdo* kao spontana potreba društva za znanjima i veštinama koje su mediji postavljali pred publiku, što mu je dalo fleksibilnost i snagu, dok je sa druge strane ista ta raznolikost dovela do nemogućnosti stvaranja jedinstvenog koncepta a onda i nestabilnosti njegove krajnje svrhe (Hobbs, 1998). Smeštanjem medijskog obrazovanja u digitalno okruženje, jedinstvenost u konceptualizaciji, fokusu i ključnim mestima je dodatno zakomplikovana. Na koncu, to je proizvelo i ono što se pokazalo kao poslednji trend u istraživanjima javnih politika i praksi medijske i informacione pismenosti – da se u većini zemalja danas prednost daje



digitalnoj pismenosti i digitalnim kompetencijama, dok je vitalni deo medijske pismenosti – njena kritička dimenzija - smešten u drugi plan (Frau-Meigs, 2017).

Daglas Kelner i Džef Šer (Kellner i Share, 2005) su među prvim autorima koji su pokušali da grupišu različite pristupe u medijskom obrazovanju. Oni su izdvojili četiri dominantne tradicije: (1) protekcionističku; (2) pokret medijskog opismenjavanja; (3) umetničko medijsko obrazovanje; i (4) kritičku medijsku pismenost. Za *proteccionističku* tradiciju značajno je da je nastala u SAD. Oslanjala se na teorije o medijskim efektima u okviru koje je smatrano da mediji imaju pretežno negativan uticaj na publiku (naročito decu i mlade) zbog čega joj je potrebno (medijsko) obrazovanje kako bi se od istih zaštitili. Druga tradicija se vezuje za *pokret medijskog opismenjavanja* koji se dominantno razvijao u SAD i bio veoma snažan nakon konferencije održane u Aspenu. Pokret je polazio od pretpostavke da publika aktivno učestuje u dekodiranju medijskih poruka te da obrazovanje u oblasti medija može da joj pomogne da razume da su (1) sve medijske poruke konstruisane; (2) da iza njih uvek stoji komercijalni (ekonomski) interes; (3) da imaju političke i ideološke posledice; da su (4) forma i sadržaj uvek povezani zbog čega je važno učiti o svakom tipu medija; i na kraju (5) da je publika aktivna i učestvuje u pregovaranju značenja u interakciji sa medijskim tekstom (Aufderheide, 1993, str. 10). Treća tradicija, prema Kelneru i Šeru, povezana je sa *umetničkim medijskim obrazovanjem* i prvenstveno se odnosi na estetiku i medijsko stvaralaštvo (npr. film). Poslednji pristup koji ovi autori izdvajaju je onaj koji i sami zastupaju a to je *kritička medijska pismenost* koji obuhvata sve prethodne pristupe, sve medije i medijske sadržaje, ali podvlači važnost razvijanja kritičkog odnosa prema njima (Kellner i Share, 2005; Kellner i Share, 2007).

Pored njih, Ola Erstad i Sinov Amdam (Erstad i Amdam, 2013) prepoznaju i značajan uticaj *kognitivne psihologije* koja u medijskom obrazovanju ističe važnost kognitivnih veština, a čiji je najuticajniji predstavnik Džejms Poter (Poter, 2011), zatim veliki doprinos Frankfurtske škole i teorije ekrana, kritičke pedagogije i britanskih kulturnih studija na čijem tragu Kelner i Šer definišu pristup koji sami zastupaju. Erstad i Amdam u svojoj klasifikaciji pristupa medijskom obrazovanju izdvajaju još i *media building studies* koje su pretežno razvijane na nemačkom govornom području, a koje su bile okrenute ka proučavanju i implementaciji komunikacionih kompetencija i u velikoj meri doprinele njihovom povezivanju sa građanskom i političkom participacijom. Na kraju izdvajaju i *studije novih*

*pismenosti* koje svoje polje istraživanja nalaze u savremenom digitalnom okruženju (Erstad i Amdam, 2013). U tom kontekstu, Divina Fro-Megs sa Univerziteta Sorbonne Nouvelle piše o „transpismenosti“ (*transliteracy*) koja obuhvata tri značenja „informacije“ (1) informacija kao „vest“; (2) informacija kao „dokument“; (3) informacija kao „podatak“ ili kod (Frau-Meigs, 2012). Autori publikacije nastale u okviru Svetskog samita o Informacionom društvu 2015. godine pišu da sve češće „konvergencija savremenih medija znači da ljudi moraju steći veštine i kompetencije složene pismenosti kao što su višestrukost, transliteracija, nova pismenost, metaliterativnost, infomedijska pismenost, pismenost digitalnih medija i medijska i informaciona pismenost (MIP)“ (Lee et al., 2013, str. 23) zbog čega se uspostavljanje jedinstvenog krovnog koncepta i jedinstvenih programa medijskog obrazovanja sve više čini nemogućim, dok njihovo pluralističko razumevanje i raznoliki pristupi postaju njihova sve izvesnija budućnost.

Danas, u trećoj deceniji XXI veka, političke, društvene, ekonomske i kulturne promene medijsko obrazovanje i sa njim povezane pismenosti (među kojima je i MIP) stavljaju pred nove zadatke usmeravajući njihov fokus na neke nove teme, ali otvaraju i stara pitanja u novim kontekstima. Erozija istine u javnom prostoru usmerila je pažnju istraživača, predavača i javnosti ka ulozi društvenih mreža u konstrukciji realnosti, *news literacy* i ‘lažnim vestima’, teorijama zavera koje posebno bujaju u doba pandemije izazvane virusom COVID-19. Čini se da ovo teško vreme za društvo postaje veoma važno za medijsku i informacionu pismenost, za razmišljanje o tome kako mediji pričaju priče, koje priče pričaju, kojim i čijim pričama daju prednost, a koje i čije važne priče ostaju neispričane i na kraju, ne manje važno, kako publika i korisnici prepričavaju priče iz medija. „Priče su simboličke strukture koje nam govore o tome kakve stvari jesu, kako funkcionišu i šta treba učiniti (ili ne činiti) u vezi s njima (...) oblikuju ljudsku stvarnost i društveni poredak“ (Gerbner, 1985, str. 8-9). Savremeno digitalno okruženje stavlja pred prosečnog korisnika izazove na koje mu je sve teže da pruži odgovor. Laži, dezinformacije, opadanje značaja analize i argumenta u političkom diskursu, davanje prednosti emocijama i afektima ispred racionalne diskusije u javnom prostoru, pristrasnosti i pogrešna tumačenja činjenica, deep fakes<sup>63</sup> i shallow fakes<sup>64</sup>, FUD (*'fear, uncertainty and doubt'*<sup>65</sup>) napadi, uloga

<sup>63</sup> Stavljanje u usta rečenica koje osoba nije izjavila uz pomoć tehnologije mašinskog učenja

<sup>64</sup> Zamagljivanje razlike između istine i laži

algoritama i velikih baza podataka u isporučivanju sadržaja su samo neki od njih. Robert MekČesni je pisao da savremene promene u poslovnim modelima medija vode ka koncentraciji društvene moći te da savremeni kapitalizam okreće internet protiv demokratije, urušavajući je (McChesney, 2013). Iako su se mediji tokom vremena menjali, a zajedno sa njima i fokus u razumevanju njihove uloge i značaja za pojedinca i društvo, ključna mesta su ostala ista. Postavljena još na prvim konferencijama medijskog obrazovanja ona se odnose na mogućnost i kvalitet *pristupa* medijima i medijskim sadržajima, podizanje kapaciteta koji se odnose na *analizu* i *evaluaciju* korišćenjem znanja i veština u dekonstrukciji medijskih poruka, te njihovim smeštanjem u širi društveni kontekst i kontekst svakodnevnog života, i na kraju razvijanje sposobnosti *stvaranja medijskih sadržaja i ko-municiranja*, odnosno informisanog, odgovornog i slobodnog učešća u prostoru koji je omogućen medijima i savremenim komunikacionim tehnologijama.

## Literatura

- Aufderheide, P. (1993). *Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Aspen Institute. Pristupljeno 20.10.2018. sa <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED365294.pdf>.
- Buckingham, D. (2003). *Media Education. Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Directive 2007/65/EC of the European Parliament and of the Council of 11 December 2007 amending Council Directive 89/552/EEC on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities (OJ L 332, 18.12.2007, str. 27).
- Erstad, O. i Amdam, S. (2013). From protection to public participation: a review of research literature on media literacy. *Javnost (The Public)*, 20 (2), 83-98.
- Frau-Meigs, D. (2012). Transliteracy as the New Research Horizon for Media and Information Literacy. *Medijske studije* 3(6): 14-27. <https://hrcak.srce.hr/ojs/index.php/medijske-studije/article/view/6064>.
- Frau-Meigs, D., Velez, I. i Flores M. J. (ur.) (2017). *Public Policies In Media And Information Literacy In Europe: Cross-Country Comparisons*. Routledge.

---

<sup>65</sup> 'Strah, neizvesnot i sumnja'

- Gallager, M. (2003). *Feminist Media Perspectives*, u: Valdivia, Angharad N. (ur.) *A Companion to Media Studies*, 19-39. Blackwell Publishing.  
[https://ihmi.sha.edu.eg/upload/books%20pdf/787455635\\_a%20companion%20to%20media%20studies..2003..pdf#page=35](https://ihmi.sha.edu.eg/upload/books%20pdf/787455635_a%20companion%20to%20media%20studies..2003..pdf#page=35).
- Gerbner, G. (1985). *Telling Stories in the Information Age*; u: Ruben, D. Brent *Information and Behaviour*. Routledge.  
<https://web.asc.upenn.edu/Gerbner/Asset.aspx?assetID=1646>.
- Grizzle, A. (2013). *Media and Information Literacy as a Composite Concept: The UNESCO Perspective*. U: Carlsson, Ula & Hope Culver, Sherri (ur.) *Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue*, (str. 259-265). MILID Yearbook, The Interantional Clearinghouse on Children, Youth and Media Nordicom. Sweden: University of Gothenburg.
- Grizzle, A., Torras C. i Maria C. (2013). *Media and Information Literacy: Policy and Strategy Gudelines*. UNESCO.  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002256/225606e.pdf>.
- Hobbs, R. (1998). *The Seven Great Debates in the Media literacy Movement*. *Journal of Communication*, 48(1), 16-32.
- Lee, A., Lau, J., Carbo, T. i Gendina, N. (2013). *Conceptual Relationship of Information Literacy and Media Literacy in Knowledge Societies*. Series of Research Papers. UNESCO.  
[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/ws is/WSIS\\_10\\_Event/WSIS\\_-\\_Series\\_of\\_research\\_papers\\_-\\_Conceptual\\_Relationship\\_between\\_Information\\_Literacy\\_and\\_Media\\_Lit eracy.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/ws is/WSIS_10_Event/WSIS_-_Series_of_research_papers_-_Conceptual_Relationship_between_Information_Literacy_and_Media_Lit eracy.pdf)
- Huguet, A., Kavanagh, J., Baker, G., i Blumenthal, M. S. (2019). *Exploring Media Literacy Education as a Tool for Mitigating Truth Decay*. California, Santa Monica: RAND Corporation.
- Kellner, D. i Share, J. (2005). *Toward Critical Media Literacy: Coreconcepts, debates, organizations, and policy*. *Discourse Studies in the Cultural Politics of Education*, 26(3), 369-386.
- Kellner, D. i Share, J. (2007). *Critical Media Literacy, Democracy and the Reconstruction of Education*. In: D. Macedo & S.R. Steinberg (ur.), *Media literacy: A reader*, 3-23. New York: Peter Lang Publishing.
- McChesney, W. R. (2013). *Digital Disconnect: How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*. New York, NY: New Press.
- Poter, Džejms (2008). *Medijska pismenost*. Clio.
- Puchner, L., Markowitz, L., i Hedley, M. (2015). *Critical Media Literacy and Gender: Teaching Middle School Students about Gender Stereotypes and Occupations*.

*Journal of Media Literacy Education*, 7(2), 23-34. Pristupljeno: 07. 04. 2021. sa <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol7/iss2/3>.

Ramasubramanian, S. (2007). Media-based Strategies to Reduce Racial Stereotypes Activated by News Stories. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 84(2), 249–264.

Scharrer, E., i Ramasubramanian, S. (2015). Intervening in the Media's Influence on Stereotypes of Race and Ethnicity: The Role of Media Literacy Education. *Journal of Social Issues*, 71(1), 171–185.

Van Zoonen, L. (1994). *Feminist media studies*. Thousand Oaks, CA: Sage.

## 1.2. Medijska i informacijska pismenost u Srbiji

Marta Mitrović<sup>66</sup>

Neven Obradović<sup>67</sup>

Marijana Matović

U Srbiji je medijsko obrazovanje tokom druge polovine XX veka podsticano kroz formalno (akademsko i srednjoškolsko) i neformalno obrazovanje (u redakcijama) budućih medijskih profesionalaca. U školama je do početka 1990-ih negovana kultura vannastavnih aktivnosti te su đaci imali pristup nekim aspektima medijskog obrazovanja učešćem u sekcijama, angažovanjem u školskim novinama i slično. Neformalne obuke za buduće novinare, voditelje, tonce, montažere i sl. su nudile sve veće novinske, radio i televizijske redakcije (npr. dnevna novina *Politika*, *RTV kasnije RTS*, kao i lokalne radio i TV stanice). Neke od takvih, neformalnih omladinskih škola, predstavljale su redakcije srednjoškolske emisije „Prekobrojni čas“, a posebno omladinske emisije „Ritam srca“ čiji članovi, zajedno sa članovima redakcije „Index“ koji je emitovan na Radio Beogradu, 1989. godine osnivaju čuvenu radio stanicu B92. Ova radio stanica je imala važnu ulogu u društvenom, kulturnom i političkom životu Srbije tokom 1990-ih (Rosić, 2021). Ova izvorno beogradska radio stanica, na frekvenciji 92,5 Mhz, je negovala novinarski profesionalizam, obučila veliki broj mladih medijskih profesionalaca i do njenog ukidanja 2015. godine, zajedno sa drugim profesionalnim novinarima, udruženjima, intelektualcima i sličnim redakcijama u zemlji, bila simbol razvoja informativne pismenosti (*news literacy*) za širu javnost. Tokom 1990-ih medijsko opismenjavanje šire javnosti je bilo prevashodno fokusirano na informativni sadržaj i primarno je predstavljalo alat protiv manipulacije javnim mnjenjem od strane tadašnjih pro-režimskih medija. To je i period kada je započeto lobiranje za uvođenje medijskog obrazovanja u akademske programe za buduće učitelje i nastavnike (Matović & Milin Perковиć, 2014).

Sa početkom demokratizacije u Srbiji, nakon petooktobarskih događaja 2000, proces integracije u Evropsku uniju umnogome utiče na promene u raznim sfe-

---

<sup>66</sup> Docentica na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Nišu.

<sup>67</sup> Docent na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Nišu.

rama društva, među njima medijskoj i obrazovnoj. Paralelno sa ovim procesom, revolucija u oblasti informaciono komunikacionih tehnologija (IKT) suočava društvo sa izazovima poput regulacije interneta, zaštite dece i privatnosti u novom okruženju. Možemo reći da pominjanjem u *Strategiji razvoja sistema javnog informisanja u RS do 2016. godine* i njenim implicitnim pominjanjem u *Strategiji razvoja obrazovanja u Srbiji do 2020. godine* započinje, sporo ali sigurno, sistemsko uvođenje medijskog obrazovanja u Srbiji. Digitalnom agendom Srbije, naročito *Strategijom razvoja informacionog društva u RS do 2020. godine* postavljen je okvir razvoja IKT i dat podstrek razvoju pismenosti (znanja, veština i kompetencija) koje su povezane sa njima (MEC, 2017).

Početak XXI veka medijsku i informacionu pismenost u zemlji počinju da razvijaju organizacije civilnog društva podržane donacijama međunarodnih i evr-opskih organizacija i fondacija. Prvih petnaest godina novog veka su obeležile mnogobrojne inicijative, uglavnom projektne, kratkoročne, koje su obuhvatale manju populaciju i bile fokusirane na određenu ciljnu grupu (deca i mlade, nastavnike, novinare).

Akadska i novinarska zajednica, kao i organizacije civilnog društva, čiji je fokus rada na medijima i demokratskim procesima, često istupaju u javnosti sa zahtevom za ozbiljnijim pristupom ovoj temi, te kao krajnji ishod zagovaraju uvođenje medijske pismenosti u formalno obrazovanje. Prvi korak u tom smislu, predstavljalo je uvođenje elemenata medijske pismenosti u predmete kao što su maternji jezik i građansko vaspitanje. Od školske 2018/2019 godine se kao izborni predmet u gimnazijama izvodi *Jezič, mediji i kultura*<sup>68</sup>, a od 2020. u osnovno obrazovanje je uveden predmet Digitalni svet, sa težištem na informacionoj pismenosti. Iako se ovi predmeti ne bave medijskom i informacijskom pismenošću na jedinstven i celovit način jer obuhvataju i druge oblasti i prema planu i programu nisu obavezni, ovo se može smatrati pozitivnim pomakom ka uvođenju medijske pismenosti u formalno obrazovanje. U tom procesu organizacije civilnog društva zajedno sa novinarskom zajednicom imaju vitalnu ulogu u promovisanju MIP<sup>69</sup>. One to čine kroz različite vidove javnog istupanja i zago-

---

<sup>68</sup> Službeni glasnik Republike Srbije – Prosvetni glasnik (2018), godina LXVII, broj 12. Pristupljeno 23. 01. 2021. sa <https://www.paragraf.rs/glasila/prosvetni-glasnik/službeni-glasnik-rs-prosvetni-glasnik-12-2018.html>

<sup>69</sup> „Obično, zagovaračke aktivnosti sprovode nevladine organizacije, lobističke kuće, grupe za pritisak, aktivističke grupe ili organizacije društvenih pokreta“ (Džihana, Šahinpašić, 2020, str. 321).

varanja – organizovanje tribina, radionica, gostovanja u medijima, promovisanja MIP na svojim veb-sajtovima i stranicama na društvenim mrežama i slično.

Kada je reč o konkretnom delovanju u okviru procesa javnog zagovaranja u funkciji medijske i informacijske pismenosti u Republici Srbiji, pored angažmana pojedinaca u ministarstvima kulture, obrazovanja omladine i sporta i telekomunikacija, zatim Zavoda za unapređivanje obrazovanja i vaspitanja RS, najznačajnije aktivnosti „odozdo“ sprovodile su domaće i inostrane nevladine organizacije, kao i medijska koalicija koju čine Nezavisno udruženje novinara Srbije, Udruženje novinara Srbije, Nezavisno društvo novinara Vojvodine, Lokal pres i Asocijacija nezavisnih elektronskih medija, u saradnji sa akademskom zajednicom zemlje.

Kao pionire u ovoj oblasti, naročito nakon komercijalizacije interneta, svakako treba istaći Centar za istraživanje informacionih tehnologija (CePit) Beogradske otvorene škole koja je od početka XX veka edukovala mlade u oblasti građanstva, medijske i digitalne pismenosti, sprovodila istraživanja u oblasti interneta i njegovim uticajima na javnu sferu i razvoj građanstva u zemlji. U segmentu koji se odnosi na javno zagovaranje uvođenja medijske i informacijske pismenosti u obrazovni proces od strane organizacija civilnog sektora, treba svakako ukazati na lidersku ulogu „Novosadske novinarske škole“ (NNS<sup>70</sup>). Od 2006. godine, kroz partnersko delovanje sa različitim društvenim akterima i partnerima, NNS<sup>70</sup> je realizovala nekoliko važnih istraživanja i projekata kojima je učestovala u zagovaranju uvođenja medijske i informacione pismenosti u obrazovni proces<sup>71</sup>. Pored organizacije akreditovanih seminara<sup>72</sup> za nastavnike srednjih škola u oblasti medijske i informacijske pismenosti, NNS<sup>70</sup> sprovodi i istraživanja o načinima i kvalitetu implementacije medijske pismenosti u školama u Srbiji, kompetencijama nastavnog kadra, ali o njihovim izazovima i zadovoljstvu siste-

---

<sup>70</sup> Opširnije informacije o aktivnostima moguće je pronaći na linku: <https://novinarska-skola.org.rs/sr/> (pristupljeno 23. 01. 2021. godine).

<sup>71</sup> Od 2006. godine NNS<sup>70</sup> sprovodi različite programe medijske i informacijske pismenosti, a od 2014. godine je članica međunarodne asocijacije za medijsku pismenost (Media and Learning – MEDEA)<sup>[4]</sup>, čiji je osnovni cilj da promoviše i podstiče medije kao alat za unapređenje inovativnosti i kreativnosti u školstvu na svim nivoima obrazovanja u Evropi.

<sup>72</sup> Seminari za nastavnike akreditovani su od strane Zavoda za unapređenje obrazovanja i vaspitanja Republike Srbije.



mom obrazovanja i podrškom koju imaju od strane nadležnih institucija za sprovođenje ovakvih programa u nastavi.

Tokom realizacije međunarodnog projekta „Mediji za građane – građani za medije“<sup>73</sup>, tim NNŠ sproveo je fokus grupno istraživanje sa učenicima i prosvetnim radnicima osnovnih i srednjih škola iz Srbije o izazovima za implementaciju medijske i informacijske pismenosti u sistem obrazovanja. Tri važna rezultata su iz ovog istraživanja proizašla. Prvo, prosvetni radnici su dolazili iz različitih škola, što je podrazumevalo i različite stepene digitalizacije učionica. Drugo, samo jedan mali procenat učesnika je pohađao seminare stručnog usavršavanja iz oblasti medijske i informacione pismenosti, kojih je 2017. godine među akreditovanim seminarima Zavoda za unapređivanje obrazovanja i vaspitanja (ZUOV) bilo samo osamnaest (MEC, 2017, str. 30). 3. Samo prosvetni radnici iz gimnazija su imali informacije o izbornom programu *Jezik, mediji i kultura*, dok učitelji i nastavnici osnovnih i srednjih stručnih škola još uvek nemaju priliku da sa svojim učenicima obrađuju ovakav program, kao ni da razmatraju predlog za njegovo uvođenje u nastavni proces. Rezultati dobijeni ovim istraživanjem pružili su uvid javnosti u trenutnu praksu kada je u pitanju razvijanje MIP u školama. Istraživanje je pokazalo i na koji način prosvetni radnici i učenici formiraju stavove o savremenim načinima komuniciranja i obrazovanja, a sve sa ciljem da se formuliše opšti stav o budućnosti prosvetnih reformi u pravcu medijskog opismenjavanja mlađih slojeva populacije, ali i kreiranja preporuke za buduće aktivnosti nadležnih organa u oblasti obrazovanja. U tom smeru, a u partnerstvu sa organizacijom „Biblioteka plus“ iz Beograda, NNŠ od 2018. godine<sup>74</sup>, takođe uz podršku Evropske unije, realizuje projekat „Digitalni pogon“ čiji je osnovni cilj da se kroz različite aktivnosti, kao što su stručne konferencije, seminari, letnje škole i edukacije sa nastavnicima, bibliotekarima i učenicima ova populacija osnaži u MIP, a ovoj važnoj građanskoj kompetenciji trasira put ka svim nivoima formalnog obrazovanja u zemlji.

---

<sup>73</sup> Projekat su uz finansijsku podršku Evropske unije partnerski realizovali organizacije za razvoj medija na Zapadnom Balkanu - NNŠ, Media Centar Sarajevo, Albanski medijski institut, Makedonski institut za medije, Institut za medije Crne Gore, Mirovni institut, SEENPM).

<sup>74</sup> Projekat se realizuje do sredine 2021. godine. Detaljan opis rezultata projekata dostupan je na linku: <https://medijskapismenost.org.rs/tag/digitalni-pogon/> (pristupljeno 23. 01. 2021. godine).

Ova organizacija je tokom 2019. godine u okviru projekta „Megafon“ realizovala je radionice o dezinformacijama, oglašavanju, stereotipima i nasilju u medijima u šest osnovnih škola širom Srbije. Trenutno se realizuje projekat „Zvoni za MIP - osnaživanje učenja medijske i informacione pismenosti u školskom sistemu Srbije“ koji će trajati do sredine 2022. godine. Nakon što je medijska koalicija platformom medijskapismenost.org započela povezivanje različitih društvenih aktera u cilju prikupljanja materijala za učenike, nastavnike i novinare u oblasti MIP, NNŠ je pokrenula platformu „MIL Citizens“, s ciljem umrežavanja međunarodnih eksperata u oblasti MIP, novinara i nastavnika.

Medijska koalicija<sup>75</sup> (Nezavisno udruženje novinara Srbije, Udruženje novinara Srbije, Nezavisno društvo novinara Vojvodine, Lokal pres i Asocijacija nezavisnih elektronskih medija) uz podršku organizacije USAID, tokom 2013. i 2014. godine realizovala je projekat „Kampanja za medijski pismenost“<sup>76</sup>. Cilj je bio da se utvrdi kakva je percepcija medija i nivo razumevanja medija i medijske kulture kod mlađe i starije populacije i da se nakon toga različitim aktivnostima doprinese razvoju analitičkog pristupa medijskim sadržajima. U sklopu projektnih aktivnosti realizovano je ukupno 25 događaja, od toga 13 javnih debata na kojima se govorilo o važnosti promocije kvalitetnog i odgovornog novinarstva, zatim o neophodnosti kritičkog pristupa informacijama i odgovornoj proizvodnji medijskih sadržaja, ali i o značaju bezbednosti i privatnosti na internetu, odnosno pre svega prilikom korišćenja društvenih mreža. U okviru projekta pokrenut je i portal medijskapismenost.net, gde su nastavnici građanskog vaspitanja na jednom mestu mogli da pronađu materijale i planove časova na teme iz oblasti medijske pismenosti.

Međunarodna neprofitna organizacija IREX<sup>77</sup> u okviru svojih aktivnosti u Republici Srbiji realizuje program „Saznaj i razaznaj“. Osnovni cilj jeste da se građani svih starosnih grupa osnaže u kritičkom pristupanju informacijama kako u onlajn, tako i u oflajn sferi. Ovaj međunarodni program realizovan je širom sveta u saradnji sa inicijativama za javno zdravlje, bibliotekama, društvenim centrima,

---

<sup>75</sup> Medijska koalicija je formirana radi zagovaranja usvajanja i implementacije Medijske strategije i povećanja nezavisnosti medija i njihove zaštite od pritisa.

<sup>76</sup> Precizne informacije i sadržaje moguće je videti na linku: <http://www.medijskapismenost.net/o-projektu> (pristupljeno 23. 01. 2021. godine).

<sup>77</sup> Detaljne informacije o IREX dostupne su na linku: <https://www.irex.org/about-us> (pristupljeno 23. 01. 2021. godine).

programima stipendiranja i nevladinim organizacijama<sup>78</sup>. Istraživanja i studije u uticaju programa na polaznike pokazale su visok stepen učinkovitosti kada se radi o promeni pristupa informisanju<sup>79</sup>.

Ovo su samo neke od trenutnih aktivnosti civilnog sektora u oblasti MIP. Oni svakako govore u prilog snažnom pokretu „odozdo“ koji pokazuje stvarnu potrebu zajednice (kao krajnjih korisnika) i donatora (bez kojih mnogi od ovih programa ne bi mogli biti realizovani), ali i jasnije opredeljenosti države da MIP razvija takoreći kapilarno, uz pomoć različitih društvenih aktera, među kojima trenutno najviše inicijativa dolazi iz civilnog sektora. Tema medijske i informacione pismenosti danas je mnogo više prisutna u javnosti, međutim čini se još uvek ne dovoljno da bi se njena implementacija u sve nivoe obrazovanja sprovedla sistemski, kao poseban predmet i što je još važnije kao međupredmetna kompetencija koja, u medijima posredovanom svetu, menja način na koji promišljamo informacije, medijske poruke, sebe kao publiku i medije kao institucije građanstva.

## Literatura

Džihana, A., Šahinpašić, A. (2020). Medijska i informacijska pismenost i javno zagovaranje kojim se nastoji utjecati na javne politike. *DHS*, 1 (10), 317-330.

European Commission (2007) *A European Approach to Media Literacy in the Digital Environment*. <https://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM%3A2007%3A0833%3AFIN%3AEN%3APDF> (poslednji pristup 23. 01. 2021. godine).

IREX <https://www.irex.org/> (poslednji pristup 23. 01. 2021. godine)

Media and Learning – MEDEA <https://media-and-learning.eu> (poslednji pristup 23. 01. 2021. godine).

---

<sup>78</sup> Program „Saznaj i razaznaj“ baziran je na stručno recenziranom kurikulumu koji polaznike upoznaje sa informacionim prostorom koji ih okružuje, zatim ih uči tome kako da uz pomoć određenih veština i kritičkog načina razmišljanja „preuzmu kontrolu“ nad svojim informacionim okruženjem, odnosno da budu sposobni da u svakom trenutku identifikuju i verifikuju verodostojne informacije i na kraju da na dugoročnom planu budu odgovorni kada je reč o razmeni informacija (IREX).

<sup>79</sup> Rezultati studije o promeni pristupa informisanju kod polaznika treninga u Srbiji dostupni su na linku: <https://www.irex.org/sites/default/files/IREX%20Learn%20to%20Discern%20Results%20Factsheet%20May%202020.pdf> (pristupljeno 23. 01. 2021. godine).

- N. Radeljić, Ž. Jovanović. (2013). *Priručnik za javno zastupanje*. Fond za aktivno građanstvo: Podgorica. [http://faktcg.org/files/prirucnici/prirucnik\\_janvoztastupanje.pdf](http://faktcg.org/files/prirucnici/prirucnik_janvoztastupanje.pdf) (poslednji pristup 23. 01. 2021. godine).
- Novosadska novinarska škola <https://novinarska-skola.org.rs/sr/> (poslednji pristup 23. 01. 2021. godine).
- Portal medijskapismenost.net <http://www.medijskapismenost.net> (poslednji pristup 23. 01. 2021. godine).
- Portal medijskapismenost.org <https://medijskapismenost.org.rs> (poslednji pristup 23. 01. 2021. godine).
- UNESCO. (2003). *The Prague Declaration – Towards an Information Literate Society*. <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/PragueDeclaration.pdf> (poslednji pristup 23. 01. 2021. godine).
- Strategija razvoja sistema javnog informisanje u Republici Srbiji do 2016. godine*, Sl. glasnik RS, br. 75/2011.
- Strategija razvoja obrazovanja do 2020. godine, Sl. Glasnik RS, br. 107/12. <http://www.mpn.gov.rs/wp-content/uploads/2015/08/STRATEGIJA-OBRAZOVANJA.pdf>.
- Strategija razvoja informacionog društva u Republici Srbiji do 2020. godine, Sl. Glasnik RS, br. 51/2010. [https://www.paragraf.rs/propisi/strategija\\_razvoja\\_informacionog\\_drustva\\_u\\_republici\\_srbiji.html](https://www.paragraf.rs/propisi/strategija_razvoja_informacionog_drustva_u_republici_srbiji.html).
- Medijski edukativni centar, MEC (2017) Pripremni dokument o nacionalnim politikama i strategijama medijske i informacione pismenosti (MIP) u Srbiji. [https://www.mediaeducationcentre.eu/eng/?page\\_id=4121](https://www.mediaeducationcentre.eu/eng/?page_id=4121).

### 1.3. Medijska i informacijska pismenost u funkciji razvoja kritičkog mišljenja i zagovaranja mladih

Aleksandra Ugrinić<sup>80</sup>

Prethodni pregled pokazuje da medijska i informacijska pismenost ulazi u nacionalna strateška dokumenta tek u poslednjoj deceniji, paralelno sa uvođenjem elemenata medijske pismenosti u određene predmete u osnovne škole i gimnazije, te da su glavni zamajac razvoju medijskog obrazovanja u Srbiji posle 2000. davale organizacije civilnog društva uz podršku međunarodnih donatora i organizacija. Sistemsko praćenje nivoa medijske i informacijske pismenosti ili efekata implementacije strategija i predmeta nije uspostavljeno. Istraživanja nivoa i strukture medijske i informacijske pismenosti u Srbiji su retka, najčešće se obavljaju uz podršku međunarodnih fondova ili nevladinih organizacija u Srbiji, a uglavnom su orijentisana na određene segmente populacije, decu školskog uzrasta i nešto ređe studente, i fokusirana ili na medijsku ili na informatičku pismenost. Poslednjih godina ovu prazninu polako počinju da popunjavaju istraživanja sa fokusom na: međugeneracijske razlike u medijskoj pismenosti (Matović, 2019); trans-medijske kompetencije pripadnika visokog obrazovanja (Arsenijević & Andevski, 2015, 2016; Arsenijević, 2020); izazove korišćenja interneta dece, uz perspektive njihovih nastavnika i roditelja (Popadić, Pavlović, Petrović & Kuzmanović, 2016; Popadić & Kuzmanović, 2013). Retka su istraživanja koja su ciljala širi opseg ispitanika, poput *Medijska pismenost u Srbiji* koje je pored učenika, studenata novinarstva, profesora građanskog vaspitanja, obuhvatilo i novinare kao kreatore medijskih sadržaja (Stamenković, 2013).

Navedena istraživanja ukazuju na neophodnost daljeg rada na unapređivanju MIP u Srbiji, kao i na potrebe za rad sa različitim generacijama kao i ciljnim grupama. U skladu sa tim je realizovan i projekat *Medijska i informacijska pismenost u funkciji razvoja kritičkog mišljenja i zagovaranja mladih* kroz regionalnu saradnju tri univerziteta: Univerziteta u Sarajevu, Univerziteta Crne Gore i Univerziteta u Beogradu.

---

<sup>80</sup> Asistentica na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu.

Hibridni model višekomponentne integracije medijske i informacijske pismenosti u obrazovni sistem, od kojeg se polazi u ovom projektu se pokazao kao dovoljno širok i fleksibilan da omogući prilagođavanje aktivnosti aktuelnim društvenim izazovima, posebno nepredvidivim poput pandemije COVID-19, specifičnim društveno-političkim kontekstima triju zemalja iz regiona, ali i različitim ciljnim grupama. Najpre, širina hibridnog koncepta MIP pokazala se u punom svetlu tokom transformisanja planiranih aktivnosti na onlajn izvođenje, usled COVID-19. Naslanjajući se na prethodno iskustvo kolega iz B&H, metodologiju koju su razvijali i testirali prethodnih godina, podršku programa Dijalog za budućnost, uspehi smo da kroz regionalnu saradnju pronađemo kreativne načine da sve aktivnosti sa ciljnim grupama realizujemo onlajn. Drugo, višekomponentno shvatanje MIP nam je omogućilo da teme prilagodimo aktuelnim društveno-političkim izazovima ali i ciljnim grupama. Svakoj ciljnoj grupi pristupili smo na drugačiji način, ciljajući na izgradnju različitih kompetencija i proširivanje različitih znanja. Treće, radionice za sve tri ciljne grupe su dizajnirane na jedinstven način u regionalnoj perspektivi. Iako su radionice obrađivale iste krovne teme, one su bile prilagođene društveno-političkim kontekstima i operacionalizovane tako da odgovore na nacionalne ali i globalne izazove.

U tom smislu, tematski okvir radionica u Srbiji je pratio potrebe za podizanje medijske i informacijske pismenosti nastale usled širenja virusa COVID-19. Najpre, suočeni sa ograničenjem kretanja većina ljudi je bila prinuđena da profesionalne i privatne živote u velikoj meri ostvaruje posredstvom digitalnih tehnologija, što je demonstriralo potrebu za stalnim savladavanjem novih znanja koja spadaju u okvire medijske i informacijske pismenosti. Osim što je postajala potreba za ubrzanim prilagođavanjem novim aplikacijama, platformama, programima, istovremeno je javnost bila preplavljena teorijama zavere i lažnim vestima, koje su dovodile u zabludu čitaoce, slušaoce i gledaoce. Oba trenda su dodatno podvukla značaj kompetencija za kritičko promišljanje informacija koje dolaze do publike različitim kanalima, posebno ako se odnose na zdravlje. Takođe, u polarizovanom medijskom sistemu, kakav je u Srbiji, velika kriza je pojačala linije podela, ali i verbalne obračune u javnoj sferi, koji su često zalazili u zonu „crne participacije“ kako je nazvao Kvandt (Quandt, 2018), to jest prelazili granice pristojnosti ili se približavali govoru mržnje. U regionu koji je u nedavnoj prošlosti prošao kroz građanske ratove, ekonomsku izolaciju, periode autoritarizma, širenje ovakvih fenomena je posebno opasno, i mora se kontinuirano raditi na izgra-

dnji tolerancije i međukulturalnog dijaloga. Imajući u vidu da je pandemija samo pojačala već postojeće trendove, projekat je pošao od koncepata izgradnje mira, tolerancije, kako bi se podigla tolerancija za različitosti kroz razvoj MIP, odnosno kroz podizanje kapaciteta za kritičko razmatranje sadržaja medija i interneta i kompetentnije učešće u javnoj sferi. Ova krovna orijentacija operacionalizovana je u pojedinačne aktivnosti za posebne ciljne grupe. Kroz ovaj projekat, u okviru Zajedničkog regionalnog programa *Dijalog za budućnost* targetirane su 3 ciljne grupe: studenti, nastavnici i bibliotekari kao i novinari i urednici. Sve tri kategorije su važne karike u razvijanju kritičkog mišljenja kao baze medijske i informacijske pismenosti.

U radu sa mladima, cilj je bio da se kroz praktična i teorijska znanja podigne kapacitet za izgradnju mira i prevazilaženje predrasuda u multikulturalnim društvima među studentima. Počevši od javnih politika i alternativnih načina predstavljanja društvenih problema osnažena je uloga komuniciranja unutar i između društava. Otvorena je i perspektiva javnog zagovaranja u digitalnom okruženju, sa akcentom na obezbeđivanju vidljivosti i adekvatnoj promociji. Uz široku teorijsku bazu, studentima su ponuđene praktične veštine javnog zagovaranja, a zatim su podstaknuti mentorskim radom da percipiraju probleme u svojim sredinama. Prepoznavanjem ključnih donosilaca odluka, agitovanjem i nuđenjem vizuelnih rešenja zagovaranja u digitalnom okruženju studenti i studentkinje tri univerziteta u Srbiji (Niš, Novi Sad i Beograd) ponudili su i inovativna rešenja zasnovana na kritičkom promišljanju i stavljanju problema u širi društveni kontekst.

Rukovođeni inicijalnim ciljem da polaznici ovladaju načinima promocije kulturne različitosti, međukulturalnog dijaloga i tolerancije kroz MIP, ključna spona između, na jednoj strani, mladih koji treba da izgrade kapacitet za kritičko rezonovanje i javno zagovaranje, i medija i medijskih sadržaja, na drugoj strani, koji na mlade u velikoj meri imaju uticaj, našli su se nastavnici i bibliotekari osnovnih i srednjih škola širom Srbije. Sa njima je diskutovano o ulozi komunikacije u međukulturalnom dijalogu; o multikulturalnosti i antidiskriminativnim politikama i praksama u Srbiji; raznolikosti i jednakosti kroz isključivanje, segregaciju, integraciju i inkluziju. Prepoznat je i značaj prevencije širenja nasilnog ekstremizma i deradikalizacije mladih. Osnažena je potreba za diskusiju kao metod i put do tolerancije. U svetlu aktuelne situacije, akcentat je stavljen i na ulo-

gu digitalnih medija za pospešivanje međukulturalnog dijaloga u obrazovanju. Ovakav pristup omogućio je nastavnicima da pospeše senzibilnost prema «Drugom» i drugačijem kod mladih u okvirima pripadajućeg društvenog miljea. Pored teorije, obukom je ponuđen set praktičnih rešenja i zadataka koje mogu da primene u svakodnevnim nastavnim aktivnostima, bez obzira na njihovu predmetnu profilaciju. Značaj MIP projekta prepoznalo je i Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja u Republici Srbiji, koje je iniciralo registrovanje ove dodatne edukacije za nastavnike i bibliotekare u Zavodu za unapređenje obrazovanja i vaspitanja.

U radu sa novinarima kao kreatorima medijskih sadržaja, u okviru četiri podcast emisije i dve radionice obrađene su globalno aktuelne teme. Otvorena su pitanja shvatanja lažnih vesti, pravljenje distinkcije između dezinformacija i vesti koje na različite načine mogu dovesti publiku u zabludu (*clickbait* naslovi). Otvoreno je pitanje hiperprodukcije vesti koja dovodi do smanjenja kvaliteta novinarstva. Okretanje medija negativnim vestima, crnoj hronici, celebrity kulturi i *life style* pričama strmoglavo se kreće u pravcu odstupanja medija od ideal paradigme novinarstva i porasta uloge medija kao „zabavljača” publike. Takođe, u fokusu je bilo i izveštavanje u toku pandemije COVID-19 koja je za sobom povukla brojne pouke iz medijskog tretmana krize. Tema pozitivnog pripovedanja je takođe stavljena u kontekst pandemije, ali i nadograđena *solution journalism* konceptom, odnosno potrebom da se sve više oslanjamo na novinarstvo orjentisano prema rešenjima. To je zapravo precizno i uverljivo izveštavanje o odgovorima na društvene probleme, odnosno izveštavanje o rešenjima na način da se objasni građanima i građankama kako konkretno rešenje suštinski menja situaciju na terenu. U cilju podizanja svesti novinara i urednika, ali i davanja izvesnih preporuka kako od strane izabраниh predstavnika esnafa, tako i učesnika radionica, omogućeno je šire poimanje medijske i informacijske pismenosti.

Iz ovako sveobuhvatne palate obrađenih tema, za potrebe ove publikacije izdvojeni su samo neki koncepti kroz tekstove koji reflektuju naše ključne projektne aktivnosti.

## Literatura

Arsenijević, J. M. (2020). *Transmedijska pismenost u funkciji unapređenja visokog obrazovanja u Republici Srbiji* (Doctoral dissertation, Univerzitet u Beogradu-Fakultet političkih nauka).



Arsenijević, J., & Andevski, M. (2015). New Media (un) literacy of employees in Serbian Education. *on Virtual Learning*, 95.

Arsenijević, J., & Andevski, M. (2016). Educational Community: Among the Real and Virtual Civic Initiative. *Research in Pedagogy*, 6(1), 1-12.

Popadić, D., Pavlović, Z., Petrović, D., & Kuzmanović, D. (2016). Global Kids Online Serbia: balancing between opportunities and risks: results from the pilot study.

Popadić, D. & Kuzmanović, D. (2013). Korišćenje digitalne tehnologije, rizici i zastupljenost digitalnog nasilja među učenicima u Srbiji [Utilisation of Digital Technologies, Risks, and Incidence of Digital Violence among Students in Serbia]. Pristupljeno 07. 04. 2021. sa <http://sbn.rs/clientpub/uploads/Digitalno%20nasiljeIzvestaj%202013.pdf>

Stamenković, A. (2013). Medijska pismenost u Srbiji Rezultati istraživanja. Beograd: Birodi. Pristupljeno 07. 04. 2021. sa <http://www.birodi.rs/wp-content/uploads/2013/12/Medijska-pismenost-u-Srbiji-rezultati-istra%C5%BEivanja.pdf>

## 2. PODIZANJE KAPACITETA STUDENATA ZA IZGRADNJU MIRA KROZ MEDIJSKU I INFORMACIJSKU PISMENOST

### 2.1. Pregled radionica medijske i informacijske pismenosti: podizanje kapaciteta mladih za javno zagovaranje

Marta Mitrović  
Neven Obradović  
Kristina Milić<sup>81</sup>

Veza između javnog zagovaranja i medijske i informacijske pismenosti (MIP) može se posmatrati kao simbiotička. Dok se sa jedne strane MIP nameće kao ključna za gotovo svako javno zagovaranje, sa druge strane, javno zagovaranje se može upotrebiti upravo u svrhu promovisanja i ostvarivanja MIP. Danas je gotovo nemoguće ostvariti ciljeve javnog zagovaranja bez prisustva u medijima, kako tradicionalnim tako i na internetu. Vidljivost je ključ uspešnog zagovaranja, a da bi ona bila efikasna očekuje se da i oni koji zagovaraju temu, ali i javnost budu bar elementarno medijski i informacijski pismeni. Moglo bi se reći da su ova dva koncepta međuzavisna i da rade u prilog jedan drugom.

Uspešno javno zagovaranje moguće je u društvu gde je demokratija dovoljno zrela da osnaži građane i građanke da istupe i zastupaju svoja prava, ili da prepoznaju potrebu da to neko učini za njih. Međutim, javno zagovaranje može se posmatrati i kao alat za izgradnju jednog takvog društva. Iako se percipira kao prevashodno neformalni proces, njegov cilj je izazivanje formalnih promena u oblasti koja se najšire može odrediti kao oblast ostvarivanja ljudskih prava. Javno zagovaranje, često nazivano i javno zastupanje, ima mnoštvo definicija, ali je u svima fokus na zagovaranju određenih ideja koje za cilj imaju stvarnu promenu javnih politika u oblasti koja se zagovara. To je proces u kom učestvuju najmanje tri strane: korisnici – čija su prava ugrožena, zastupnici i ciljne grupe – donosioci odluka (Radeljić i Jovanović, 2013, str. 14). Kada se javno zagovaranje posmatra u kontekstu medijske i informacijske pismenosti, korisnici mogu biti čitava javnost. Zastupnici su uglavnom nevladine organizacije, dok su ciljne grupe, u zavisnosti od kon-

---

<sup>81</sup> Asistentica na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu.

kretne teme zagovaranja, Vladina tela u oblasti medija i uopšte informisanja, ili druga tela koja mogu uticati na promene.

Jačanjem kompetencija mladih za kritičko mišljenje i javno zagovaranje kroz MIP predstavlja okosnicu podizanja socijalne kohezije, tolerancije i razumevanja u građanskom društvu. Samo medijski i informacijski pismena osoba mora imati i znanja i veštine da pronađe i prepozna informaciju koja rešava specifičan društveni problem, vrednuje informacije koje poseduje, zna kako da ih organizuje i iskoristi na pravi način (ALA, 1989). Kroz segment Zajedničkog regionalnog programa *Dijalog za budućnost*, poseban modul koji je realizovao projektni tim Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu bio je namenjen upravo izgradnji kritičkog mišljenja mladih, pre svega studenata društvenih nauka u cilju njihovog daljeg osposobljavanja za izgradnju mira kroz MIP. Ovaj projektni segment osmišljen je sa idejom da studentima u Republici Srbiji pruži teorijska znanja o javnim politikama, razvije veštine javnog zagovaranja, usmeri na prepoznavanje društvenih problema, procesa i koraka u lobiranju kod donosilaca odluka, i naposletku osposobi za javno zagovaranje u digitalnom okruženju. Metodologija rada na radionicama namenjenim studentima zasnovana je na „Priručniku za javno zagovaranje i procjenu potreba zajednice“ koji su za potrebe realizacije projekta *Medijska i informacijska pismenost u Bosni i Hercegovini u funkciji razvoja kritičkog mišljenja i zagovaranja mladih* priredile Ehlimana Spahić i Berina Beširović, kao članice projektnog tima Instituta za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka, Univerziteta u Sarajevu. Priručnik se zasniva na *Podium* metodologiji, koja obuhvata devet ključnih segmenata/koraka u procesu javnog zagovaranja.

Imajući u vidu da su radionice namenjene jačanju kritičkog mišljenja i javnog zagovaranja mladih organizovane posredstvom online platforme, prostorna distanca je lako prevaziđena. U uslovima pandemije COVID-19, sa lakoćom su spojeni studenti društvenih nauka iz tri najveća univerzitetska centra u Republici Srbiji, Univerziteta u Beogradu, Univerziteta u Novom Sadu i Univerziteta u Nišu. Na taj način razmena ideja se odvijala između kulturno, socijalno i teritorijalno različitih sredina, a omogućen je uvid u širi spektar društvenih problema.

Teorijski aspekt radionica obuhvatio je tri tematska predavanja, koja su koncipirana u skladu sa idejom i opštim ciljevima projekta, a ticala su se jačanja kri-

tičkog mišljenja mladih kao i podizanja njihovih kapaciteta da javno zagovaraju rešavanje različitih problema. Zbog toga je, kao prvo, obrađena tema javnih politika, kao načina predstavljanja i proizvodnje „problema“ u vezi sa kojima se studenti osnažuju da javno zagovaraju određene pravce razvoja javnih politika. Kao ishod drugog teorijskog predavanja predviđeno je osnaživanje mladih za aktivno učešće u izgradnji mira, dok su kroz treće teorijsko predavanje studenti upoznati sa mogućnostima, pristupima i metodama javnog zagovaranja u digitalnom okruženju.

Praktična obuka se bazirala na mentorskom radu sa polaznicima radionica koji su imali zadatak da formulišu originalne kampanje javnog zagovaranja kroz timski rad. Radionice je pohađalo 43 učesnika, pa je formirano deset timova, od kojih je tri sačinjavalo pet studenata, a sedam timova je imalo 4 člana. U skladu sa tim, angažovano je deset mentora, koji su nadgledali rad timova i pružali im neophodne savete i smernice tokom izrade javnih kampanja. U cilju obezbeđivanja nepristrasnosti, studenti su radili sa mentorima sa drugih univerziteta, i sa različitim usmerenja u oblasti društvenih nauka. Pored nadgledanja, mentori su održali predavanja koja su imala za cilj da objasne različite segmente kreiranja kampanja, i obrade teme u skladu sa „Priručnikom za javno zagovaranje i procjenu potreba zajednice“: analiziranje potreba zajednice; prioritetiziranje potreba zajednice; formulisanje teme javnog zagovaranja; mapiranje ciljne publike i identifikovanje donosioca odluka; taktike javnog zagovaranja; koncipiranje i modelovanje kampanja; zagovaranje promena i pripremanje javnog nastupa i slogana. Takođe, održano je i predavanje o upravljanju budžetom koje je osim smernica iz priručnika obuhvatilo i neophodne alate za kreiranje budžeta za promociju na društvenim mrežama.

Osim predavanja, radionice su imale i interaktivne segmente, i studentima je pružena prilika da prezentuju svoje ideje za kampanje javnog zagovaranja i da dobiju komentare kolega i mentora. Ovi uvidi su bili dragoceni, jer su se timovi u poslednjoj fazi obuke takmičili za budžet za realizaciju kampanje. Obezbeđen je budžet za realizaciju dve kampanje od deset. Nakon završetka trodnevne radionice, svih deset timova je imalo na raspolaganju sedam dana da primene stečena znanja kroz izradu konkretnih predloga kampanja javnog zagovaranja u saradnji sa mentorima. O idejama, ciljevima i perspektivama za realizaciju predloženih

kampanja javnog zagovaranja odlučivao je tročlani stručni žiri regionalnog karaktera.

Novčanu nagradu za realizaciju predloga kampanje javnog zagovaranja dobila su dva studentska tima: Fakulteta političkih nauka u Beogradu i Filozofskog fakulteta u Nišu. Kampanja *Doniraj Diplomiraj* prepoznala je problem skladištenja tekstilnog otpada na globalnom nivou. S tim u vezi imala je za cilj da motiviše studentsku populaciju da donacijom garderobe pomognu prihvatilištima u Beogradu, čime bi se smanjio i tekstilni otpad na lokalnom nivou. Kao donosioce odluka targetirali su javno komunalno preduzeće, koje bi za potrebe kampanje obezbedilo kontejner za skladištenje garderobe na fakultetu, a kao drugi ključni akter podrške prepoznata je uprava Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu. Drugi tim koji je odneo pobjedu sa kampanjom *Jednak pristup* bavio se pitanjem rešavanja neadekvatnog pristupa osoba sa invaliditetom javnim toaletima u Nišu. Ovaj tim je lobiranjem uspeo da dobije ključnu podršku dve organizacije, koje su im pomogle u promociji svoje inicijative za izgradnju javnog toaleta, Niško udruženje studenata sa hendikepom i Udruženje „Iz kruga Niš“, čija je predsednica odbornica Skupštine grada Niša. Zahvaljujući dobroj proceni, njihov predlog je došao do tela Skupštine grada Niša.

Ključni zaključak ovog modula je da su studenti spoznali mogućnosti javnog zagovaranja za ostvarivanje promena na lokalnom nivou, ali i osnaženi za pokretanje inicijativa na nekom većem nivou odlučivanja. Uvidi mentora potvrđuju da ovaj projekat pokazuje da mladi razmišljaju o svojoj lokalnoj sredini i imaju empatiju prema njenim problemima. Posmatrajući studente iz perspektive budućih akademskih građana, posebno diplomiranih novinara koji će imati ulogu u jačanju MIP šire javnosti, na osnovu predloženih i sprovedenih kampanja javnog zagovaranja, može se zaključiti da je ovaj projekat doprineo jačanju demokratskog društva.

Studenti su učešćem u evaluaciji projektnih aktivnosti visoko ocenili zadovoljstvo sadržajem seminara (čak 75 odsto učesnika), a dominantno je bilo i stanovište da je ovaj način rada ponudio nova znanja i veštine, i rasvetlio im načine čitanja medijskih slika u kontekstu medijske i informacijske pismenosti. Više od pola učesnika smatra da je po završetku ove obuke u stanju da prenese bazična znanja o načinima i metodama unapređenja veština javnog zagovaranja i procena

potreba zajednice. Ovo potvrđuje tezu da su procesi medijskog opismenjavanja dugotrajni i spori, ali značajni za zastupanje pojedinačnih prava i potreba.

### **Literatura**

Americal Library Association. (1989). *Presidential Committee on Information Literacy: Final Report. 1989*. Pristupljeno 28.02.2021. sa  
<http://www.ala.org/ala/mgrps/divs/acrl/publications/whitepapers/presidential.cfm>,

Radeljić, N. & Jovanović, Ž. (2013). *Priručnik za javno zastupanje*. Fond za aktivno građanstvo: Podgorica. Pristupljeno 07. 04. 2021. sa  
[http://faktcg.org/files/prirucnici/prirucnik\\_janvozastupanje.pdf](http://faktcg.org/files/prirucnici/prirucnik_janvozastupanje.pdf)

## 2.2. Javne politike i alternativni načini predstavljanja društvenih problema

Biljana Đorđević<sup>82</sup>

Pokušaću da u ovom radu ukratko predstavim jedan posebni pristup analizi javnih politika, pristup kanadsko-australijske politikološkinje Karol Baki (Carol Bacchi), profesorka emerite sa Univerziteta u Adelejdu. Ovaj se pristup može nazvati i poststrukturalističkim pristupom analizi javnih politika koji je u Srbiji, a čini se da je to slučaj i sa regionom, potpuno nepoznat a mogao bi biti od pomoći mladima koji treba da pronađu nove načine za političko delovanje i zagovaranje društvenih promena. Iako se zbog specijalizacije političkih nauka često dešava da se izgubi veza između naučnih disciplina poput veze između političke teorije kao discipline i discipline javnih politika, izuzetno je važno podsetiti na značaj te veze. Politička teorija koja se u velikoj meri bavi razmatranjem odnosa između normativnih političkih principa informiše, čak i kada to nije eksplicirano, predloge javnih politika koji u suštini daju operacionalizaciju ovih principa, odnosno konkretizaciju najviših vrednosti jednog društva. U tom kontekstu je neophodno posmatrati javne politike mnogo šire nego što je uobičajeno. Predlozi javnih politika ne moraju dolaziti isključivo od institucija javne vlasti, bilo lokalne, nacionalne ili međunarodne, i od njih angažovanih tink tenkova već i od političkih teoretičara i politikologa iz akademske zajednice, praktičara iz različitih tink tenkova ili udruženja građana koji mogu samostalno izlaziti sa predlozima ili kreirati ove predloge za konkretne političke aktere poput političkih partija. Takođe, predlozi javnih politika mogu formulisati i aktivisti koji, boreći se protiv nekih loših rešenja vlasti na ulicima, artikulišu nova rešenja. Drugim rečima, kad postavimo pitanje *ko i odakle daje predloge* vidimo da postoje različita mesta, institucionalna i vaninstitucionalna na kojima se može odvijati kreiranje javnih politika. Važno je postaviti i pitanje *kako se do znanja i dokaza o nekom problemu dolazi* jer onda jednako uviđamo da postoje i različite metode predlaganja i kreiranja javnih politika koje mogu biti manje ili više zasnovane na uključivanju različitih perspektiva građana. U skladu sa tim, građani, a posebno mladi širom sveta, sve više insistiraju na participativnim metodama kreiranja politika.

---

<sup>82</sup> Docentica na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu.

Pristup politikološkinje Baki „What’s the Problem Represented to be?” (WPR pristup) polazi od pitanja „Šta je problem koji je predstavljen kao problem?“ Drugim rečima, Baki sugerše da je potrebno zapitati se kako je problem koji je predstavljen kao problem zapravo stvoren/proizveden samim činom predstavljanja. Premisa ovog pristupa je da se vlasti ne bave pukim rešavanjem postojećih problema, već „probleme proizvode” tako što vrše specifičnu problematizaciju određenih društvenih situacija. Time se skreće pažnja na to kako se neko pitanje uokvirava i uobličava, što utiče na to šta se na kraju uradi, a šta da se ne uradi, odnosno šta se finansira, koje aktivnosti se sprovode i tako dalje. Kroz određeno proizvodjenje problema vrši se proizvodnja subjekata („marginalizovane grupe”, „Romi”, „ilegalni migranti”, „neodgovorni građani”), objekata („integracija”, „siromaštvo”) i mesta („država”, „Evropa”, „zemlja tranzita”, „javni prostori”, itd.). Kreatori javnih politika (vlade, tink tenkovi, partije, udruženja građana, stručne organizacije, društveni pokreti) su aktivni stvaraoci posebnih načina razumevanja stvari, odnosno društvenih problema (Bacchi i Goodwin, 2016).

Ovaj WPR pristup se suprotstavlja dominantnom pristupu *evidence-based policy* (tzv. javne politike zasnovane na dokazima) koji se zasniva na pozitivističkoj paradigmi i paradigmi korespondencije znanja/istine i stvarnosti kojoj mi kao istraživači imamo direktan pristup. Kod pristupa zasnovanog na dokazima, pretpostavka je da je znanje neutralno, i ignorišu se veze znanja i moći (ko finansira koja istraživanja nasuprot tome koja se istraživanja ne finansiraju; ko i kako interpretira podatke itd.). Međutim, prema WPR pristupu, „znanje”, koje je rezultat istraživanja, nije „istina“ ili set „istinitih tvrdnji o stvarnosti“ već učestvuje u proizvodnji stvarnosti. Proizvodnja znanja kroz istraživanje već je vid političke prakse, pa je shodno tome važno da osvestimo kakva je praksa u kojoj učestvujemo! Mnogima je na prvi pogled teško da prihvate ovakvu tvrdnju jer se izgubilo shvatanje politike kao borbe za opšte dobro ili promenu. Ali ako razmotrimo kako su neke teme poput nasilja u porodici, dečjih brakova, silovanja u braku ili zdravstvenih problema poput pušenja i gojaznosti nekada bile lične ili privatne stvari koje su vremenom, ali i zahvaljujući praksama istraživača kao i zagovaranju aktivista, postojale javni problemi koji zahtevaju pažnju i intervenciju društva i države, ova vrsta političke intervencije kroz proizvodnju znanja postaje razumljivija. Drugim rečima, istraživanje u društvenim naukama stvara, a ne samo reflektuje, svet, i uvek treba da razmišljamo o tome da mogu da postoje različite javne politike u vezi sa nekom društvenom situacijom, ali i da



formulišemo rivalsko predstavljanje i proizvođenje „problema”, ukoliko ne postoji suprotstavljena javna politika ili ukoliko smatramo da dominantno „predstavljanje problema” isključuje određene grupe i posledice ovih politika po njih. Važno je da razotkrijemo i identifikujemo različita ili često i suprotstavljena razumevanja društvenih pitanja putem „predstavljanja problema” zato što svako od ovih predstavljanja problema predstavlja oblik političke intervencije sa raznovrsnim posledicama. Za ovu vrstu kritičkog preispitivanja postojećih javnih politika i dolaženja do alternativnih predloga Baki nudi set pitanja koje treba da postavimo kada analiziramo javne politike. Odgovaranje na ova pitanja pomaže u dolaženju do alternativnih formulacija predstavljanja problema i svi koji žele da se upuste u kreiranje i zagovaranje javnih politika, bilo da to rade tehnokratski ili aktivistički, mogu da ih primene pre nego što se obrate institucijama. S obzirom da je autorka stalno nadograđivala ovaj set pitanja kroz svoje radove ova pitanja, za potrebe ove publikacije njene različite revizije su sabrane u sledeći niz pitanja (Bacchi, 2009; Bacchi i Goodwin, 2016):

1. Kako konkretne politike, široko gledano, predstavljaju „probleme” koje navodno rešavaju?
2. Koje prakse proizvodnje znanja su uključene u proces proizvodnje „problema”?
3. Kako ta znanja dobijaju na težini, na osnovu čega stižu autoritet i legitimitet?
4. Kakve su posledice konkretne problematizacije problema na ljudske živote?
5. Koji scenariji su ovakvim problematizacijama podstaknuti? Koje su alternative ugušene?
6. Kako su politički subjekti proizvedeni specifičnim predstavljanjem problema?
7. Koji su „predmeti” i „mesta” kreirani i sa kojim posledicama?
8. Koje su alternativne problematizacije moguće?

Prilikom kreiranja javnih politika može se probati sa odgovaranjem makar na neka od ovih pitanja, ako ne uvek na sva pitanja. Uzmimo kao primer Zakon o javno-privatnim partnerstvima iz 2011. godine čija primena doživljava pravu ekspanziju u Srbiji nakon 2015. godine, sklapanjem brojnih partnerstva između lokalnih samouprava i privatnih partnera. Ovaj zakon ukazuje na javnu politiku

koja se tiče javnih usluga i obrazlaže se time da je poboljšanje javnih usluga moguće jedino ako se one sve više prepuštaju privatnom sektoru: ovde imamo „predstavljanje problema” u vidu nesposobnosti države da zadovolji javnu uslugu i poboljša kvalitet. Ovo predstavljanje problema nije ograničeno na Srbiju i zapravo je došlo iz jedne privatizacijske paradigme koja je gotovo manihejski postulirala da je privatno istoznačno sa dobro i sposobno, a državno i javno podrazmevaju loše i nesposobno. Međutim, posledice ovih javno-privatnih partnerstava su često pogoršanje kvaliteta i poskupljenje usluga jer se država odnosno lokalne vlasti (a preko njih zapravo poreski obveznici Srbije) obavezuju da snose rizike koje poslovanje donosi, dok se profit prepušta privatnom partneru. Sa širenjem javno-privatnih partnerstava javilo se alternativno predstavljanje problema koje ne vidi da je javna svojina nužno kočnica za poboljšanje javnih usluga, a svakako razotkriva da javno-privatna partnerstva prati logika „rizik javni, profit privatni” koja nije adekvatno rešenje za zadovoljenje javnog interesa (Stojmenović i Janković, 2020). U mnogim zemljama i gradovima širom sveta se upravo obrnuo trend privatizacije javnih i komunalnih usluga zbog loših rezultata po javni interes i same građane i na delu je proces remunicipalizacije i rekomunalizacije privatizovane svojine (Pigeon et al., 2012; Kishimoto et al., 2015).

Drugi primer primene pristupa koji zagovara Baki koji navodim tiče se kreiranja subjekata u vidu „odgovornih građana” što je u političkoj i društvenoj teoriji već prepoznato kao metod *responzibilizacije subjekata* koji treba da budu odgovorni za svoj život. U slučaju primera koji navodim, primarna odgovornost za zdravlje se pripisuje građanima nasuprot stanovištu koje uključuje i društvene uslove zdravlja poput siromaštva ili dostupnosti zdravstvenih usluga. Ova šira perspektiva je u skladu sa definicijom zdravlja iz Ustava Svetske zdravstvene organizacije prema kojoj je zdravlje „stanje potpunog fizičkog, mentalnog i socijalnog blagostanja, a ne samo odsustvo bolesti ili slabosti.” U Zakonu o zdravstvenom osiguranju Srbije iz 2019. godine uveden je član 131, stav 4, koji kaže da se „osiguranim licima obezbeđuju zdravstvene usluge u visini od najmanje 65% od cene zdravstvene usluge iz sredstava obaveznog zdravstvenog osiguranja za ... lečenje bolesti čije je rano otkrivanje predmet ciljanog preventivnog pregleda, odnosno skrininga, prema odgovarajućim nacionalnim programima, ukoliko se osigurano lice nije odazvalo ni na jedan poziv u okviru jednog ciklusa pozivanja, niti je svoj izostanak opravdalo, a ta bolest je dijagnostikovana u periodu do narednog ciklusa pozivanja.” Ova odredba predstavlja problem finansiranja zdr-

avstvenog osiguranja kao problem neodgovornih građana koji se ne odazivaju na preventivne preglede. Ukoliko se utvrdi neodgovornost građana koja je dovela do bolesti, oni treba da snose deo troškova lečenja iako su verovatno godinama plaćali doprinose za zdravstveno osiguranje koje će „odgovornim građanima” u potpunosti pokriti lečenje. Posledica ovakvog predstavljanja problema može biti ograničenje prava građana, pogoršanje njihovih zdravstvenih situacija i dodatnog osiromašjenja. Alternativno predstavljanje problema bi uključivalo i prepreke za ostvarivanje preventivne zdravstvene zaštite proistekle iz načina organizacije rada zdravstvenog sistema, nedostatak dobre informativne kampanje koja će zaista doći do svih građana i omogućiti im da iskoriste preventivne preglede i tako dalje.

U ovako kratkoj intervenciji želela sam da pokažem koliko je za svaki aktivizam i zagovaranje važno dijagnostikovati kako postojeće javne politike već predstavljaju neke probleme, jer se često u tim predstavljanjima već nalazi rezervoar ideja za alternativno predstavljanje problema, redefinisanje subjekata, objekata i mesta koja se proizvode u skladu sa vrednostima koje se žele zagovarati. Aktivizam zahteva istraživanje kao što i društveno značajno istraživanje već jeste jedan vid društvenog i političkog delovanja. U tom smislu predstavila sam ukratko efikasan alat koji je razvila autorka Baki kao vodič za sve aktere koji žele da se uključe u kreiranje javnih politika, odnosno javno zagovaraju alternativna „predstavljanja” određenih društvenih problema.

## Literatura

- Bacchi, C. (2009). *Analysing Policy: What's the problem represented to be?* Frenchs Forest: Pearson Education.
- Bacchi, C., i Susan G. (2016). *Poststructural Policy Analysis: A Guide to Practice*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Kishimoto, S. et al. (2015). *Our Public Water Future: The Global Experience with Remunicipalisation*, Amsterdam: Transnational Institute (TNI), Public Services International Research Unit (PSIRU), Multinationals Observatory, Municipal Services Project (MSP) and the European Federation of Public Service Unions (EPSU).
- Stojmenović, N., i Janković M. (2020). *Rizik javni, profit privatni - javno-privatna partnerstva u Srbiji*, Beograd: Ne davimo Beograd, Pravo na grad.
- Pigeon, M. et al. (2012). *Remunicipalisation: Putting Water Back into Public Hands*, Amsterdam: Transnational Institute.

## 2.3. Javno zagovaranje u onlajn okruženju

Ana Martinoli<sup>83</sup>

Javno zagovaranje u najopštijem smislu predstavlja kontrolisanu, unapred planiranu, vremenski oročenu i prema jasnim ciljevima osmišljenu komunikaciju čiji će uspeh biti evaluiran u skladu sa ranije definisanim kriterijumima. U onlajn okruženju ova aktivnost dobija nove dimenzije, nove moguće domete, ali se susreće i sa novim izazovima. Za početak, svaka kampanja javnog zagovaranja u onlajn okruženju mora biti prilagođena osnovnim kvalitetima digitalnog prostora. Onlajn okruženje nam pruža mogućnost istinski i trenutno dvosmerne komunikacije, u kojoj primalac naše poruke može poslati komentar na primljeni sadržaj. Kao otvoren i dostupan prostor komunikacije, onlajn okruženje otvara nove mogućnosti za domete naše poruke, svaki korisnik sa pristupom internetu može postati primalac naše poruke, a samim tim i naš saveznik, ali i potencijalni kritičar ili izazivač sadržaja koji distribuiramo. Kada govorimo o digitalnom medijskom okruženju, govorimo o okruženju u kome je ključna platforma i (pre) nosilac sadržaja ekran – naša poruka postaje dostupna uvek i svuda, mobilna, a po svom sadržaju višedimenzionalna i multimedijalna. Konačno, ako tome dodamo hipertekstualnost i umreženost kao dodatne kvalitete i kapacitete komunikacije u onlajn okruženju, to znači da će našu poruku biti moguće smestiti u širi kontekst, da će primaocu poruke biti lakše da istraži njen smisao, povod, njene namere, kao i da je ugradi u svoj mozaik sadržaja i vrednosti koje oblikuju lične, privatne komunikacione prostore. Iza svega ovoga krije se zapravo jednostavan zaključak – javno zagovaranje u digitalnom okruženju može biti mnogo efikasnije, bogatije i dinamičnije, mnogo većeg dometa i uticaja nego što je to bilo moguće ranije. U poređenju sa tradicionalnim načinima zagovaranja koje smo razvijali u analognom dobu, javno zagovaranje u digitalnom okruženju ima potencijal da ostvari mnogo veći stepen vidljivosti, samim tim da se obrati mnogo širem krugu publike, kao i da obezbedi veći stepen učešća javnosti. Međutim, sve ove mogućnosti dolaze i sa novim zadacima i okvirima u odnose na koje bi svaku kampanju javnog zagovaranja trebalo definisati i planirati.

---

<sup>83</sup> Vanredna profesorica na Fakultetu dramskih umetnosti Univerziteta umetnosti u Beogradu.

Sami ciljevi, namere javnog zagovaranja ostaju nepromenjeni – svojom kampanjom želimo da komuniciramo određene ideje, želje, skup vrednosti, želimo da odabranu publiku ili ključne javnosti kontaktiramo i informišemo o svojim namerama i ambicijama, a sve to sa motivom da mobilishemo, podstaknemo na akciju ili, bar, proizvedemo izmenu u stavu ili uverenju, što će, dugoročno, proizvesti i konkretniji akt činjenja, odlučivanja i aktivnosti. Da bismo publiku zainteresovali, podstakli na akciju, motivisali ili uticali na njene stavove, neophodno je da kreirana poruka bude takva da je distribuirana kanalima koje ciljane javnosti koriste, da bude uobličena na način koji je jasan, razumljiv, te da je zasnovana na vrednostima i elementima koji mogu da angažuju publiku i na emocionalnom i na racionalnom nivou. Svaki „izlazak” u onlajn okruženje, porukom ili kampanjom, trebalo bi da bude usklađen sa ukupnim vrednostima, stilom komunikacije i načinom nastupanja koji smo već uspostavili i promovisali na drugim platformama i kanalima na kojima delujemo. Javno zagovaranje u digitalnom prostoru bi, dakle, trebalo da bude deo već postojećih koncepata komuniciranja i da se na njih prirodno nadovezuje.

Javno zagovaranje u onlajn prostoru podrazumeva komuniciranje putem različitih kanala:

- Plaćeni (paid) kanali su oni sadržaji koji do publike stižu putem reklamnih oglasa, sponzorisanih objava, plaćenih reklama i sl.
- Zarađeni ili osvojeni (earned) kanali su sve vrste veza i sadržaja koje do publike dolaze kao preporuke, komentari, osvrti, recenzije, novinarski članci i objave za koje nismo platili već su nastali kao rezultat pažnje koju smo svojim sadržajima osvojili od strane medija, influensera, blogera, pa i partnera;
- Deljeni (shared) kanali podrazumevaju organske objave na društvenim mrežama, onlajn forumima, platformama koje omogućavaju pristup, umrežavanje i deljenje;
- Posedovani (owned) kanali su kanali koje mi kontrolišemo, kojima upravljamo i na kojima objavljujemo svoje sadržaje bilo da su u pitanju video, tekst ili audio sadržaji.

Ova četiri kanala grade tzv. PESO model (skraćenica za Paid – Earned – Shared – Owned, prema Dietrich, 2014, str. 37) i u tradicionalnoj praksi se smatralo da su plaćeni kanali primarni fokus oglašavanja, osvojeni mediji fokus PR aktivnosti, dok su deljeni i posedovani mediji bili na margini prilikom planiranja kampanja. Danas je situacija, očekivano, drugačija. Uspešnom upotrebom sve četiri vrste kanala gradimo reputaciju koja zavisi od stepena kredibiliteta, poverenja, liderstva i autoriteta ili stručnosti koje smo kod publike generisali (Dietrich, 2014).

Svaki od ovih kanala komunikacije dolazi sa posebnim pravilima. Nivo kontrole poruke i reakcija na nju je drugačiji, kao i njihov uticaj, domet i ciljevi. Kao što se svojom porukom ne možemo u okviru jedne kampanje obratiti svima, tako je i za efikasnost kampanje važno da jedan ili više kanala odaberemo u zavisnosti od potreba i namera kampanje. Dok nam neki od kanala mogu doneti publicitet, visok stepen vidljivosti ili kredibilitet, drugi su važni za uspostavljanje bolje kontrole nad porukom i upravljanje dinamikom distribucije sadržaja. U ovakvim odlukama, koji onlajn kanal, platformu ili mrežu izabrati, važno je unapred dobro upoznati tržište, strukturu, navike i očekivanja odabrane ciljne grupe, kao i njihove medijske preference.

Šta u ovom trenutku znamo o publici u Srbiji?

- 4 miliona korisnika interneta u Srbiji svakodnevno
- 1.82 miliona ljudi je kupovalo ili poručivalo robu/usluge preko interneta u poslednjih godinu dana.
- 70.8% internet populacije ima nalog na društvenim mrežama.
- Facebook – 3 mil
- Twitter – 450 k
- LinkedIn – 870 k
- Viber – 3.8 mil
- YouTube – 3.5 mil
- Instagram – 2.2 mil
- Snapchat - 720 k

(izvor: Direct Media United Solutions, 2019)

Izbor kanala za realizaciju kampanje javnog zagovaranja biće određen i ciljem, odnosno efektima koje želimo da postignemo. Kada se definišu ciljevi kampanje, neohodno je da oni budu jasni, ostvarivi u određenom, definisanom vremenskom roku, i realni, to jest što specifičniji.

Samo neki od ciljeva javnog zagovaranja mogu biti:

- a. Fundraising, prikupljanje finansijskih sredstava, kreiranje mreže donatora,
- b. Senzibilisanje javnosti za određena pitanja, skretanje pažnje na određeni problem,
- c. Promena stava, percepcije o određenom pitanju ili problemu u zajednici,
- d. Uticanje na izmene procedura, propisa ili zakona, pa i čitavih politika,
- e. Osnaživanje mreže podrške i okupljanje novih članova, aktivista i volontera,
- f. Brendiranje organizacija, upoznavanje javnosti i publike sa namerama i ciljevima, vrednostima i idejama,
- g. Promocija određenog događaja ili aktivnosti
- h. Pričanje priče o radu organizacije, temi, problemu, čime se ukazuje na vrednosti i stavove celokupne organizacije.

Baš kao i slučaju svake druge vrste kontrolisane komunikacije, i kod javnog zagovaranja u onlajn okruženju važno je da osim ciljeva bude definisana i publika odnosno odabrana javnost kojoj se kampanjom obraćamo. Jedna kampanja bi trebalo da bude osmišljena i realizovana oko jednog, konkretnog cilja, a u odnosu na koji je definisana i ciljna publika. Važno je da, za početak, odrediti da li se kampanja obraća publici koja je za određenu ideju, nameru ili aktivnost već zainteresovana ili se obraća neinformisanim, onima koji nemaju saznanja o određenoj organizaciji, projektu, ideji ili aktivnosti.

Pored veće efikanosti i dometa, javno zagovaranje u onlajn prostoru kao prednosti ima i:

- manje troškove i nižu cenu pripreme i realizacije kampanje nego u slučaju tradicionalnih kampanja,
- potencijal za postizanje viralnosti i bržeg deljenja sadržaja u procesima u kojima publika postaje poseban kanal distribucije, saveznik i promoter,

- precizniju, transparentniju metriku odnosno nove mogućnosti za praćenje reakcija publike u realnom vremenu i njenog angažmana, pa samim tim i lakše utvrđivanje progressa kampanje
- fleksibilnost i prostor da se kampanja tokom vremena modifikuje u skladu sa dobijenim rezultatima merenja ostvarenosti ciljeva.

Ipak, prilikom planiranja kampanje javnog zagovaranja u onlajn okruženju važno je imati na umu i potencijalne nedostatke i mane ovog pristupa. „Izlazak” u onlajn prostor uvek smanjuje mogućnost za kontrolu reakcija i komentara na sadržaj – važno je pripremiti odgovore na sva potencijalno nezgodna ili provokativna pitanja i biti spreman na interakciju i sa onima koji ne podržavaju cilj kampanje. Ogromna količina sadržaja sa kojima se srećemo tokom dana u onlajn prostoru, posredstvom mreža, platformi i aplikacija, neminovno skreće pažnju na činjenicu da je pažnja publike ograničen resurs, a da se borba za nju odvija različitim, često agresivnim i manipulativnim tehnikama. Da bismo kampanjom nametnuli i privukli zrnca pažnje, neophodno je da sadržaji budu autentični, inovativno osmišljeni i upakovani i plasirani tako da publiku zainteresuju i kod nje podstaknu želju da učestvuje i doprinese nekom cilju. Konačno, nedostatak jasne strategije i posledična disperzivnost česta su mana kampanja javnog zagovaranja u onlajn okruženju. Opčinjeni mogućnosti i prostranošću onlajn prostora, brojnim dostupnim kanalima i platformama, često zaboravljamo šta je to što želimo sada da postignemo, kome želimo da se obratimo i kakav stil i način prezentacije smo izabrali. Lutanja na više kanala, nekonzistentnost poruka ili skupa vrednosti koje kampanja zagovara, nejasni ciljevi i vremenski okvir za realizaciju kampanje mogu uticati na efikasnost akcije i nedovoljno razumevanje publike poruka koje smo želeli da im pošaljemo.

## Literatura

- Aaker, J., i Smith, A. (2010) *The Dragonfly Effect: Quick, Effective, and Powerful Ways To Use Social Media to Drive Social Change*. Jossey-Bass.
- Enywaru, P., Iyer, N. (2018, januar 23) *Digital Advocacy: The good, the bad and the UGLY*. Pollicy. Pristupljeno: 07. 04. 2021. sa <https://medium.com/pollicy/digital-advocacy-the-good-the-bad-and-the-ugly-f861791030c9>
- Dietrich, G. (2014). *Spin Sucks: Communication and Reputation Management in the Digital Age*. Que. <https://books.google.ba/books?id=KCbgAgAAQBAJ>



### 3. JAČANJE KAPACITETA NASTAVNIKA I BIBLIOTEKARA ZA PROMOCIJU KULTURNE RAZNOLIKOSTI, MEĐUKULTURALNOG DIJALOGA I TOLERANCIJE KROZ MIP

#### 3.1. Pregled radionica medijske i informacijske pismenosti: promocija kulturne raznolikosti i međukulturalnog dijaloga u obrazovanju

Kristina Milić  
Aleksandra Ugrinić  
Ana Milojević<sup>84</sup>

Medijska i informacijska pismenost (MIP) u savremenom digitalnom okruženju poseban je izazov za nastavnike i bibliotekare, kao ključne aktere u procesu stvaranja kritički opismenjenih građana. Naime, širenje znanja u oblasti MIP među učenicima „zahteva od nastavnika da i sami postanu informaciono i medijski pismeni. Prvenstvena usmerenost na nastavnike je osnovna strategija za postizanje efekta umnožavanja: od informaciono pismenih nastavnika, do njihovih učenika, i najzad, do društva u celini“ (UNESCO, 2015a, str. 17). Dodatna potreba za podizanjem medijske i informacijske pismenosti nastavnika i bibliotekara u Srbiji nastupila je sa prelaskom na online nastavu tokom pandemije COVID-19 u 2020. godini. Izazovi sa kojima se suočio čitav sistem formalnog obrazovanja, demonstrirali su koliki je značaj kontiniranog rada na podizanju MIP nastavnog kadra, kao i značaj stalnog dopunjavanja palete kompetencija u skladu sa napretkom digitalnog okruženja.

U okviru Zajedničkog regionalnog programa *Dijalog za budućnost* Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu prepoznao je ključne potrebe nastavnika i bibliotekara u Srbiji u vezi sa podizanjem medijske i informacijske pismenosti, i dizajnirao stručni skup zasnovan na bazi znanja i iskustava koje je Institut za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka, Univerziteta u Sarajevu generisao u periodu od 2017. do 2020. godine. Stručni skup pod nazivom *Jačanje kapaciteta nastavnika/bibliotekara za promociju kulturne raznolikosti, međukulturalnog dijaloga i tolerancije kroz medijsku i informacijsku pismenost*

---

<sup>84</sup> Docentica na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu.

bio je međunarodnog karaktera i obuhvatio je nastavnike i bibliotekare sa iz osnovnih i srednjih škola sa čitave teritorije Srbije. Realizacija stručnog skupa, sadržaj i aktivnosti prilagođene su uslovima online izvođenja putem Zoom platforme. Dodatno, predavanja i nastavni materijali koji su korišćeni na ovim radionicama su dostavljeni polaznicima za dalje korišćenje u nastavi (video zapisi teorijskih predavanja i video zadaci u obliku animiranih filmova).

Cilj stručnog skupa bio je poboljšanje veština nastavnika i bibliotekara u oblasti medijske i informacijske pismenosti i intermodularnog građanskog obrazovanja, a pružen im je širi teorijski uvid u koncepte interkulturalnog dijaloga, ravnopravnosti i društva jednakosti. Akcenat radionica, u okviru ovog stručnog skupa, bio je na poboljšanju veština nastavnika i bibliotekara za prepoznavanje medijskih i informativnih sadržaja koji štete međukulturnom dijalogu, uz sugestije kako ova znanja da prenose dalje kroz formalno i neformalno obrazovanje. Osim toga, poseban fokus je bio na antidiskriminatornim politikama i zakonskoj regulativi u ovoj oblasti, kao i na veštinama za kreiranje nastavnih sadržaja za digitalne platforme, kojima bi se moglo postići i veće angažovanje učenika. Teme i ciljevi stručnog skupa podržani su od strane Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije, ali i od Zavoda za unapređivanje obrazovanje i vaspitanje Republike Srbije (ZUOV), ključne državne institucije koja obavlja razvojne, savetodavne, istraživačke i druge stručne poslove u predškolskom, osnovnom i srednjem vaspitanju u cilju praćenja, obezbeđivanja i unapređivanja kvaliteta i razvoja sistema obrazovanja. Informacije o skupu su bile objavljene na sajtu ZUOV-a, ali su škole dodatno informisane i elektronskim putem. Broj prijava premašio je projektni plan, što je potvrdilo da postoji velika potreba nastavnika za usavršavanje medijske i informacijske pismenosti.

Na stručnom skupu je učestvovalo 90 nastavnika i bibliotekara iz 40 škola u Srbiji, iz sledećih gradova: Leskovac, Vranje, Niš, Zaječar, Bor, Aleksinac, Gornji Milanovac, Užice, Čačak, Kragujevac, Kraljevo, Požarevac, Mladenovac, Obrenovac, Ivanjica, Sjenica, Novi Sad, Zrenjanin, Šabac i Beograd. Među polaznicima su bili nastavnici osnovnih škola, gimnazija, srednjih stručnih škola, škola za specijalnu edukaciju, muzičkih škola i škola za obrazovanje odraslih, kako iz gradskih, tako i iz prigradskih sredina. Uprkos insistiranju na rodnom balansu, većinu polaznika stručnog skupa činile su osobe ženskog pola, što zapravo govori o njihovoj dominantnoj zastupljenosti u obrazovnom sistemu Republike Srbije.

Prema statističkim podacima, nastavno osoblje sa stalnim zaposlenjem u osnovnim školama čine u 81 odsto slučajeva osobe ženskog pola, dok je među zaposlenima u srednjim školama 67 odsto osoba ženskog pola<sup>85</sup>.

Stručni skup je realizovan kroz tri online radionice raspoređene u tri uzastopne radne nedelje. Jačanje interkulturalnog dijaloga i promovisanje antidiskriminatorskih politika bili su ciljevi prve radionice, tokom koje su nastavnicima i bibliotekarima predstavljene metode za savladavanje interkulturalne distance u komunikaciji. Kroz diskusiju i podelu iskustava polaznici su iskazali da će integrirati ponuđene ideje za pospešivanje interkulturalnog dijaloga u svojim učionicama. Drugi cilj ove radionice bio je da se polaznici upoznaju sa politikama i praksama multikulturalizma i antidiskriminacije u Srbiji, tokom koje je predstavljen i zakonodavni okvir koji se tiče zabrane diskriminacije. Polaznici su dobili priliku da se upoznaju sa radom poverenice za zaštitu ravnopravnosti kroz stvarni primer diskriminacije u školi koji su u obliku zadatka razmatrali nakon predavanja na radionici.

Ciljevi druge radionice bili su jačanje kapaciteta nastavnika i bibliotekara za jednakost i inkluziju, kao i za prepoznavanje i prevenciju nasilnog ekstremizma među mladima. Teorijsko razgraničenje termina isključivanje, segregacija, integracija i inkluzija kroz dijalog i razmenu praktičnih iskustava u radu sa decom zaokruženo je konceptom posebnih mera u cilju sprečavanja diskriminacije. Fokus drugog segmenta radionice bio je na jačanju veština nastavnika i bibliotekara za prepoznavanje prvih znakova nasilnog ekstremizma koji se javlja kod mladih već u osnovnoškolskom uzrastu. Kroz primere održane online nastave na Javnom servisu Srbije, polaznici su prepoznali načine i pružili predloge za sprečavanje širenja nasilnog ekstremizma i usaglasili se oko ključne uloge koju formalno obrazovanje ima u tom procesu.

Poslednja radionica bila je usmerena na oblikovanje diskusije kao metoda za jačanje kulturne raznolikosti. Potencijali demokratskog društva bili su podloga za diskusiju o značaju dijaloga koji uvažava prava na jednakost uz istovremeno poštovanje različitosti. Praktična znanja bila su temelj drugog segmenta radionice, koji je za cilj imao informacijsko opismenjavanje nastavnika i

---

<sup>85</sup> *Statistički godišnjak Republike Srbije 2018*. Republički Zavod za statistiku, Republika Srbija. URL: <https://publikacije.stat.gov.rs/G2018/Pdf/G20182051.pdf> (posećeno: 27.02.2021.)

bibliotekara, odnosno usmeravanje na korišćenje nekih novih digitalnih alata i medija u obrazovanju. Kreiranje podkasta kao novog pristupa obrazovanju i predavanjima bio je izazov u kome su se oprobali svi polaznici stručnog skupa.

U skladu sa zadatkom jačanja medijske i informacijske pismenosti, pred nastavnike i bibliotekare bili su postavljeni zadaci u obliku kratkih animiranih filmova koji su otvorili pitanja različitih oblika diskriminacije i načina za postizanje jednakosti. Ovi animirani filmovi simulirali su realne probleme iz prakse i istovremeno zaokružili teorijska znanja sa svih radionica. Ideja projektnog tima bila je da video sadržaji budu prilagođeni đacima svih uzrasta, uz pomoć kojih će nastavnici i bibliotekari dalje raditi na jačanju medijske i informacijske pismenosti mladih kroz formalno obrazovanje.

Ključni zaključci radionica jesu da promovisanje kulturne raznolikosti, jačanje međukulturalnog dijaloga i tolerancije među mladima treba prilagoditi uslovima savremenih oblika komunikacije. Sinergija teorijskih aspekata i pravnih mogućnosti za jačanje jednakosti, sa jedne strane i praktičnih iskustava nastavnika u radu sa mladima, sa druge strane, ukazala je na svakodnevnu potrebu za usavršavanjem u oblasti MIP. Nastavnici i bibliotekari prepoznali su značaj medijskog i informacijskog opismenjavanja kao načina za podizanje motivacije kod mladih za usvajanje novih znanja i promociju međukulturalne komunikacije, ali i mogućnosti digitalnih alata za promene u pristupu obrazovanju.

Polaznici su učešćem u evaluaciji pozitivno ocenili projektne aktivnosti, i pokazali visok stepen razumevanja koncepta interkulturalnog dijaloga i prevencije nasilnog ekstremizma. Usvojili su bazične metode i tehnike prepoznavanja tretmana ranih znakova radikalizacije kod mladih, kao i metoda i tehnika za prevazilaženje predrasuda i stereotipa prema Drugom i Drugaćijem. Dominantno su osposobljeni da identifikuju negativne trendove na relaciji nastavnik/bibliotekar – roditelj – dete.

## Literatura

- UNESCO (2015a). *Medijska i informaciona pismenost, Program obuke nastavnika*. Cetinje: Nacionalna biblioteka Crne Gore „Đurđe Crnojević“. Pristupljeno 07. 04. 2021. sa [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192971\\_cnr](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192971_cnr).

### 3.2. Osvrt na multikulturalnost i antidiskriminativne politike i prakse u Srbiji

Dragana Stoeckel<sup>86</sup>

Ideja multikulturalizma u savremenom političkim diskursu zapravo oslikava debatu o tome kako razumeti i odgovoriti na izazove kulturnog diverziteta, koji je oslikan u etničkim, nacionalnim, kulturološkim i religijskim razlikama. Multikulturalizam se može razumeti kao deskriptivni pojam upravo za oslikavanje ovih različitosti, ali i kao normativni ideal u kontekstu zapadnjačkih liberalno-demokratskih država i težnje da članovi manjinskih grupa zadrže i neguju distinktivna obeležja grupa kojima pripadaju, svoje kolektivne identite i prakse živeći zajedno sa pripadnicima drugih kultura i većinskom/dominantnom populacijom (Song, 2020). Multikulturalizam nije našao svoje mesto samo u političkim okvirima, već i u mnogim drugim oblastima i sferama života, od medija, preko psihologije do akademije.

Ovo zalaganje za promociju različitosti i prava manjina u periodu od 1970-ih do 1990-ih godina prošlog veka, iako je iznedrilo brojne multikulturalne politike, počelo je da slabi počevši od sredine 90-ih godina kada dolazi do posustajanja multikulturalizma i do ponovne reafirmacije ideja o zajedničkim vrednostima i identitetu, „izgradnji nacije” (tzv. nation building-a), homogenosti i sl. Razlozi odustajanja od multikulturalizma su bili dvojaki: 1) strah većinskih grupa da je „negovanje”, odnosno uvažavanje različitosti, otišlo predaleko i da preti njihovom načinu života što se ogledalo u nastajanju i jačanju populističkih desničarskih partija, i 2) verovanje centra-levice da multikulturalizam nije uspeo da pomogne onima kojima je zapravo bio namenjen (manjinama prevashodno) jer se nije uspešno uhvatio u koštac sa izvorima njihove političke, socijalne i ekonomske isključenosti zbog čega su se ove partije vratile idejama integracije, socijalne kohezije, zajedničkih vrednosti i dvojnog državljanstva (Kymlicka, 2010).

Kritike i potrebe za ponovnim promišljanjem multikulturalizma se javljaju kao rezultat novih kompleksnih različitosti u uslovima intenzivnih migratornih kretanja, odnosno stanja tzv. super-diverziteta (engl. *super-diversity*) koje se ne posmatra samo sa stanovišta etničke pripadnosti, već i dodatnih varijabli kao što su

---

<sup>86</sup> Docentica na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu.

iskustva ovih grupa na tržištu rada, imigracijski status, obrazovno postignuće, kao i odgovori lokalnih vlasti, pružaoca usluga i odnos lokalnog stanovništva, a koje se posebno vidi na primeru britanskog društva (Vertovec, 2007). Iz ovih razloga, pojedini autori govore o postmultikulturalizmu kao odgovoru na neuspeli multikulturalizam, gde je naglasak „istovremeno na negovanju različitosti, ali i održavanju kolektivnih nacionalnih identiteta” (Vertovec, 2010, str. 83). Prema pojedinim autorima (na primer, Gozdecka, Ercan, Kmak, 2014) ono što karakteriše eru postmultikulturalizma su sledeće tendencije: 1) prevelik fokus na rodnim nejednakostima unutar manjinskih kultura; 2) prelazak sa etniciteta i kulture na religiju; 3) sve veći naglasak na socijalnoj koheziji i sigurnosti, 4) pojava novih oblika rasizma, 5) relativiziranje međunarodnih i transnacionalnih ljudskih prava.

Multikulturalnost je nesumnjivo činjenica i odrednica savremenog sveta. Multikulturalizam, između ostalog, podrazumeva čitav niz specijalno dizajniranih mera i politika u različitim oblastima:

1. javna reprezentacija - podrška organizacijama etničkih manjina, aktivnosti i konsultativnih tela;
2. obrazovanje - kurikulumi koji su osetljivi na kulturne raznolikosti i koji uvažavaju specifičnosti, vrednosti i poreklo manjinskih grupa, koji se bave relevantnim pitanjima/temama za date kulture, dostupnost nastave na maternjem jeziku ili podrška u učenju jezika i sl.;
3. Zakonodavstvo – prepoznavanje izuzetaka od zakona koji su važne odlike kultura kojima pojedincima pripadaju, priznavanje tradicija koje se na primer vezuju za različite forme brakova, nasleđivanja, itd.;
4. Kulturno osetljive prakse u sferi socijalne i zdravstvene zaštite, postupanja policije i sudstva, i dr.;
5. Mediji – obezbeđivanje sopstvenih medija ili prostora u medijima za manjinske grupe, obezbeđivanje nediskriminativnih sadržaja;
6. Verski život - omogućavanje pripadnicima nacionalnih manjina da praktikuju sopstvenu veroispovest i dr. (Vertovec, 2010).

Sva ova pitanja multikulturalizma su veoma relevantna za našu zemlju s obzirom da je Srbija višenacionalna, višejezična, multikonfesionalna i multikulturalna država usled istorijskog nasleđa, geografskog položaja, kontinuiranih migracija i političkih dešavanja na ovim prostorima. Prema podacima poslednjeg popisa stanovništva iz 2011. godine, u Srbiji, osim Srba koji su većinski narod čineći 5

988 150 (83%) stanovnika, žive još i sledeće nacionalnosti: Mađari, Bošnjaci, Albanci, Makedonci, Bugari, Romi, Rumuni i mnogi drugi, pri čemu su Mađari, Romi i Bošnjaci najbrojnije nacionalne manjine. Teritorijalni razmeštaj etničkih manjina je prilično homogen jer najčešće nastanjuju pogranične predele, sa izuzetkom Roma koji su rasprostranjeni na celoj teritoriji države. Osim toga, još jedna od specifičnosti romske populacije u odnosu na ostale etničke manjine je mnogo prisutnija mimikrija, odnosno gubljenje ili prikrivanje svog etničkog identiteta, kao i (voljna, ali i nesvesna) asimilacija.

Bez obzira o kojoj vrsti manjina je reč, zaštita njihovih prava je predmet antidiskriminativnih politika. Najopštije, može se reći da se okvir antidiskriminativnih pristupa na makro planu zasniva na 4 stožera:

1. Opštim, univerzalnim *mehanizmima socijalne politike* koji teže obezbeđivanju jednakog nivoa socijalne sigurnosti, ostvarivanju socijalne pravde i poboljšanju mogućnosti i položaja vulnerabilnih, marginalizovanih grupa. Ovaj opšti pristup politike vođen jednakošću, iako implicitno funkcioniše kao oblik antidiskriminacionog pristupa, sadrži u sebi i ograničavajuće elemente koji doprinose održavanju ili čak stvaranju nejednakosti. Ovi pravni oblici nejednakog tretmana, koji se ponekad nazivaju „diskriminacija prema zakonu“, zasnovani su na statusu, državljanstvu ili stalnom boravištu (primer kada se državljanstvo navodi kao jedan od uslova za ostvarivanje određenog prava).
2. *Specifičnim projektima i inicijativama* čiji je cilj promovisanje jednakosti, međuetničkog razumevanja i antidiskriminacije. Ove projekte, koji su pretežno regionalni, često pokreću organizacije civilnog društva. Oni takođe nose specifične slabosti i ograničenja. Ne samo da se veliki deo odgovornosti prebacuje na civilno društvo, već oni u velikoj meri zavise od dostupnosti finansiranja, odnosno političke spremnosti za obezbeđivanje finansijskih sredstava za ovakve inicijative usled čega su često neodrživi i nevelikog opsega, odnosno obuhvata.
3. *Partnerstvu, odnosno dijalogu* između različitih organizacija koje predstavljaju manjinske grupe, državnih organa, tela, sindikata i sl. Njihov uticaj može biti indirektan - kroz jačanje javne svesti o ovim problemima u medijima i javnom diskursu generalno, ali i direktan kroz učešće u političke procese putem lobiranja, zastupanja, pregovaranja o političkim inter-

vencijama. Ovaj element je najmanje razvijena u našoj zemlji u odnosu na ostala tri. Organizovane, formalne organizacije predstavnika nacionalnih manjina nemaju dovoljnu moć, a često nisu dovoljno ni prepoznate u političkim procesima i pregovorima.

4. *Antidiskriminativnom zakonodavstvu* – predstavlja osnov, kostur ovih pristupa. Ustavna jednakost, iako snažan element, istovremeno je previše opšti i uglavnom ograničen na nediskriminatorno ponašanje državnih vlasti. Stoga se o antidiskriminativnim politikama može govoriti tek kada postoji jedan konkretniji pravni akt, koji se po svojoj pravnoj snazi nalazi odmah ispod Ustava (što je na primeru naše zemlje Zakon o zabrani diskriminacije).

U skladu sa tim, osnovu za multikulturalne i antidiskriminativne politike u našoj zemlji predstavlja Ustav kojim se Republika Srbija definiše kao „država srpskog naroda i svih građana koji u njoj žive, zasnovana na vladavini prava i socijalnoj pravdi, načelima građanske demokratije, ljudskim i manjinskim pravima i slobodama i pripadnosti evropskim principima i vrednostima”<sup>87</sup>. Posebna zaštita nacionalnih manjina je predviđena članom 14 kojim se kaže da „država jemči posebnu zaštitu nacionalnim manjinama radi ostvarivanja potpune ravnopravnosti i očuvanja njihovog identiteta” (Ibid.). Poštovanje načela zabrane diskriminacije po različitim osnovama je sadržana i u članovima Ustava br. 21, 43, 44, 55, 76, 77 i dr.

Polazeći od ovih odredbi, u mnogim oblastima društvenog života su učinjeni brojni politički i pravni pomaci po pitanju regulisanja nacionalnih manjina i pokušaji integracije različitih kulturološki manjinskih grupa u redovne društvene tokove. Ovi pomaci se pre svega ogledaju u zakonodavnoj sferi. Od usvajanja Ustava i posebno od donošenja prvog Zakona o zabrani diskriminacije 2009. godine (kojim su propisani i institucionalni mehanizmi zaštite od diskriminacije) doneti su brojni zakoni i prateći podzakonski akti sa ciljem priznavanja širokog obima prava ovim grupama i smanjenja diskriminacije i isključivanja. Tako su u posebnim zakonima sadržane odredbe o zabrani diskriminacije u određenim oblastima, premda ponekad parcijalnim i nedovoljno povezanim (na primer, Zakonu o socijalnoj zaštiti, Zakonu o zdravstvenoj zaštiti, Zakonu o

---

<sup>87</sup> Član 1, Ustav Republike Srbije, „Sl. Glasnik RS“, br. 98/2006.



radu, Zakonu o visokom obrazovanju, Zakonu o javnim medijskim servisima, Zakonu o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba sa invaliditetom i mnogim drugima) ili prema određenim društvenim grupama (na primer, Zakon o sprečavanju diskriminacije osoba sa invaliditetom, Zakon o zaštiti prava i sloboda nacionalnih manjina, Zakon o ravnopravnosti polova i dr.). Napredak u oblasti antidiskriminativnog zakonodavstva je, između ostalog, u velikoj meri motivisan (i ubrzan) potrebom za usklađivanjem domaćeg prava sa međunarodnim standardima u ovoj oblasti u postupku priključivanja Evropskoj Uniji.<sup>88</sup> Obaveza zabrane diskriminacije prozilaze iz brojnih izvora međunarodnog prava (pre svega konvencija UN i instrumenata Saveta Evrope)<sup>89</sup> koje je Srbija ratifikovala, odnosno preuzela kao sukcesor nekadašnjih država.

Međutim, iako se donošenje Zakona o zabrani diskriminacije označava najvažnijim korakom ka stvaranju antidiskriminativnog, inkluzivnog društva, implementacija zakonskih i podzakonskih akata ostaje i dalje u velikoj meri problematična. Neke od kritika koje se upućuju odnose se na nedovoljno poznavanje i primenu mehanizama ne samo od strane građana/ki, već i od strane sudova, nedovoljnu primenu međunarodnih dokumenata od strane sudova, neujednačena tumačenja određenih zakonskih odredbi i sl.<sup>90</sup>

Osim toga, oni koji su u najvećoj meri pogođeni diskriminacijom nisu najčešće dovoljno informisani o svojim pravima, odnosno, nalaze se u najnepovoljnijoj situaciji. To se vidi na primeru romske populacije sa višedecenijskim iskustvom diskriminacije, i to višestruke, koja je ujedno najmarginalizovanija grupa u našem društvu, a njihova „integracija je često značila faktičku asimilaciju” (Jakšić, 2002: 33). Oni su istorijski disproporcionalno zastupljeni kao korisnici usluga socijalne zaštite, kako na nacionalnom, tako i na globalnom nivou (Vodič za kulturno-kompetentnu praksu u socijalnoj zaštiti, 2016), a brojna istraživanja pokazuju da su izloženi posrednoj i neposrednoj diskriminaciji u svim oblastima života.

---

<sup>88</sup> Od posebne važnosti je Poglavlje 23, odnosno Akcioni plan za isto poglavlje.

<sup>89</sup> Neki od najvažnijih konvencija UN u ovoj oblasti su: Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima (1948), Međunarodna konvencija o eliminaciji svih oblika rasne diskriminacije (ICERD) (1965), Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima (ICCPR) (1966) Konvenciju o eliminaciji svih oblika diskriminacije nad ženama (CEDAW) (1981), Konvencija o pravima osoba sa invaliditetom (CRPD) (2009) i dr. Od instrumenata Saveta Evrope, od posebnog značaja su Evropska konvencija za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda (2004) i Protokol br.12 (2005).

<sup>90</sup> Videti više u: YUCOM (2019). Diskriminacija u Srbiji – praksa i izazovi. Beograd: Komitet pravnika za ljudska prava.

Stoga se može reći da, iako je nesporno da je Srbija u oblasti zakonodavstva u znatnoj meri unapredila pravni status manjina koje žive na njenoj teritoriji u pravcu antidiskriminacije i garantovanja ljudskih prava, u praksi i dalje dominiraju odnosi društvene segregacije, međusobnog isključivanja zbog čega je „današnja Srbija zbir određenog broja monokulturalnih etničkih zajednica koje žive rame uz rame. Kao što se često navodi, one ne znaju mnogo jedne o drugima zbog čega međusobne predrasude rezultiraju etičkim distanciranjem i diskriminacijom” (Bašić, 2018, str. 93).

## Literatura

- Bašić, G. (2018). Policy of Multiculturalism in Serbia: Between Legal Confusion and Social Segregation. U: Bašić, G., Žagar, M., Tatalović, S. (Eds.). *Muticulturalism in public policies*. Belgrade: Academic Network for Cooperation in South-East Europe, Institute of Social Sciences. Ljubljana: Institute for Ethnic Studies. Zagreb: Centre for International and Security Studies, Faculty of Political Science.
- Gozdecka, D. A., Ercan, S. A., Kmak, M. (2014). From multiculturalism to post-multiculturalism: Trends and paradoxes. *Journal of sociology*, 50(1), 51-64.
- Jakšić, B. (2002). Romi između diskriminacije i integracije: Društvene promene i položaj Roma. *Filozofija i društvo*, XIX-XX, 333-355.
- Kymlicka, W. (2010). The rise and fall of multiculturalism? New debates on inclusion and accommodation in diverse societies. *International Social Science Journal*, 61, 97-112.
- Song, S. (2010). Multiculturalism, *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Fall 2020 Edition), Edward N. Zalta (ur.). Pristupljeno 07. 04. 2021. sa <https://plato.stanford.edu/archives/fall2020/entries/multiculturalism/>.
- Vertovec, S. (2007). Super-diversity and its implications. *Ethnic and Racial Studies*, 30(6), 1024-1054.
- Vertovec, S. (2010). Towards post-multiculturalism? Changing communities, conditions and contexts of diversity. *International Social Science Journal*, 61, 83-95.
- Vodič za kulturno-kompetentnu praksu u socijalnoj zaštiti (2016). Grupa autora. Novi Sad: Pokrajinski zavod za socijalnu zaštitu.
- YUCOM (2019). *Diskriminacija u Srbiji – praksa i izazovi*. Beograd: Komitet pravnika za ljudska prava.

### 3.3. Obrazovanje za mir: Prevencija nasilnog ekstremizma i radikalizacije mladih

Tijana Rečević<sup>91</sup>

Sve veća popularnost kovanice „prevencije nasilnog ekstremizma“, kako u akademskim, tako i u političkim krugovima, sugerirše da su iz višedecenijske borbe protiv terorizma izvučene barem dve velike lekcije. Prva se tiče nemogućnosti dolaska do univerzalno važeće i međunarodno obavezujuće definicije terorizma i potrebe pronalaska alternativnog termina koji bi bio lišen ideološkog prtljaga koji terorizam sa sobom nosi, a koji se negativno odražava na njegovu mobilizatorsku snagu. Druga, a možda i važnija lekcija se tiče tek polovičnih uspeha koje borba protiv ove društvene bolesti ima onda kada je oslonjena isključivo na delovanje organa reda i sile, te neophodnosti uključivanja znatno šireg kruga aktera čiji bi zajednički angažman mogao da dovede do strukturnih promena i iskorenjivanja uzroka radikalnih i nasilnih ideja i metoda (Neumann, 2017, str. 14-22). Premda ni sama nije idealno rešenje, budući da se definicija „ekstremnih“ uverenja razlikuje od društva do društva, kovanica „prevencije nasilnog ekstremizma“, uistinu, jeste unela novu energiju u napore istraživača i praktičara da unaprede mehanizme suzbijanja fenomena koji je samo tokom proteklih par godina odneo na stotine hiljada života, a milione naterao na bekstvo. Svakodnevn i neumoljiv trend rasta kako pristalica, tako i žrtava radikalnih ideja i nasilnog ekstremizma, ipak, glasno upozorava da jačanje otpornosti zajednice, a prevashodno njenih najranjivijih karika, mora da bude imperativ ne samo nadležnih organa i ekspertske zajednice, već svakog pojedinca u društvu.

Terminološka konfuzija koja lebdi nad procesom usvajanja, širenja i sprovođenja radikalnih ideja već mnogo govori o kompleksnosti ovog društvenog fenomena i osetljivosti njegovog adresiranja. Svakako najveći izazov, iz koga potiču i sve ostale teškoće njegove prevencije, dolazi iz nemogućnosti izolovanja jasnih i sigurnih uzroka radikalizacije pojedinaca. Štaviše, jedini konsenzus koji postoji među istraživačima i praktičarima jeste taj da ne postoji jedinstven put radikalizacije i da se gotovo uvek radi o kombinaciji više faktora rizika koji doprinose

---

<sup>91</sup> Istraživačica na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu.

sklonosti nekog pojedinca da usvoji radikalne ideje i okrene se nasilnim metodama njihovog ostvarivanja (Vergani, et al., 2020). Premda je spisak psiholoških, političkih, socio-ekonomskih, kulturoloških i svih drugih individualnih i kolektivnih faktora rizika neiscrpan, dve grupe faktora se izdvajaju kao ključne. Prvu grupu čine tzv. „faktori odbijanja“ (*push factors*), odnosno faktori koji osobe teraju od okruženja i društva, na taj način ih čineći podložnijim i sklonijim da prihvate radikalne ideje i nasilne metode. Samo neki od ovih faktora su određene osobine ličnosti (introvertnost, nedostatak samopouzdanja), porodične okolnosti (smrt člana porodice, preseljenje), nedostatak socioekonomskih prilika (siromaštvo, nezaposlenost), osećaj marginalizacije, nepravde i diskriminacije (iskustvo isključenja, stigmatizacije, poniženja), loše upravljanje društvom (nedostatak dijaloga i kanala za učešće u upravljanju društvom ili za izražavanje nezadovoljstva), kršenje ljudskih prava i slaba vladavina zakona (kultura nekažnjavanja za nezakonito ponašanje, korupcija), produženi i nerešeni sukobi (iskustvo oružanih sukoba, strukturalnog nasilja) te život u specifičnim okolnostima (zatvorima, izbegličkim kampovima). Sa druge strane, „faktori privlačenja“ (*pull factors*) predstavljaju pozitivne podsticaje koji pojedinca vuku ka prihvatanju radikalnih ideja i nasilnih metoda njihovog ostvarivanja. Kao i sa prethodnom grupom faktora, faktore privlačenja čini mešavina različitih individualnih i kontekstualnih faktora, a samo neki od njih su individualne psihološke potrebe (egzistencijalna i duhovna potraga za identitetom i svrhom, utopijska vizija sveta, dosada, osećaj misije i junaštva, potraga za avanturom i moći), identifikacija sa kolektivnim nepravdama i narativima viktimizacije (nacionalni, etnički, religijski narativi o sopstvu), privlačnost jednostavnih i dihotomnih pogleda na svet koje su neretko u pozadini političkih ideologija, privlačnost harizmatičnog vođstva i društvenih zajednica i mreža.

Samo i letimičan pogled na delić izdvojenih faktora rizika automatski stavlja do znanja da ne postoje ni imune, ni osobe predodređene za radikalizaciju, ali da postoje manje ili više ranjive kategorije osoba. Među grupacijama koje su istovremeno najizložnije i jednoj i drugoj kategoriji rizika posebno se izdvajaju mladi (Cragin, et. al., 2015; Özerdem i Podder, 2011). Adolescentske krize, traganje za identitetom, osećaj nemoći u svetu odraslih ili vršnjački pritisak, sa jedne strane, kao i mladalačka radoznalost i sklonost ka eksperimentisanju sa različitim idejama i ideologijama, naleti osećaja svemoći i nespitanosti porodičnim ili bilo kojim drugim socijalnim vezama i stegama, sa druge strane, mlade ljude čine

posebno podložnim za prihvatanje ideja koje na razne načine odudaraju od „mejnstrim“ uverenja u društvu. Premda je nemoguće napraviti „fotorobota“ radikalizovanog pojedinca, neki od najčešćih ranih znakova radikalizacije kod mladih ljudi su nagle promene stavova i ponašanja prema drugima (iznenadni prekid odnosa s porodicom i dugogodišnjim prijateljima, antisocijalni komentari, odbacivanje autoriteta, odbijanje socijalne interakcije, odbijanje da se saslušaju stavovi drugaciji od vlastitih, osećaj progonjenosti, povlačenje u sebe i izolacija), promene u ustaljenim aktivnostima (odbijanje učešća u aktivnostima u kojima je osoba ranije uživala, tajnovitost i odbijanje razgovora o vlastitim aktivnostima, promene identiteta ili korišćenje više identiteta u online sferi), podržavanje ili odobravanje nasilja prema drugima (napadi i govor mržnje protiv određenih grupa, ponižavanje, omalovažavanje i šikaniranje neistomišljenika i imaginarnih neprijatelja), posećivanje sajtova i društvenih mreža koje propagiraju ekstremističke stavove ili pozivaju na nasilje, posedovanje materijala ili simbola povezanih sa ekstremističkim ideologijama i uverenjima ili, pak, česta pozivanja na teorije zavere i teorije o smaku sveta (Choi, 2016, str. 13). No, ono što je jednako važno kao i blagovremenost u reagovanju na ovakve „alarme“, jeste opreznost pri njihovom tumačenju, budući da niti jedan od pomenutih manifestacija u ponašanju ne može da predstavlja siguran znak radikalizacije, a da lažne optužbe i etiketiranja mogu samo da postanu deo problema.

Kako nema ni jedinstvenog puta radikalizacije, ni sigurnih znakova radikalizacije, tako nema ni univerzalnog leka za ovaj negativan društveni fenomen. No, dok mehanizmi intervencije (prekidanja puta radikalizacije pre nego što je osoba počinila krivično delo) i deradikalizacije (mere reintegracije osoba koje su već usvojile ili upotrebile nasilna sredstva) najčešće zahtevaju uključivanje stručnih i nadležnih instanci, te dolaze u fazama u kojima je određena šteta već nastala, prevencija predstavlja daleko najpristupačniji i najefikasniji metod suzbijanja nasilnog ekstremizma i radikalizacije koja bi mogla da do njega dovede. Dok su nadležne institucije i stručne zajednice svakako nezamenljivi akteri i u prevenciji, ono što prevenciju čini najdelotvornijom metodom suzbijanja nasilnog ekstremizma jeste komplementarna uloga koji svi akteri u nekoj zajednici mogu da igraju u jačanju otpornosti svakog njenog člana (OSCE, 2018). Uistinu, uključenosnost svih aktera prevenciju istovremeno čini i „nesavršenom dužnošću“, za koju su odgovorni i svi i niko, pa je jednako važno da u društvu postoje i što jasniji i delotvorniji mehanizmi referala na koje bi svaki akter u društvu mogao da se

osloni i pokrene ih zarad pravovremene reakcije na pretnje od radikalizacije i nasilnog ekstremizma (OSCE, 2019).

Obrazovanje koje doprinosi razvoju kritičke svesti, medijske i informatičke pismenosti i sposobnosti konstruktivnog učešća u zajednici, predstavlja jedan od najvažnijih mehanizama prevencije. Kao prvi i ključni forum za socijalizaciju sa vršnjacima i susret sa osnovnim vrednostima, principima i mehanizmima rešavanja sukoba, obrazovno-vaspitne institucije igraju jednu od najvažnijih uloga u prevenciji nasilnog ekstremizma i radikalizacije kod mladih (UNESCO, 2017). Obrazovanje koje ohrabruje dijalog, argumentovanu raspravu i kritičko razmišljanje predstavlja preduslov zajednice koja je otporna na izazove od širenja radikalnih ideja. Rasprave o važnim društvenim pitanjima, uključujući ona koja većina u društvu može smatrati kontroverznim ili tabu pitanjima, koje se mogu voditi na časovima istorije, sociologije, filozofije, građanskog vaspitanja ili veronauke, predstavljaju dragocene poligone za usvajanje vrednosti koje mlade čine sklonijim toleranciji i poštovanju drugog i drugačijeg. Svi nastavni predmeti, od jezika i književnosti do likovne, muzičke i fizičke kulture, otvaraju „prozore mogućnosti“ u kojima je mladi mogu da se upoznaju sa različitim kulturama i blagovremeno postanu svesni bogatstva koje ta različitost sa sobom nosi (Choi, 2016). Opremajući ih veštinama koje ih čine budnim i sumnjičavim misliocima koji nisu voljni da nekritički usvoje sve informacije koje do njih dolaze, već su spremni da dovedu u pitanje kredibilitnost i relevantnost njihovih izvora, formalno i neformalno obrazovanje mladima nudi najbolju alatku za samoodbranu od izazova i pretnji radikalizacije i nasilnog ekstremizma.

Premda je ovo vanvremenska mera prevencije radikalizacije, medijska i informatička pismenost predstavlja nezamenljiv mehanizam jačanja otpornosti zajednice u digitalnoj eri (Singh, Kerr, i Hamburger, 2016). Demokratizacija znanja koja je nastupila sa usponom digitalnih medija, istovremeno je donela i nove šanse i nove rizike, budući da je, sa jedne strane, doprinela neuporedivo bržem širenju informacija i znanja, a, sa druge strane, u velikoj meri zamaglila razlike u relevantnosti i kredibilitnosti njihovih izvora. Izazivajući tradicionalne autoritete znanja, internet sadržaj je postao ne samo dopunski, već neretko i jedini izvor informacija za mlade generacije, često i daleko pre nego što su ovladali veštinama za njegovo „filtriranje“. Statistika pokazuje da sve veći broj mladih do radikalnog sadržaja dolazi upravo na internetu, te da onlajn sfera postaje najvažniji prostor

kako za povezivanje sa drugim radikalnim pojedincima i ekstremističkim grupama, tako i za tzv. samo-radikalizaciju (Hassan, et al., 2018). Ne samo što je ekstremistički sadržaj lako dostupan, već moćni algoritmi doprinose snažnom efektu „eho komore“ koji među radikalizovanim pojedincima ojačava osećaj ispravnosti, pripadništva i superiornosti. Za razliku od ranijih perioda, kada su sadržaji ovog tipa bili teško dostupni, tajanstveni i strogo čuvani od očiju javnosti, danas je putem različitih Internet platformi taj sadržaj lako dostupan svima. Ne samo što je dostupan, već su ga neograničene mogućnosti virtuelnog sveta učinile vizualno, zvučno i na svaki drugih način prijemčivijim. Propagandni sadržaj Islamske države se, primera radi, više ne svodi na zastrašujuće fotografije i snimke pogubljenja, već su njihovi multimedijalni materijali vešto prilagođeni različitim starosnim i drugim kategorijama tako da u prvi plan istaknu privlačne pogodnosti svakodnevnice u Islamskoj državi, od porodičnog života, preko raskoši i bogatstva, do adrenalinskih avantura.

Kako razvoj kritičkog razmišljanja i medijske i informatičke pismenosti predstavlja meru prevencije sa najizvesnijim i najdalekosežnijim efektima, neophodno je da svi akteri društva svoje napore usmere u tom pravcu. Dok razvoj kritičkog mišljenja nesumnjivo spada u jednu od osnovnih funkcija formalnog obrazovanja, očekivati od nastavnika da reše i ovu društvenu bolest, stavlja preveliki teret i odgovornost na aktere koji nekada ni sami nisu dovoljno tehnički i informatički osposobljeni da se uhvate u koštac sa svim što digitalno doba nosi. Jednako je nerealno očekivati i da nadležne državne institucije pokriju svaki „ćošak“ nepreglednog sajber prostora, pa čak i tradicionalnih kanala komunikacije. Jedini mogući način efikasne prevencije u uslovima ograničenih ljudskih, materijalnih, ali i vremenskih resursa, stoga, podrazumeva saradnju i spregu svih aktera posredno i neposredno uključenih u živote mladih. „Učenje“ kritičkog razmišljanja nije linearan proces, ali jednom usvojeno može da se primeni bilo kada, bilo gde, na bilo koju informaciju iz bilo kog izvora. Medijska i informatička pismenost ne podrazumeva život u strahu i paranoji od lažnih vesti i iskrivljene realnosti, već sticanje situacione svesti i sposobnosti uočavanja opasnosti od nasilnog ekstremizma koje vrebaju i u onlajn i u oflajn sferi. Upravo oni članovi zajednice svakodnevno praktikuju kritičko razmišljanje i preuzimanje odgovornosti predstavljaju najbolje vojnike u borbi protiv nasilnog ekstremizma i radikalizacije koja do njega može da dovede.

## Literatura

- Choi, S. H. (2016). *A teacher's guide on the prevention of violent extremism*. UNESCO. Pristupljeno 10.02.2020. sa [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000244676\\_eng](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000244676_eng)
- Cragin, K., Bradley, M. A., Robinson, E., & Steinberg, P. S. (2015). What factors cause youth to reject violent extremism. *Results of an exploratory analysis in the West Bank. St. Monica (CA): RAND Corporation*.
- Hassan, G., Brouillette-Alarie, S., Alava, S., Frau-Meigs, D., Lavoie, L., Fetiú, A., ... & Sieckelinck, S. (2018). Exposure to extremist online content could lead to violent radicalization: A systematic review of empirical evidence. *International journal of developmental science*, 12(1-2), 71-88.
- Neumann, Peter. (2017). *Countering Violent Extremism and Radicalisation that Lead to Terrorism: Ideas, Recommendations, and Good Practices from the OSCE Region*. OSCE. Pristupljeno 10.02.2020. sa <https://www.osce.org/chairmanship/346841>
- OSCE. (2018). *A Whole-of-Society Approach to Preventing and Countering Violent Extremism and Radicalization That Lead to Terrorism: A Guidebook for Central Asia*. OSCE. Pristupljeno 10.02.2020. sa [https://www.osce.org/files/f/documents/a/7/444340\\_0.pdf](https://www.osce.org/files/f/documents/a/7/444340_0.pdf)
- OSCE. (2019). *Understanding Referral Mechanisms in Preventing and Countering Violent Extremism and Radicalization That Lead to Terrorism: Guidebook for South-Eastern Europe*. Pristupljeno 10.02.2020. sa <https://www.osce.org/files/f/documents/7/4/418274.pdf>
- Özerdem, A., & Podder, S. (2011). Disarming youth combatants: Mitigating youth radicalization and violent extremism. *Journal of Strategic Security*, 4(4), 63-80.
- Singh, J., Kerr, P., & Hamburger, E. (2016). *Media and information literacy: reinforcing human rights, countering radicalization and extremism (The MILID yearbook, 2016)*. UNESCO Publishing.
- Vergani, M., Iqbal, M., Ilbahar, E., & Barton, G. (2020). The three Ps of radicalization: Push, pull and personal. A systematic scoping review of the scientific evidence about radicalization into violent extremism. *Studies in Conflict & Terrorism*, 43(10), 854-854.



## 4. JAČANJE KAPACITETA MEDIJA ZA PROMOCIJU MEDIJSKE I INFORMACIJSKE PISMENOSTI I POZITIVNOG PRIPOVEDANJA

### 4.1. Osvrt na radionice za novinare: mediji u službi promocije medijske i informacijske pismenosti

Aleksandra Ugrinić  
Kristina Milić  
Ana Milojević

Kao stubovi izgradnje kritičkog mišljenja celokupnog društva, medijski poslenici našli su se pred izazovima modernih tehnologija, razvoja interneta i digitalnih medija. Savremeno digitalno okruženje reflektovalo je značaj uloge medijskih profesionalaca u izgradnji medijski i informatički pismenog demokratskog društva jer „reputacija novinara postaje glavni razlog korišćenja ili verovanja određenom onlajn izvoru vesti“ (Stevanović, 2014, 6). Sa druge strane, medijski i informaciono pismeno društvo daje zamah razvoju slobodnih i nezavisnih medija (UNESCO, 2015). Novinari i urednici dalje će uticati na izgradnju medijski pismenog građanstva koje „razume uloge i funkcije medija i drugih dobavljača informacija u društvu“ jer tako „pojedinac postaje sposoban da kritički analizira sadržaj ili informaciju na koju naiđe“ (UNESCO, 2015, 47). Ovo se pre svega odnosi na način selekcije informacija u moru dezinformacija i lažnih vesti, proveru izvora informacija pre nego što ona bude prosleđena do masovne publike, ali i važnosti pozitivnog pripovedanja na međukulturalni dijalog i toleranciju.

U okviru projekta *Medijska i informacijska pismenost u funkciji razvoja kritičkog mišljenja i zagovaranja mladih* poseban segment edukacije namenjen je medijskim profesionalcima, urednicima i novinarima, sa ciljem podizanja svesti o ulozi novinara i medija u širenju MIP. Ideja projektnog tima Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu je bila da ostvari cilj kroz 4 podkast emisije, kao i kroz dve onlajn diskusione radionice sa novinarima, predstavnicima novinarskih udruženja i samoregulatornih tela.

U podcast emisijama odabrani eksperti, novinari/urednici/medijski radnici su prenosili svojim kolegama znanja i iskustva stečena kroz svakodnevnu praksu ili radom na određenim specifičnim zadacima. Izbor sagovornika se oslanjao na

novinare koji mogu biti uzor i inspiracija u širokoj novinarskoj zajednici, zbog specifičnosti novinarske kulture u Srbiji. Odabrane su teme koje su duboko povezane sa kompetencijama koje su sastavni deo MIP, a takođe predstavljaju deo novinarskih veština i znanja na koje se oslanjaju u svom radu. U tom smislu, cilj emisija je da podignu svest novinara o tome koji su segmenti njihovog rada povezani sa medijskom i informacijskom pismenošću, i kako se može njihova uloga osvestiti i pospešiti. Emisije je realizovala nezavisna radijska produkcija Fakulteta političkih nauka u Beogradu, koju vode studenti završnih godina novinarstva. Osnovna intencija je bila da se kroz realizaciju emisija doprinese i podizanju kapaciteta studenata novinarstva, kao budućih novinara profesionalaca. Svaka tema je dobila polusatni medijski prostor. Snimljene u studiju, sa po dva gosta, emisije su dostupne audio na podcast-u, i vidljive u video formatu kroz ostale kanale promocije (YouTube, fakultetske stranice na društvenim mrežama, stranice radijske emisije Slušaonica 6).

U ovim emisijama bilo je reči o tome šta su lažne vesti i kako ih prepoznati u medijima; kako novinari ispunjavaju informacijske potrebe publike, upotrebom meta-podataka za kreiranje sadržaja; kakva je budućnost pozitivnog pripovedanja u Srbiji i sa kakvim se izazovima nose medijski poslenici prilikom izveštavanja u vreme krize, sa posebnim akcentom na period pandemije izazvane virusom COVID-19. Gosti emisija podvukli su neke od važnih preporuka za kreiranje medijskih sadržaja u digitalnoj eri, ali i za njihove recipijente. Konzumirajući medijske sadržaje današnja publika bi trebalo da se zapita ko je izvor vesti koju čita, kakva je istorija medija i da li je taj medij ranije objavljivao lažne informacije, da li neko ima koristi od konkretne dezinformacije, bilo da je u pitanju finansijska dobit ili u ideološkom odnosno političkom smislu. Slušaoci su upoznati sa besplatnim alatima za proveru, sa foto i video forenzikom i obrnutom pretragom fotografija. Analizirani su domaći tabloidi i mediji koji pribegavaju neistinitim sadržajima u tekstualnom formatu koji je mnogo teže proverljiv, posebno ako se pozivaju na „anonimne“ odnosno „dobro obavestene izvore“. Bilo je reči i o etičkim kodeksima koji se odnose ne samo na kreatore sadržaja u tradicionalnim medijima, već i na one specijalizovane za internet.

Kao jedan od odgovora na pitanje zašto se danas više govori o lažnim vestima nego ranije, istaknuta je rasprostranjenost i veća sloboda pristupu informacijama. *U Srbiji ne postoji istorija kritičkog mišljenja. Možete da kritikujete političare,*

*možete da kritikujete druge novinare ali ranije nije bilo dovoljno kritike unutar profesije. To je bio tabu. Danas u Srbiji postoje mediji koji analiziraju sadržaje drugih medija i raskrinkavaju istinu* (urednica portala Raskrinkavanje). Još jedan zaključak je da mediji kod kojih je detektovano najviše neistinitih informacija, zapravo dobijaju mnogo novca iz budžeta i lokalnih samouprava, te egzistencijalno nemaju potrebu da promene način izveštavanja. Specifičnost medijskog tržišta ogleđa se i u jedinstvenom pristupu tabloida, koji uređivačku politiku baziraju isključivo na objavama usmerenim na predstavnike opozicije u Srbiji.

Pored toga, borba za klikove takođe utiče na sadržaj vesti, odnosno na njihov plasman. Urednici online portala ovaj trend izdvajaju kao mikromenadžment na dnevnom nivou, gde se pored osluškivanja publike konsultuje analitika, tj. meta-podaci koji pomažu da generišu bolje sadržaje. Novinari su svesni negativne strane ovakvog izveštavanja, koje kako kažu postaje jednolično. Na pitanje o sudbini novinara zaključeno je da ne postoji algoritam koji bi mogao da prenese ljudska osećanja i emocije. *Pripovedanje je nešto što ne može da se poveže sa mehanikom, koliko god naprednom. Novinarstvo je jedna od retkih profesija gde će ljudski faktor uvek biti nezamenljiv. Najbolji algoritam je algoritam intuicije* (urednik portala Espresso). U intervjuima je istaknuta i veština filtriranja vesti koje treba da idu u etar, budući da novinari imaju veliku odgovornost u društvu, a trka za profitom zamagljuje osnovne postulate profesije, pa samim tim i urušava ulogu «čuvara kapija».

Pored četiri podkast emisije održane su i dve online radionice posredstvom Zoom platforme. Projektni tim Fakulteta političkih nauka iz Beograda rukovodio se propisanim epidemiološkim merama koje je usvojila Vlada Republike Srbije. Poziv za učešće upućen je Savetu za štampu, medijskim udruženjima (Nezavisno društvo novinara Vojvodine, Udruženje novinara Srbije, Novinarsko udruženje novinara Srbije, Lokal press), sindikatu novinara kao i urednicima etabliranih medija. Na radionicama je ukupno učestvovalo **74 medijska poslenika iz 36 medijskih kuća** iz zemlje, ali iznenađenje je bilo i učešće predstavnika medija iz dijaspore. U obe radionice koje su trajanjem prilagođene online načinu rada, u ulozi uvodničara učestvovalo je četiri medijska eksperta i jedan univerzitetski profesor. Oni su, u dvosatnim radionicama, predstavili preporuke za novinare na osnovu sopstvenog iskustva, poznavanja novinarskih praksi u Srbiji, ali i na osnovu realizovanih studentskih emisija kreiranih za potrebe Regionalnog

programa "Dijalog za budućnost". Kao najveći benefit ovog načina rada medijski eksperti ističu priliku da se okupe iskusni novinari i mladi koji će u svom radu tek da se susretnu sa onim što su teme radionica kada budu kreirali medijsku sliku naše zemlje. Nakon izlaganja uvodničara otvoren je prostor za diskusiju, koju su moderirali studenti žurnalistike sa Fakulteta političkih nauka, Univerziteta u Beogradu.

Na prvoj radionici ukupno je učestvovalao 54 novinara iz 30 medija. Osnova za diskusiju bile su teme iz dve podcast emisije: lažne vesti i metapodaci u novinarstvu, koje su elaborirali urednica portala Raskrinkavanje i izvršni direktor dnevnog lista Danas. Dominantno je mišljenje da mediji u Srbiji koriste model manipulacije činjenicama. Često nije problem želja da se obmane publika kako bi zaradili zbog veće vidljivosti neke vesti, već iz neznanja, odnosno lošeg novinarstva. Novinari bi trebalo da nametnu publici relevantne teme, a ujedno da ih uvažavaju i uključe u kreiranje sadržaja (primer *intervjua na mreži* gde čitaoci postavljaju pitanja gostima).

Na drugoj radionici je učestvovalo 46 novinara. U ulozi uvodničara bili su predstavnica Saveta za štampu i predsednik Upravnog odbora Nezavisnog društva novinara, koji su govorili o izveštavanju u vreme krize (pandemija COVID-19) i o pozitivnom pripovedanju u novinarstvu. Takođe, teorijsku bazu o algoritamskim kapijama novinari su dobili od univerzitetskog predavača iz Bosne i Hercegovine, čime smo osnažili regionalnu saradnju i naglasili akademske kompetencije u ostvarivanju medijske i informacijske pismenosti. Medijskim poslenicima je otvoren prostor da procene koliko su preporuke ostvarljive, odnosno da procene koliko ih mogu usvojiti u svom radu u odnosu na prepreke koje se pojavljuju u praksi, kao i da iskažu svoje iskustvo u odnosu na centralnu temu. Novinarima je predstavljeno i *novinarstvo okrenuto rešenjima* (solution journalism), kao model istraživanja pomoću kojeg se odgovara na pitanja: kako doći do rešenja nekog problema, kako to rešenje primeniti i kako drugi mogu da preuzmu slično rešenje, fokusirajući se na efekte.

Jedan od generalnih zaključaka radionica jeste povratak osnovama novinarstva uz insistiranje na nepristrasnosti. To je jedino moguće, kako ističu uvodničari, podizanjem praga za javni pritisak kroz adekvatan i celovit obrazovni sistem. Učesnici su diskutovali i o značaju univerziteta da se uključe u temu medijske i informacijske pismenosti i prepoznali njihov potencijal, ali i trenutne manjkavosti.

Prema njihovom mišljenju, o ovim temama trebalo bi da se govori i na drugim fakultetima, a ne samo onim koji školuju buduće novinare. Zaključeno je da je edukacija kako novinara, tako i šire javnosti o medijskoj i informacijskoj pismenosti od krucijalnog značaja za celu zajednicu. Imajući u vidu da je to dugotrajan proces, nerealno je očekivati brz napredak i rezultate u bliskoj budućnosti.

Predstavnici esnafa pozitivno su ocenili radionice za podizanje medijske i informacijske pismenosti, od čega je njih 25 odsto prepoznalo kao značajne, a 60 odsto učesnika kao izuzetno značajne veštine i kompetencije koje će koristiti u svom budućem radu.

### **Literatura**

Stevanović, V. (2014). Priručnik za novinare – Osnove medijske pismenost. Stojkov.

UNESCO. (2015). Informacijska medijska pismenost, Smjernice za politiku i strategiju. Cetinje: Nacionalna biblioteka Crne Gore „Đurđe Crnojević“. Pristupljeno 10.02.2020. sa [https://www.nb-cg.me/fajlovi/IMP\\_Smjernice\\_PRERADA.pdf](https://www.nb-cg.me/fajlovi/IMP_Smjernice_PRERADA.pdf)

## 4.2. (Ne)tolerancija prema „drugom“ u savremenom društvu i medijskom okruženju

Kristina Milić

Ubrzan proces globalizacije i širenje umreženog društva, paradoksalno, u prvi plan je istaklo jačanje nacionalnih identiteta i poistovećivanje sa državom-nacijom. U uslovima savremenog razvoja mreža, došlo je i do radikalizacije osećaja pripadnosti različitim homogenim društvenim grupama. Ovo pre svega, podrazumeva ekstremno naglašavanje razlike između „nas“, koji delimo iste, priznate vrednosti i „njih“, koji ne dele iste vrednosti i osećaj pripadnosti većinskoj društvenoj grupi. Usled globalnih društvenih kriza, kakva je bila i migrantska kriza 2015. godine, ojačale su i ekstremne ideološke struje na evropskoj političkoj sceni koje potpiruju netoleranciju prema „drugom“. Ova globalna društvena kriza narušila je osnovne principe na kojima počiva zajednica Evropske unije. Pre svega, kroz razgraničavanja naroda ponovnim uvođenjem granica između država, ali i rasta diskriminacije, netolerancije i isključivanja „drugog“, podržanim od strane pojedinih političkih aktera. Porast tenzija između nas i drugih može se smatrati i vraćanjem savremenog globalizovanog društva korak unazad. Još jednom je obesmišljena ideja kosmopolitizma, koja gleda na svakog čoveka kao „građanina sveta“, u kome se ljudi ne mogu podeliti shodno njihovom poreklu, rasi, nacionalnoj pripadnosti ili nekoj drugoj socijalnoj kategoriji (Prelević, 2008). U ovim uslovima, koncept „drugog“ dobija na značaju, kao i potreba da se dublje sagledavaju procesi kojima se konstituišu i konstruišu „drugi“ u kontrastu sa različitim zajednicama.

Važnu ulogu u ovom procesu imaju i mediji. Mediji predstavljaju ključnu kariku svakog društva u procesu izgradnje zajedništva delujući kao forum za normalizujuću društvenu konstrukciju stvarnosti. Istovremeno, oni imaju i najveću moć u osporavanju socijalne kohezije, tolerancije i međukulturalnog dijaloga u javnosti. U istorijskom periodu koji je za nama, masovni mediji su odigrali i ključnu ulogu u definisanju identiteta i ilustrisanju ograničenja nacionalne države. Objašnjavajući ulogu masovnih medija u ovom procesu, Furih (Fürsich) ističe da su „često mediji formirali posredovani nacionalni identitet na ograničene načine, definišući granice zajednice koji se smatraju delom nacije i isklju-

čivanjem manjina kao „drugih“ (Fürsich, 2010: 113). Nadalje, kapacitet savremenih medija u globalizovanom medijskom okruženju doveden je u pitanje u kontekstu održavanja posvećenog i humanističkog kosmopolitizma (Waisbord, 2004). Društvene mreže dodatno su usložnile međukulturne odnose, kao i pitanje isključivanja „drugog“ u odnosu na raznorodne izolovane i jedinstvene „zamišljene zajednice“. Prema tumačenju autora Šobe i Marten, ove zajednice ne moraju biti samo nacionalne zajednice, već i grupe „okupljene oko zajedničkih centara interesovanja, grupe koje su po definiciji transnacionalne, ali ne i nužno transkulturalne jer se sastoje iz homogenih potkultura“ (Šobe i Marten, 2014: 330). Prema tome, u onlajn okruženju konstanto nastaju različite homogene zajednice kulture ili istomišljenika, od kojih neke dodatno podstiču društvene podele i segregaciju koja prevazilazi nacionalne okvire.

Pitanje opasnih „drugih“ veoma je zastupljeno i u diskursu populističkih političkih partija i lidera, koji poslednjih decenija stiču sve veću popularnost širom sveta. Porast populizma u razvijenim demokratijama prepoznatljiv je između ostalog kroz: uspeh Nacionalnog fronta u Francuskoj, Slobodarske stranke u Holandiji i u Austriji, Pokreta pet zvezdica u Italiji i desničarske Alternative za Nemačku na regionalnom i nacionalnom nivou.

Važan segment populizma kao ideologije (Wirth, et. al, 2016), jeste promovisanje ideje isključivanja „različitih drugih“ u odnosu na dominantan narod. Populistička retorika se gradi i oko opasnih „drugih“ koji „pokušavaju da oduzimaju prava suverenom narodu, vrednosti, prosperitet, identitet i mogućnosti da se čuju“ (Albertazzi & McDonnell, 2008, str. 2). Kao opasne druge, populisti najčešće označavaju migrante, strance, pripadnike manjina ili drugih marginalizovanih grupa (Mudde, 2004; Minkenberg, 2011). U zavisnosti od specifičnosti istorijskog, političkog i kulturnog konteksta, isključivanje i marginalizacija mogu biti usmereni i na druge društvene grupe, kao što su homoseksualci, korisnici socijalne pomoći, pripadnici romske zajednice ili „bilo koje grupe unutar društva, čiji identitet ili ponašanje populisti označavaju izvan „naroda“ (Bobba & McDonnell, 2016, str. 283). Polazeći od ideje da se „vrednosti i ponašanja nekih grupa ne mogu pomiriti sa opštim interesom naroda“ (Jagers & Walgrave, 2007, str. 324), populistički diskurs se gradi oko ideje da opasni „drugi“ ugrožavaju interese naroda i izazivaju različite društvene probleme. Ne samo da „drugi“ ne dele „dobre“ karakteristike naroda, već se predstavljaju kao pretnja za narod, kao

„opasni drugi“ koji su krivi za razne nesreće sa kojima se suočava opšta populacija. U skladu sa tim, populisti pojednostavljaju određene kompleksne društvene probleme, predstavljajući opasne druge kao njihov uzrok, populisti nameću eliminaciju drugih sa teritorije naroda ili iz kategorije naroda kao jednostavno rešenje problema.

U tom smislu, populistička retorika u vezi sa „opasnim drugim“ se graniči sa govorom mržnje, koji je i istorijski posmatrano uvek pratio velike društvene krize i napetosti. Posmatrajući ga na teorijskom nivou, govor mržnje predstavlja verbalno iskazivanje mržnje, šovinizma, ksenofobije, rasizma i drugih negativnih kolektivnih osećanja (Bugarski, 2002) u uslovima naglašene polarizacije između „MI“, koji smo dobri i čisti i „ONI“, koji su zli, agresivni, izvor patnje (Daglas, 1993). Savet Evrope pod pojmom govora mržnje podrazumeva „svaki oblik izražavanja koji širi, raspiruje, podstiče ili opravdava rasnu mržnju, ksenofobiju, antisemitizam ili ostale oblike mržnje zasnovane na netoleranciji, uključujući tu i netolerantnost izraženu u formi agresivnog nacionalizma i etnocentrizma, diskriminacije i neprijateljstva protiv manjina, migranata i osoba sa imigrantskim poreklom“<sup>92</sup>. U istom dokumentu ističe se i da ovakvi oblici izražavanja putem medija imaju najdalekosežniji uticaj na javnost, posebno u uslovima društvene napetosti i oružanih sukoba.

Ovo upozorenje podvlači ulogu medija u masovnom širenju populističkih ideja i jačanju antagonizma između naroda i „opasnih drugih“ (Stewart et al., 2003). Mediji se mogu smatrati svojevrsnim saučesnicima u osnaživanju i širenju populističke retorike. Uloga medija se može tumačiti kao trostruka. Prvo mediji imaju tendenciju da personifikuju i polarizuju društvene probleme u izveštavanju. Drugim rečima, sama medijska logika ide u prilog populističkom diskursu, odnosno načinu na koji populisti uokviruju društvene probleme kao i rešenja za te probleme. Drugo, mediji su sve više otvoreni za populiste i njihove diskurse. Nekada je populistička retorika bila zastupljena samo u marginalnim, alternativnim medijima, a sa porastom uspeha populističkih partija i lidera, oni i njihove ideje dobijaju sve veći prostor u mejnstrim medijima. Dakle mediji, kroz pokla-

---

<sup>92</sup> (Preporuka (97)20 (1997)

<https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680505d5b> (pristupljeno 23.01.2021.)



njanje pažnje nosiocima populističkog diskursa, sve češće služe kao platforma za iskazivanje i širenje govora mržnje. Treće, sami mediji u načinu tretiranja određenih tema ili društvenih grupa mogu osnaživati podele između nas i drugih.

Sva tri oblika su se manifestovala u izveštavanju evropskih medija o migrantskoj krizi. Medijski tretman migrantske krize i migranata uopšte je poprilično homogen, kako pokazuju mnogobrojna istraživanja (Fürsich, 2010; Siapera, 2010; Zhang and Hellmueller, 2016). Na osnovu analize medijskog izveštavanja u zemljama članicama Evropske Unije tokom migrantske krize, Georgiou i Zaborovski ističu da je „efektivno suočavanje sa govorom mržnje izazov koji dobija novu hitnost, posebno kada smo svedoci stalnog porasta jezika koji promoviše diskriminaciju, a u nekim slučajevima čak i podstiče mržnju i nasilje nad izbeglicama i migrantima u jednom delu evropskih mejnstrim i društvenih medija“ (Georgiou & Zaborowski, 2017, str. 5). Medijska reprezentacija migranata u širem smislu možda oslikava netrpeljivosti, manjak tolerancije i prisutnost diskriminacije u savremenom društvu. Predstavnicima manjinskih grupa, među kojima su i migranti i izbeglice, nalaze u situaciji u kojoj nemaju „jednak pristup pravima zbog diskriminatornih stavova prema njima, koji su često podstaknuti negativnim narativima u javnoj raspravi“ (Georgiou & Zaborowski, 2017, str. 5).

Dakle, uprkos globalnom usmerenju medijske industrije na neutralnost i objektivnost u izveštavanju kao deo „ideologije novinarstva“ (Deuze, 2005, str. 446), kompleksni društveni i politički uslovi pokazali su slabosti savremenih medija. Svetske krize sa kojima se suočavamo poslednjih godina, poput pandemije virusa COVID-19 ili migrantske krize, zatim jačanje desničarskih organizacija, popu-lističkih partija i lidera, i sa njima povezano širenje govora mržnje i lažnih vesti, postavljaju nove izazove pred medije i medijske profesionalce koji snose veliku odgovornost za karakter javne rasprave. Upravo karakteristike javnih rasprava širom Evrope ukazuju na potrebu da se radi na razvoju strategija za poboljšanje uloge medija u promovisanju kulturne raznolikosti, odnosno razvoju medijske prakse zasnovane na toleranciji i zaštiti prava svih, pa i manjinskih grupa. Neophodno je usmeriti obrazovne strategije dvojako: prema opštoj populaciji sa jačanjem medijske pismenosti, ali i prema medijima i medijskim profesionalcima. Prepoznavanje govora mržnje i pozivanje na odgovornost za širenje govora mržnje nije dovoljno. Osnaživanje medija za ravnopravan tretman svih društvenih grupa kao i promovisanje tolerancije u društvu mora

imati jednak prioritet. Neke od strategija mogu biti usmerene na podizanje kapaciteta medijskih profesionalaca za izveštavanje u krizama, o marginalizovanim društvenim grupama, zatim na podizanje svesti o posledicama predstavljanja društvenih problema na polarizovan način, kao i osnaživanje medijskih radnika za međukulturalni dijalog.

## Literatura

- Albertazzi, D. & McDonnell, D. (2008). Introduction: The Sceptre and the Spectre. In Albertazzi, D. and McDonnell, D. (Eds.), *Twenty-first century populism*. New York: Palgrave Macmillan, 1-15.
- Bobba, G. & McDonnell, D. (2016). Different types of right-wing populist discourse in government and opposition: The case of Italy. *South European Society and Politics*, 21(3), 281-299.
- Boomgaarden, H.G. & Vliegenthart, R. (2007). Explaining the rise of anti-immigrant parties: The role of news media content. *Electoral Studies*, 26(2), 404-417.
- Bugarski, R. (2002). *Nova lica jezika: sociolingvističke teme (Vol. 128)*. Čigoja štampa.
- Daglas, M. (1993). *Čisto i opasno*. Beograd: Plato, Biblioteka XX vek.
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464.
- Firmstone, J., Georgiou, M., Husband, C., Marinkova, M. & Stiebel, F. (2009). *Representation of Minorities in the British Press*. Vienna: EU Fundamental Rights Agency.
- Fürsich, E. (2010). Media and the representation of Others. *International Social Science Journal*, 61(199), 113-130. doi:10.1111/j.1468-2451.2010.01751.x
- Georgiou, M. & Zaborowski, R. (2017). *Media coverage of the „refugee crisis”: A cross-European perspective*. Council of Europe.
- Jagers, J. & Walgrave, S. (2007). Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium. *European Journal of Political Research*, 46 (3), 319-345.
- Minkenberg, M. (2011). The Tea Party and American Populism Today: Between Protest, Patriotism and Paranoia. *dms—der moderne staat—Zeitschrift für Public Policy, Recht und Management*, 4(2), 9-10.
- Mudde, C. (2004). The populist Zeitgeist. *Government & Opposition*, 39 (4), 541-563.

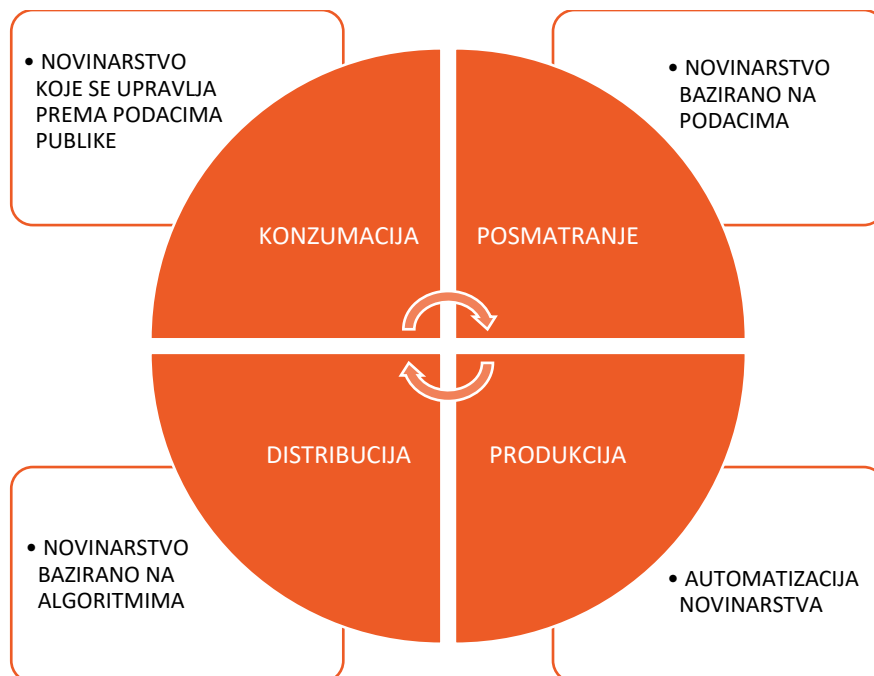
- Prelević, D. (2008). Ideja klasičnog kosmopolitizma: argumenti u prilog svetske vlade. *Filozofija i društvo*, (36), 161-191.
- Preporuka (97)20 (1997) *Recommendation NO. R (97) 20. Of the Committee of Ministers to member states on „hate speech“*. URL: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680505d5b>
- Siapera, E. (2010). *Cultural diversity and global media*. Malden: Wiley-Blackwell.
- Stewart, J., Mazzoleni, G., & Horsfield, B. (2003). Conclusion: Power to the media managers. *The media and neo-populism: A contemporary comparative analysis*, 217-237.
- Šobe, F. i Marten, L. (2014). *Međunarodni kulturni odnosi*. Beograd: Clio.
- Waisbord, S. (2004). Media and the reinvention of the nation. U: J. Downing, D. McQuail, P. Schlesinger and E. Wartella, eds *The Sage handbook of media studies*. Thousand Oaks, CA: Sage, 375–392.
- Wirth, W., Esser, F., Wettstein, M., Engesser, S., Wirz, D., Schulz, A., ... & Müller, P. (2016). The appeal of populist ideas, strategies, and styles: A theoretical model and research design for analyzing populist political communication. *NCCR democracy Working Paper series*, (88)
- Zhang, X., & Hellmueller, L. (2016). Transnational media coverage of the ISIS threat: A global perspective?. *International Journal of Communication*, 10(20), 766–785.
- Popović, A. (2019, decembar 01). Nedopustive razmere govora agresivnosti i mržnje u medijima. *Danas*. Pristupljeno 30. 12. 2020. sa <https://www.danas.rs/drustvo/nedopustive-razmere-govora-agresivnosti-i-mrznje-u-medijima/>

### 4.3. Datafikacija publike i novinarstvo: novi prostor za razvoj strategija medijske i informacijske pismenosti

Ana Milojević

Jedan od načina posmatranja transformacije našeg društva usled razvoja digitalnih tehnologija jeste kroz pojam, odnosno proces „datafikacije”. Pod pojmom datafikacije se podrazumeva „pretvaranje najrazličitijih životnih procesa u nizove podataka za kompjutersku obradu (Couldry & Yu, 2018, str. 4473). Veliki deo životnih procesa u savremenom društvu je izložen procesima datafikacije, između ostalih i način upotrebe medija, odnosno povezivanja sa i putem medija. Prema rečima Van Es i Šefer (van Es & Schäfer, 2017, str. 13), „podaci hrane mnoge aplikacije koje koristimo na brojnim platformama, tekući od korisnika i uređaja ka servisima i platformama, povezujući i odmeravajući publiku na nezamisliv način”. Slično tome, Koldri i Hep (Couldry i Hepp, 2017, str. 52) ističu da se datafikacija može smatrati ključnom karakteristikom aktuelne medijacije našeg društvenog sveta.

Efekti datafikacije na novinarstvo su sveobuhvatni i dalekosežni. Lozen (Loosen, 2018) ih sumira polazeći od kruga medijske produkcije, koji se sastoji od posmatranja okoline, proizvodnje medijskog sadržaja, njegove distribucije i konzumacije. Sva četiri stupnja medijske produkcije se transformišu pod uticajem procesa datafikacije, kako je predstavljeno slikovito na grafikonu 1: u prvoj fazi sa razvojem posmatranja okoline na bazi podataka, u drugoj sa automatizacijom proizvodnje medijskih sadržaja, u trećoj sa napretkom algoritama koji usmeravaju procese distribucije, kao i upravljanje svih faza u skladu sa velikom količinom podataka o ponašanju publike koja je dominantna u poslednjoj fazi kruga produkcije.



Ilustracija 2: Prikaz kruga proizvodnje medijskih sadržaja i četiri oblika datafikacije novinarstva (na osnovu Loosen, 2018, str. 8)

Dakle, prema Lozen (Loosen, 2018), prvi način na koji se datafikacija odražava na novinarstvo je razvoj „data journalism” – novinarstva baziranog na analizi velike količine podataka. Naime, novinari i medijske organizacije se sve češće upuštaju u dugotrajna istraživanja javno dostupnih podataka, koje „procure u javnost” ili su dostupne po osnovu javnosti rada različitih institucija ili kompanija. *Data journalism* se može smatrati posebnom podvrstom istraživačkog novinarstva koja je u povoju, s obzirom na broj obuka koje su u ponudi, objavljenih priručnika i udžbenika (na pr. Gray, Chambers & Bounegru, 2012). U Srbiji, obrazovni programi još uvek ne prate svetske trendove, i studijski programi za novinarstvo ne uključuju ovu podvrstu novinarstva kao zasebnu formu uobličavanja podataka dobijenih istraživačkim procesima. Za sada, samo mediji civilnog sektora, ili mediji koji se projektno finansiraju koriste nove alate, a samim tim predstavljaju i jedina mesta za edukaciju budućih novinara za data journalism.

Drugo, Lozen (2018) ukazuje na razvoj veštačke inteligencije, to jest programa koji mogu samostalno da kreiraju jednostavne tekstove, ili čak da obavljaju jednostavnu komunikaciju sa čitaocima (roboti). Ove fenomene Lozen (2018) podvodi pod pojam automatizacije novinarstva, u osnovi koje leži napredak

tehnologija za reprodukovanje prirodnih jezika. Pojavljivanje robota koji mogu da kreiraju sadržaj ili održavaju jednostavnu i ograničenu komunikaciju sa ljudima, bez obzira što su još uvek sa ograničenim performansama, otvara niz komplikovanih pitanja u vezi sa „praktičnim, socio-političkim, psihološkim, pravnim i profesionalnim implikacijama za medijske organizacije, novinare i njihovu publiku“ (Montal & Reich, 2017, str. 829). Jedna od značajnijih implikacija jeste zamagljivanje granica novinarstva u profesionalnom i institucionalnom smislu, jer je sve više tehnoloških kompanija kao i programera, analitičara i drugih sličnih profesionalaca koji se uključuju u proizvodnju medijskih sadržaja. Proširivanje granica novinarstva se odvija i na nivou distribucije.

Treće, Lozen (2018) ističe da u meri u kojoj je širenje i deljenje vesti sve više zavisno od društvenih mreža i interneta, logika algoritama postaje sve značajniji faktor u novinarstvu. Drugačije rečeno, rasprostiranje novinarskog sadržaja sve više je pod uticajem algoritama koji selektuju, rangiraju i usmeravaju informacije, pa se prema Lozen (2018) može govoriti o nastanku *algoritamskog* ili „novinarstva baziranog na algoritmima“ (*algorithmed journalism*).

U osnovi ovih procesa, *automatizacije* i *algoritmizacije*, se nalazi obrada ogromne količine podataka o ponašanju korisnika interneta, takozvanih digitalnih tragova (digital traces) koji ostaju iza svakog učinjenog koraka na internetu. Naime, medijske organizacije imaju na raspolaganju obimne podatke o interakciji između sadržaja koje objavljuju i publike koja ga konzumira.

Zamit (Zamith, 2018) pravi razliku između analitike publike (*audience analytics*) i metrike publike (audience metrics), sa argumentom da je ova razlika važna za razumevanje promena u odnosu između proizvođača i korisnika sadržaja. Iako se u literaturi termini analitika i metrika najčešće upotrebljavaju naizmenično, Zamit (Zamith, 2018, str. 422) pod analitikom podrazumeva „sisteme i softvere koji omogućavaju merenje, prikupljanje, analizu i izveštavanje digitalnih podataka o tome kakva je interakcija sa sadržajem i konzumiranje sadržaja“. Ovi sistemi uključuju i sumiranje, sintezu i prezentovanje podataka, kada se na primer kreiraju preporuke koje upućuju na popularne sadržaje (*trending stories*), ili prezentuju podatke na intuitivan način putem onlajn tabli (*dashboard*). Prema Zamit (Zamith, 2018, str. 423) među najpopularnije sisteme ove vrste spadaju *Chart-beat*, *Google Analytics*, *Parse.ly*. Metrika publike nastaje kada se sistemski podaci o ponašanju i preferencijama publike obrade tako da pokazuju odabire

publike kao celine, pa metrika pruža uvid u to kako se neki sajt koristi, kakva mu je poseta, koliko se korisnici zadržavaju i tome slično (Zamith, 2018, str. 423).

Bez obzira na terminološku ili suštinsku razliku između analitike i metrike, veliki podaci koji su na raspolaganju medijskoj industriji u mnogome menjaju način funkcionisanja medijskih organizacija i novinarstva, što može voditi i ka promeni društvene uloge medija i novinarstva.

Najpre, upravljački kadar u medijskim organizacijama posmatra podatke publike kao novi „sveti gral“ medijske industrije, koja je poslednjih decenija u blagom padu ili krizi. U tom smislu, urednici podatke publike smatraju dragocenim i koriste ih kao sve važniji orijentir i kriterijum za donošenje odluka. Novinari ne procenjuju podatke publike uvek na isti način kao uredništvo, i često ih doživljavaju kao pretnju za autonomiju i pokazuju otpor prema analitici. To dovodi do tenzija u nekim medijima i redakcijama (Bunce, 2017; Usher, 2012), dok je u drugim prisutna pozitivna percepcija analitike duž cele redakcijske hijerarhije (Hanush, 2017), i novinari doživljavaju analitiku kao motivacioni faktor koji ih konstantno usmerava da bolje služe svojoj publici (Ferrer-Conill, 2017).

Drugim rečima, odluke o tome koje priče da se prate, kako da se rangiraju, koje se stavljaju u prvi plan, iz kojeg ugla se pristupa pričama, koje teme i tematske oblasti privlače najviše pažnje, se sve više baziraju na analitici i metrici, na svim nivoima odlučivanja u medijskim organizacijama. Takođe, medijski sadržaj se prilagođava prema podacima publike, na primer, vrši se optimizacija teksta prema Internet pretraživačima, testira se u realnom vremenu reakcija na sliku i naslov, promoviše sadržaj na naslovnoj strani i tako dalje (Zamith, 2018, str. 428). Sve ovo se odražava na tradicionalne uloge medija i novinara u postavljanju agende javnih zbivanja (*agenda setting*), odabira priča koje će se objavljivati i pratiti (*gatekeeping*), načina uokviravanja priča (*framing*), kao i tradicionalnih normi novinarstva, poput objektivnosti, vrednosti vesti (*news value*) i drugih.

Naime, medijske organizacije, urednici i novinari su se dugo vremena rukovodili normativnim idejama o tome šta je poželjna uloga medija u društvu, to jest više su kreirani sadržaji za koje se mislilo da publici trebaju, a manje onakvi kakve publika zaista želi. Novija istraživanja pokazuju izvesno pomeranje percepcije uloge novinara, to jest veću orijentaciju ka publici kao konzumentima (*consumer orientation*), a manju na publiku kao građane (*citizen orientation*) (Hanusch &

Tandoc, 2017). Dakle, postojeća saznanja pokazuju da sa normalizovanjem upotrebe analitike i metrike u redakcijama dolazi do jačanja komercijalne naspram javno-servisne orijentacije medija. Pored toga, istraživanja demonstriraju jaz između preferencija publike i novinara. Novinari se mnogo češće opredeljuju za teme od javnog značaja, u najrazličitijim medijskim organizacijama širom sveta (na pr. Boczkowski & Mitchelstein, 2013), dok podaci o publici govore da publika više voli zabavne i takozvane *life style* sadržaje. U skladu sa tim, stručna i akademska javnost upozoravaju da potpuno usklađivanje medijskog rada sa podacima publike mogu voditi novinarstvo i medije sve bliže zabavljačkoj a sve dalje od demokratske uloge medija u društvu.

Međutim, s obzirom da različiti akteri još uvek vuku u različitim pravcima i da su trendovi uticaja datafikacije u medijima i novinarstvu protivrečni, postoji prostor za jačanje demokratskog potencijala medija. U skladu sa tim, ovaj tekst predlaže dodavanje novog elementa u postojeće kurikulume, programe i kampanje medijske i informacijske pismenosti (MIP), koji bi se fokusirao na datafikaciju publike i ukazivao na potencijalno nerazumevanje između medija i publike na bazi velikih podataka. Sa jedne strane, medijskim radnicima bi trebalo ukazivati na činjenicu da su podaci o publici nastali na osnovu velikih podataka ipak samo konstrukcija publike, te da se na osnovu njih ne može potpuno i celishodno razlučivati o tome šta publika želi ili treba da dobija od medija. Prema rečima Zamita (Zamith, 2018, str. 420) „važno je praviti razliku između konstruisane i realne publike, jer konstrukcija može loše odražavati realnu, u smislu obima, interesa i informativnih potreba publike“. U skladu sa tim, mogu se pronalaziti primeri dobre prakse, koji pokazuju da kombinovanje tradicionalnih načina rada sa novim, baziranim na analitici i metrici, dovodi do inovacija i uspešnog poslovanja. Na bazi tih primera, može se demonstrirati da je svrsishodno uključivanje tradicionalnih kriterijuma u algoritme za rangiranje vesti na naslovnim stranicama, za preporučivanje sadržaja i tome slično. Sa druge strane, potrebno je podizati svest publike o tome da svako ponašanje na internetu kreira povratne informacije za kreatore i provajdere sadržaja, te da individualne preferencije prema sadržaju ulaze u agregatnu sliku publike. Svaki klik na neki sadržaj postaje informacija koja se analizira i uklapa u širu sliku na osnovu koje mediji prilagođavaju svoj rad. Dakle, ako pojedinci biraju *click bait* naslove, sve više će biti takvih naslova u medijima. U skladu sa tim, potrebno je razvijati svest da o tome da članovi publike snose izvesnu odgovornost za kvalitet javne sfere,



jer se individualne preferencije slivaju u kolektivnu sliku publike prema kojoj se upravljaju mediji i drugi proizvođači sadržaja i medijskih usluga. Takođe, različite kategorije publike mogu imati različitu svest o tome kako su reklame, vesti i drugi sadržaji koji im se preporučuju posledica načina na koji koriste internet, odnosno medije putem interneta. Prema tome, ovaj rad zagovara oblikovanje posebnih ili dopunjavanje postojećih programa MIP, koji bi bili usmereni kako na različite kategorije publike, tako i na medijske radnike.

Značaj predloženog segmenta MIP se možda najbolje sagledava u reflektivnoj prirodi ili ulozi novinarstva. Kako ističe Lozen (2018) u razmatranju, novinarstva, podataka i društvene realnosti ne sme se izgubiti iz vida dualna priroda novinarstva kao društvene institucije, koja je istovremeno jedan društveni domen u kojem se datafikacija manifestuje ali i domen kroz koji se reflektuju širi procesi datafikacije društva. Prema tome, novinarstvo je ne samo idealan slučaj za razumevanje načina na koje datafikacija preoblikuje naše društvo, nego i idealno mesto za sagledavanje aktera na koje je potrebno usmeravati MIP, jer novinarstvo istovremeno odražava najvažnije karakteristike javne komunikacije u datafikovanom društvu.

## Literatura

- Boczkowski, Pablo J. and Eugenia Mitchelstein (2013). *The News Gap: When the Information Preferences of the Media and the Public Diverge*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Bunce, M. (2019). Management and resistance in the digital newsroom. *Journalism*, 20(7), 890-905. doi:10.1177/1464884916688963.
- Couldry, N., & Yu, J. (2018). Deconstructing datafication's brave new world. *New media & society*, 20(12), 4473-4491.
- Ferrer-Conill, R. (2017). Quantifying Journalism? A Study on the Use of Data and Gamification to Motivate Journalists. *Television & New Media*, 18 (8), 706–720. doi:10.1177/1527476417697271.
- Gray, J., Chambers, L., & Bounegru, L. (2012). *The data journalism handbook: How journalists can use data to improve the news*. O'Reilly Media, Inc.
- Hanusch, F., i Edson C. T. (2017). Comments, Analytics, and Social Media: The Impact of Audience Feedback on Journalists Market Orientation. *Journalis*, 1–19. doi:10.1177/1464884917720305.

- Hanusch, F. (2017). Web Analytics and the Functional Differentiation of Journalism Cultures: Individual, Organizational and Platform-Specific Influences on Newswork. *Information, Communication and Society*, 20 (10), 1571–1586. doi:10.1080/1369118X.2016.1241294.
- Loosen, W. (2018). Four forms of datafied journalism. *Communicative Figurations*, WP, 18, 20.
- Montal T. i Reich Z. (2017). I, robot. You, journalist. Who is the author? Authorship, bylines and full disclosure in automated journalism. *Digital Journalism*, 5(7), 829–849.
- Usher, N. (2012). Going Web-First at the Christian Science Monitor: A Three-Part Study of Change. *International Journal of Communication*, 6, 1898–1917.
- Van Es, K., & Schäfer, M. T. (2017). *The datafied society. Studying culture through data*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Zamith, R. (2018). Quantified audiences in news production: A synthesis and research agenda. *Digital Journalism*, 6(4), 418-435.



## III. CRNA GORA

### 1. MEDIJI I INFORMACIJSKO OKRUŽENJE U CRNOJ GORI

Jovana Svrkota<sup>93</sup>

Godinama unazad istraživanja pokazuju da je stepen medijske pismenosti u Crnoj Gori na niskom nivou. Prema istraživanju Instituta za otvoreno društvo iz Sofije, naša zemlja je među posljednjima na listi evropskih zemalja. Ako uzmemo kao referencu indeks medijske pismenosti, 2019. godine zauzimala je 31. mjesto od ukupno 35 zemalja (Institut za otvoreno društvo-Sofija, 2019).

Kada je riječ o uticaju medija na društvo u kojem djeluju, a uzevši u obzir trenutni kontekst u kome se Crna Gora nalazi, postoji opasnost da medijski neopismenjena zajednica može dovesti do dugotrajnih posledica po društvo. Prethodnu godinu u našoj zemlji obilježio je korona virus, a društvo je u takvim okolnostima podložno manipulisanjem onima koji nisu dovoljno medijski osviješćeni.

Prilikom američke predizborne kampanje 2016. godine, postalo je jasno da onlajn mediji i društvene mreže predstavljaju potencijalnu opasnost kao mogući kanal za brz protok lažnih vijesti na internetu. Veliku pažnju domaće javnosti u Crnoj Gori u 2020. godini dobile su mim stranice, a poslužile su kao važan kanal komuniciranja sa ljudima u predizbornom periodu. Kroz brojne Facebook stranice plasirane su informacije o aktuelnim zbivanjima, a pratioci su ove stranice nerijetko dovodili u vezu sa određenim političkim grupacijama.

Kada je riječ o korona virusu, društvene mreže su takođe poslužile dijelu njihovih korisnika kao prostor za raspravu o teorijama zavjere, naročito kada je riječ o antivakcinalnim kampanjama. To je pokazalo i istraživanje *BiH i Crna Gora: Uvrede i ismijavanje umjesto argumentovane rasprave o COVID-19*, koje su sproveli Mediacentar Sarajevo i Institut za medije Crne Gore (Institut za medije

---

<sup>93</sup> Saradnica u nastavi na Fakultetu političkih nauka, Univerzitet Crne Gore, mejl adresa: svrkotajovana5@gmail.com

Crne Gore, Mediacentar Sarajevo, 2020) u kojem se navodi da su u komentarima na pojedinim analiziranim onlajn medijima prisutne dezinformacije i teorije zavjere.

U periodima kriza, mediji su bitan faktor očuvanja jedne zajednice, pa je itekako važno pripremiti novinare za rad u takvim okolnostima. Sa druge strane, neophodno je da publika nauči da koristi medije i informacije koje im se svakodnevno nude, kroz kritičko iščitavanje, upoređivanje, razumijevanje i vrednovanje informacija koje do nje dolaze.

Onlajn mediji izmijenili su tradicionalne načine komunikacije publike i medija, tako su postali naš osnovni izvor informacija - a da bismo, među enormnim brojem informacija koje nam se svakodnevno nude, odabrali relevantne - moramo se zaštititi od negativnih uticaja digitalne sfere. Zbog toga je neophodno posvetiti se cjeloživotnom medijskom opismenjavanju konzumenata medijskih sadržaja, prvenstveno najmlađih - jer su najpodložniji manipulacijama i medijskom uticaju, a zatim i dodatnoj edukaciji onih koji im svoje znanje prenose - nastavnika, i naravno, tvorca medijskog sadržaja - novinara.

Obrazovne institucije, nevladin sektor i veliki broj novinara poslednjih godina uočava neophodnost kontinuiranog procesa medijskog opismenjavanja, kako konzumenata medijskih sadržaja, tako i onih koji taj sadržaj plasiraju.

Zabrinjava podatak da 80 odsto djece u Crnoj Gori uzrasta od devet do sedamnaest godina nije čulo za pojam medijska pismenost. To je podatak do kojeg je došao IPSOS kroz istraživanje sprovedeno za potrebe Unicef-a i Agencije za elektronske medije, a koje je realizovano 2018. godine u okviru kampanje „Birajmo šta gledamo”. U istom istraživanju 50 odsto djece uzrasta od 12 do 17 godina kazalo je da koriste Internet kako bi došli do novosti, a 65 odsto njih vjeruje u informacije koje nađe na portalima (IPSOS, 2018).

Ipak, napredak na polju medijskog opismenjavanja stanovništva poslednjih dvije do tri godine je vidljiv, a to pokazuje i indeks medijske pismenosti - registrovan je blagi napredak u odnosu na 2018. godinu (Institut za otvoreno društvo-Sofija, 2019). U ovom periodu je medijska pismenost kao tema dospjela u javni diskurs zahvaljujući velikom broju aktivnosti nevladinih organizacija - realizovanih projekata, predavanja i radionica sa ciljem unapređenja kompetencija razumijevanja medijskih poruka, sa akcentom na mlađu populaciju. Pored nevladinog sektora,

prepoznat je i rad Fakulteta političkih nauka na polju medijskog i informatičkog opismenjavanja građana. Kroz obuke ovih subjekata na temu medijske i informacijske pismenosti prolazili su učenici, nastavnici, budući novinari, organizacije civilnog sektora.

Obrazovne ustanove u Crnoj Gori prepoznale su značaj kompetencija građana iz ove oblasti. Tako je proces medijskog opismenjavanja u Crnoj Gori počeo još 2007. godine. Medijska pismenost izborni je predmet u crnogorskim gimnazijama, a izučava se kao jednogodišnji predmet sa dva časa nedeljno (mina.news, 2019). Ono što trenutno nedostaje jeste koncept cjeloživotnog učenja iz ove oblasti, a taj proces bi trebao počinjati još u predškolskom periodu.

Pored obrazovnih institucija, više organizacija civilnog društva aktivno je učestvovalo u procesu neformalnog obrazovanja i edukacije građana, naročito sadašnjih i budućih novinara, kao i unapređenju kompetencija publike da razvije kritički odnos prema medijskim sadržajima u digitalnim, štampanim, elektronskim medijima. Kroz projektne aktivnosti pažnja je posvećena podizanju nivoa medijske pismenosti učenika, ali i nastavnika u školama u Crnoj Gori. Na tom polju, u nevladinom sektoru djelovali su: Institut za medije, Centar za demokratiju i ljudska prava (CEDEM), NVO Juventas, Mladi info...

Fakultet političkih nauka prepoznao je značaj unapređenja sposobnosti budućih novinara da odgovore na izazove informacijskih poremećaja, kao i neophodnost postavljanja temelja sistemu medijskog i informacijskog opismenjavanja budućih generacija. Tako se, na studijskom programu *Medijske studije i novinarstvo*, na ovoj univerzitetskoj jedinici od akademske 2018/2019. godine izučava predmet *Medijska pismenost*, na drugoj godini studija. Kroz predavanja i vježbe iz ovog predmeta studentkinje i studenti stiču znanja o razvoju koncepta medijske pismenosti, vrstama medijske pismenosti, principima na kojima ona zasniva, njenom značaju za društvo. Fakultet političkih nauka je i prethodno djelovao u oblasti promocije i implementacije medijske i informacijske pismenosti, a u jednom takvom projektu „Do-investigative journalism, Discover-media literacy” učestvovali su studenti novinarstva u saradnji sa NVO 35mm. U 2020. je osnovan i Centar za medijska istraživanja i trening, a cilj je da se akademsko osoblje angažovano na studijskom programu *Medijske studije i novinarstvo* bavi monitoringom medija radi uočavanja trendova na medijskom tržištu u Crnoj Gori, kao i treninzima u cilju stručnog usavršavanja studenata i medijskih radnika.

Kroz ovaj Centar, Fakultet političkih nauka je u saradnji sa Agencijom za elektronske medije organizovao tri aktivnosti u okviru projekta „Medijska i informacijska pismenost u funkciji razvoja kritičkog mišljenja i zagovaranja mladih”.

U okviru Zajedničkog regionalnog programa „Dijalog za budućnost” koji u Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori i Srbiji sprovode UNESCO, UNICEF i UNDP, najprije je organizovana trodnevna onlajn radionica na temu „Medijska i informaciona pismenost vs dezinformacije, stereotipi, predrasude” za preko 30 novinarki i novinara medija u Crnoj Gori i studentkinja/studenata novinarstva. Eminentni stručnjaci iz naše zemlje i regiona govorili su o izazovima u oblasti medijske i informacijske pismenosti, štetnosti lažnih vijesti i informacijskih poremećaja, s posebnim akcentom na kriznim vremenima. Izvještavanje o religijskim temama, crkvama i vjerskim zajednicama, pretjerana izloženost djece medijima, izazovi sa kojima se susreću novinari u multikulturalnim društvima, takođe su bile teme vebinara.

Kroz izlaganja „Mediji u učionici – učionica u mediju”, „Infodemija tokom epidemije - kako alati medijske pismenosti mogu pomoći novinarima da se bolje snalaze u medijskom okruženju”, „Etnokulturne zajednice, multikulturalizam i mediji”, „Religija, nauka i internet”, „Medijsko komuniciranje sa djecom i mladima”, predavači su prenijeli teorijska znanja i iskustva iz oblasti medijske pismenosti, a polaznici obuke bili su u prilici da svoja znanja primjene i u praksi kroz praktične zadatke na kraju svake radionice.

Evaluacija prvog dijela aktivnosti u okviru projekta pokazala je da su učesnici jako zadovoljni kvalitetom obuke, a posebno onog segmenta koji se tiče praktičnih aktivnosti. Podaci iz upitnika, koji su polaznici ispunili po završetku radionice, pokazuju da 93,1 odsto učesnika smatra da im je trodnevna radionica pomogla da unaprijede svoja znanja i vještine kritičkog razmišljanja. Vještine za identifikaciju dezinformacija nakon ovog vebinara poboljšale su se, prema rezultatima evaluacionog upitnika, kod 89,6 odsto polaznika.

Radionice su koncipirane kao spoj teorije i prakse. Kroz praktično predavanje Tatjane Ljubić novinari su stekli nova znanja o korišćenju alata za prepoznavanje autentičnosti fotografija, uvidjeli značaj društveno-političkog konteksta kao okvira u kojem mediji djeluju, a koji može znatno uticati na kvalitet njihovog rada, zapazili široke mogućnosti manipulisanja fotografijom, a ne samo novina-

rskim tekstom. Polaznici radionice su diskutovali na temu produkcije školskog programa za vrijeme pandemije COVID-19, analizirali primjere dobre i loše prakse, utvrdili razliku između školskog i obrazovnog programa i govorili o mogućim razlozima izostanka obrazovnog elementa u dječijim programima na našim prostorima u poslednjih 30-ak godina. Novinari su unaprijedili svoja znanja na temu etičnog izvještavanja o različitim etnokulturnim zajednicama, izvještavanja o religijskim temama i zajedno sa predavačima razmatrali mogućnosti povratka ka sektorskom novinarstvu. Takođe su prepoznali važnost dodatnog angažmana novinara kada je riječ o temama koje se tiču najmlađih i pitanjem etike, kroz praktične primjere uočili su mogućnosti pokrivanja istog događaja iz potpuno različitih perspektiva, razumjeli važnost emocija prilikom iščitavanja medijskih sadržaja, unaprijedili znanja o funkcionisanju algoritama društvenih mreža. Polaznici trodnevnog vebinara su u evaluacionom upitniku naveli da će znanja i vještine stečene tokom obuke koristiti u svom svakodnevnom radu. Primjena digitalnih alata za utvrđivanje autentičnosti fotografija, razumijevanje načina funkcionisanja algoritama veća, razlike između pripreme programa za djecu i odrasle, zabavnog i obrazovnog sadržaja, razlikovanje termina propaganda, manipulacija, dezinformacija, specifičnosti izvještavanja u kriznim vremenima, dio su znanja i vještina koje su polaznici vebinara označili kao posebno korisne za dalji rad.

U skladu sa kontekstom i situacijom sa pandemijom korona virusa sa kojom se suočio cijeli svijet, sve radionice u okviru projekta prilagođene su onlajn formatu. Tako je i druga u nizu aktivnosti - ekspertska radionica, koja je okupila predstavnike sva tri fakulteta - iz Bosne i Hercegovine, Srbije i Crne Gore, održana u vidu vebinara, a organizovao je Fakultet političkih nauka Univerziteta Crne Gore. Značaj ove radionice predstavlja razmjena iskustava medijskih eksperata i profesora iz tri zemlje, a aktivnost je sama po sebi predstavljala svojevrsan primjer interkulturalnog dijaloga i saradnje regionalnih zemalja. Ekspertska radionica bila je prilika da projektni timovi analiziraju rezultate prethodno realizovanih aktivnosti i dogovore pripremu i potpisivanje zajedničke Deklaracije o značaju medijske i informacijske pismenosti u Jugoistočnoj Evropi.

Na trećoj radionici, posvećenoj edukaciji nastavnika osnovnih i srednjih škola u Crnoj Gori, učestvovala su 53 polaznika. Predavači su prenijeli svoja znanja i iskustva iz oblasti medijske pismenosti nastavnicima, a oni će ih dalje implementirati u plan i program rada sa djecom u školama. Na taj način pokušava se



intenzivirati diskusija o neophodnosti unapređenja stepena medijske i informacijske pismenosti, kroz formalne sisteme obrazovanja, ali i na kontinuiranom radu svakog pojedinca na svojim sposobnostima iščitavanja i razumijevanja medijskih poruka, važnosti uključivanja mladih u sve društvene tokove, kao i jačanju interkulturalnog dijaloga.

Teme radionica za nastavnice/nastavnike osnovnih i srednjih škola bile su: „Primjeri dobre prakse uključivanja medijske pismenosti u obrazovni sistem”, „Infodemija tokom epidemije: Kako alati medijske pismenosti mogu pomoći nastavnicima i predavačima da se bolje snalaze u medijskom okruženju”, „Zaštita djece i sigurno korišćenje medija”, „Međureligijski dijalog i tolerancija- preduslov u učionici“, „Multikulturalizam, integracija i obrazovanje”. Predavači su ukazali na značaj roditeljskog nadzora nad sadržajima u medijima koje djeca konzumiraju, istaknuta je neophodnost saradnje između roditelja i nastavnika sa ciljem razvijanja kompetencija kod djece da sami prepoznaju sadržaj u medijima koji je vrijedan njihove pažnje. Prikrivene poruke filmske industrije i prikriveno oglašavanje takođe su označeni kao opasnosti sa kojima se medijski neopismenjena djeca mogu susresti. Kao i novinarima, i nastavnicima je objašnjen sistem funkcionisanja algoritama društvenih mreža, i pojmovi poput filter mjehura, „zečijih rupa” i sl. Jedan od zaključaka ovog vebinara je i da postojeća ograničenja zaštite djece od neprikladnih sadržaja nisu dovoljna jer nove generacije sve manje konzumiraju tradicionalne medije, dok je, sa druge strane, nove medije jako teško kontrolisati, te da je odgovornost na pojedincu. Nastavnici i predavači su ocijenili da je veliki broj „multikonfesionalnih učionica” u Crnoj Gori, kao i da su međureligijski dijalog i tolerancija preduslovi za normalno funkcionisanje u multikulturalnom društvu. Crnogorski mediji okarakterisani su kao jedni od najodgovornijih subjekata koji mogu doprinjeti razvoju demokratskog društva u našoj zemlji, ali i spriječiti samozatvaranje i samoizolacionizam, koji su potencijalno negativni efekti modela multikulturalizma.

Nakon trodnevnog vebinara za nastavnike, učesnici su takođe popunili evaluacioni upitnik, u kojem je 98% njih označilo da su zadovoljni radionicama, 94% ispitanih je kazalo da su im radionice pomogle da unaprijede znanja i vještine kritičkog promišljanja, a 98% nastavnika koji su pohađali webinar naveli su da su se njihove vještine za identifikaciju dezinformacija poboljšale nakon radionica.

Aktivnostima koje su realizovane u okviru ovog projekta – radionici za novinare, ekspertske radionice i radionice za nastavnike osnovnih i srednjih škola prethodila je pripremna faza, u toku koje je projektni tim komunicirao sa ciljnom grupom – nastavnicima i novinarima, kreirao pozivno pismo, upućen je poziv učesnicima, prosljeđena agenda i pristupni link, izrađen je promo materijal i izvršen odabir knjiga koje će po završetku radionica biti poklonjene polaznicima, a koje je projektni tim ocijenio kao korisne za našu ciljnu grupu, zbog dodatnog produblivanja znanja iz oblasti medija, njihovog uticaja na zajednicu, kao i o načinima suprotstavljanja predrasudama i diskriminatornom ponašanju u multikulturalnim društvima, uz pomoć obrazovanja.

Kroz ovu publikaciju, čitalac će se upoznati sa pomenutim predavanjima, terminima, konceptima i trendovima koji su bili centralne teme vebinara.

## Literatura

Institut za otvoreno društvo-Sofija. (2019, novembar). *Findings of the Media Literacy Index*. osis.bg, [https://osis.bg/wp-content/uploads/2019/11/MediaLiteracyIndex2019\\_-ENG.pdf](https://osis.bg/wp-content/uploads/2019/11/MediaLiteracyIndex2019_-ENG.pdf), (datum posjete: 23.1.2021.)

Institut za medije Crne Gore, BiH i Crna Gora. (2021) *Uvrede i ismijavanje umjesto argumentovane rasprave o COVID 19*. Institut za medije Crne Gore. [mminstitute.org](http://mminstitute.org). (datum posjete: 31.1.2021.)

IPSOS (n.d.) *Istraživanje konzumacije medija među djecom u Crnoj Gori*. [medijskapismenost.me](https://www.medijskapismenost.me), url:<https://www.medijskapismenost.me/wp-content/uploads/2019/05/Istra%C5%BEivanje-o-konzumaciji-medija-me%C4%91u-DJECOM-u-Crnoj-Gori.pdf>, (datum posjete: 23.1.2021.)

*Medijska pismenost kao međupredmetna tema*. (n.d.) Medijska pismenost kao međupredmetna tema MINA, (datum posjete: 31.1.2021.)

## 1.1. Medijska pismenost: Preporuke za edukatore

Tatjana Ljubić<sup>94</sup>

Kako bi mogli da stvaraju informisana mišljenja i donose odluke koje su temeljene na činjenicama, ljudima su potrebne tačne, proverljive i potkrepljene informacije. Međutim, nepouzdana informacije su svuda oko nas i utiču na naše ponašanje, formiranje mišljenja i donošenje odluka. Taj vrtlog spekulacija, glasina, teorija zavera, netačnih i manipulativnih informacija otežava ljudima da razaznaju tačnu informaciju i donesu odluku temeljenu na činjenicama.

Svetska zdravstvena organizacija ovo naziva infodemijom<sup>95</sup> - prisustvom preterane količine informacija o nekom problemu, zbog čega je teško identifikovati rešenje za problem. Dezinformacije se, kao i virusi, veoma brzo šire.<sup>96</sup>

Infodemije, osim što šire dezinformacije, stvaraju zbunjenost i nepoverenje među ljudima. Usled pandemije virusa COVID-19, dolazi do izražaja ogromna potreba za tačnim informacijama, ali i svest o vlastitom medijskom ponašanju i navikama.

U tom smislu, edukatori mogu da stimulišu razvijanje samosvesti kod polaznika o vlastitim medijskim navikama, odgovornosti za širenje dezinformacija, te načinima na koje mediji utiču na naše političko, ekonomsko, društveno i kulturno okruženje. Samorefleksija je posebno važna jer ljudi često ni nisu svesni da su izloženi manipulativnim i lažnim sadržajima, a dezinformacije „upakovane” u autentične sadržaje se teško razaznaju čak i sa dozom zdravog skepticizma i kritičkog razmišljanja.

### Emocionalna otpornost

Strah, bes, ljubav, sreća, ali i druge emocije, moćni su motivatori ljudskog ponašanja. Istraživanje koje je uradio tim istraživača sa Masačusets Instituta za

---

<sup>94</sup> Medijska ekspertkinja, mejl adresa: tatjana.ljubic1@gmail.com

<sup>95</sup> Opširnije - UN tackles 'infodemic' of misinformation and cybercrime in COVID-19 crisis, url: <https://www.un.org/en/un-coronavirus-communications-team/un-tackling-'infodemic'-misinformation-and-cybercrime-covid-19> (datum posjete: 2.2.2021.)

<sup>96</sup> Pogledati vizualizaciju „Fighting the Infodemic: The #CoronaVirusFacts Alliance“, url: <https://www.poynter.org/coronavirusfactsalliance/> (datum posjete: 2.2.2021.)

Tehnologiju pokazuje da su ljudi primarno odgovorni za širenje dezinformacija. Lažni i netačni sadržaji su 70% skloniji da budu podeljeni na Tviteru nego tačne vesti<sup>97</sup>. Takođe, tačnoj informaciji potrebno je oko šest puta više vremena da stigne do ljudi nego dezinformacija. Drugim rečima – dezinformacije putuju šest puta brže nego tačni, verifikovani sadržaji. Zaključak ovog istraživanja pokazuje se laž se širi znatno dalje, brže, dublje i šire od istine, a dezinformacije je veoma teško ispraviti. Zbog toga je važno razumeti značaj koji emocije imaju na medijsko ponašanje, te kako pristupiti izazovu da se odluke donose na racionalan način, a ne impulsivno i ishitreno. Edukatori mogu sa učesnicima da razgovaraju o sledećem:

- a. Medijske navike: Preopterećenost i prezasićenost medijima je dokumentovana pojava. Teško je „ugasiti se”. Svest o vlastitim navikama i učenje dodatnih veština medijske pismenosti mogu pomoći da se polaznici efikasnije snalaze sa količinom medijskih sadržaja kojima su izloženi. Vežbe koje kvantifikuju vreme provedeno sa svakim medijem (radio, televizija, štampa, društvene mreže, onlajn portali) mogu pomoći polaznicima da razumeju koliko zaista vremena provode sa medijskim sadržajima. Tokom izvedbe ove vežbe može se desiti da neko od polaznika ima i više od 24 sata, s obzirom da postoji fenomen multitaskinga - na primer, istovremeno se gleda TV, na telefonu koristi neka društvena mreža a u pozadini je uključen radio.
- b. Emocionalne reakcije na sadržaj: Da bi postali kritičniji konzumenti informacija, polaznicima se može pomoći da nauče prepoznati i razumeti sopstvene emotivne reakcije na različite teme obrađene u vestima. Ljudi su skloni da na društvenim mrežama dele vesti na koje imaju snažnu emocionalnu reakciju, na primer, ako ih neki sadržaj razljuti, rastuži ili usreći. Neuropsihijatar dr. Daniel Siegel je razvio frazu „Name it to Tame it”, odnosno u slobodnom prevodu - prepoznavaj i obuzdaj. Burne i intenzivne emotivne reakcije mogu da se obuzdaju tako što se imenuju. Na taj način, objašnjava Siegel, emocija se umiruje i moguće je racionalno

---

<sup>97</sup> Opširnije - Peter Dizikes, Study: On Twitter, false news travels faster than true stories, url: <https://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308> (datum posjete: 2.2.2021.)

odreagovati na sadržaj.<sup>98</sup> Ljudski prirodni instinkt je zainteresovan za senzacionalističke informacije, nepouzdana informacije često bude veliko interesovanje jer su privlačne i ljudi vole da ih gledaju i čitaju. To je posebno istaknuto ukoliko sadržaj ima elemente straha, jer tada strah isključuje sposobnost kritičkog mišljenja. Zbog toga je važno prepoznati ove emocije kada se pokrenu.

### Različite vrste manipulacija

Edukatori mogu da predstave polaznicima različite vrste manipulativnih sadržaja koristeći matriks koji je razvio IREX u Srbiji u saradnji sa raskrikavanje.rs<sup>99</sup>, a koja predstavlja medijske manipulacije i načine kako ih prepoznati:

- Lažna vest: Činjenično pogrešne tvrdnje ili često potpuno izmišljene informacije, smišljene da dezinformišu javnost i sakriju istinu;
- Manipulisanje činjenicama: Poznate i tačne činjenice predstavljene na obmanjujući način;
- Dezinformacija: „miks” činjenica, netačnog ili poluistinitog sadržaja;
- Cenzura: Zabrana izveštavanja o nekom događaju, osobi ili temi;
- Skriveno reklamiranje: Prikrivena reklama predstavljena kao novinarski tekst;
- Propaganda: Informacije, pristrasne ili obmanjujuće, koje se koriste za promovisanje određenog gledišta;
- Pristrasnost: Medijski sadržaj koji favorizuje jednu stranu, ne uključujući drugačija mišljenja;
- Klikbejt: Članak koji senzacionalističkim naslovom privuče pažnju svog konzumenta, obećavajući sadržaj koji zapravo ne postoji.

Polaznicima obuka medijske pismenosti potrebno je objasniti i kako vesti (ali i drugi medijski sadržaji) dolaze do njih i kako algoritmi funkcionišu. Edukatori mogu da pojasne polaznicima da ne možemo u potpunosti da kontrolišemo na koji način vesti i druge objave dolaze do nas kroz njuz fid na društvenim mrežama. Informacije koje vidimo prošle su kroz filter algoritma.

---

<sup>98</sup> Pogledati video dr. Dan Siegela, dostupno na [https://www.youtube.com/watch?v=ZcDLzppD4Jc&ab\\_channel=DalaiLamaCenterforPeaceandEducation](https://www.youtube.com/watch?v=ZcDLzppD4Jc&ab_channel=DalaiLamaCenterforPeaceandEducation)

<sup>99</sup> Pogledati: IREX, Medijske manipulacije, kako da ih prepoznaš? url: <https://www.facebook.com/saznajirazaznaj/photos/a.1213452829024228/1213452019024309> (datum posjete: 2.2.2021.)

Na primer, kako bi bolje razumeo šta korisnici vole i žele, Fejsbuk skuplja podatke o ponašanju korisnika. Na osnovu lajkova, linkova na koje se klikne, lokacije na kojoj se osoba taguje i drugih parametara, algoritmi personalizuju sadržaj koji korisnik vidi tako što selektuju sadržaj za koji su identifikovali da je najrelevantniji za svakog pojedinca. Na taj način se takođe filtriraju i izbacuju oni sadržaji za koje algoritam procenjuje da osobu ne zanimaju, ali i da su suprotni njegovim ili njenim mišljenjima.

Algoritam na YouTube-u funkcioniše slično i obrađuje podatke šta osoba gleda, kako bi mogao da preporuči druge video klipove. S jedne strane, ovaj odabir preporuka za gledanje može biti koristan, ali takođe može da pokazuje i ponavlja iste stavove, promovišući video klipove sa, na primer, ekstremističkim gledištima. Na taj način, algoritam „gura” korisnike u takozvane „zečije rupe” u kojima, na kraju, sve što korisnik vidi su isti video klipovi, odnosno klipovi na istu temu. Moć ovog algoritma za preporuke je što omogućuje da slične tvrdnje, bez obzira kako suludo zvučale, korisnicima koji kontinuirano i repetativno prikazivane.

To stvara jedan balon preporuka i intelektualno može da izoluje korisnike. Iako je to zaista teško za poverovati, s obzirom na količinu i dostupnost informacija, način na koji digitalne tehnologije selektuju informacije koje će korisnici videti znači da su izloženi veoma personalizovanom sadržaju. To je rezultat algoritama i posledično korisnici mogu da propuste sadržaje koji su drugačiji od vlastitih stavova, sa kojima se ne slažu, a koji mogu da ih informišu, nauče i inspirišu.

Na taj način, fokusiranjem na lične preferencije, društvene mreže utiču na jednu vrstu „zarobljenosti” u balonu koji samo pojačava već postojeće stavove i pogled na svet.

Preporuka edukatorima je da učesnicima puste video snimak Eli Parisera koji je skovao termin „filter balon” (filter bubble)<sup>100</sup>.

### **Veštine foto forenzike**

Provera autentičnosti fotografija na internetu je jednostavna veština koju većina polaznika lako usvaja. Manipulacije fotografijama su stare gotovo kao i sama fo-

---

<sup>100</sup> Snimak dostupan na: [https://www.ted.com/talks/eli\\_pariser\\_beware\\_online\\_filter\\_bubbles?language=en#t-263102](https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles?language=en#t-263102) (datum posjete: 2.2.2021.)

tografija. Danas su znanje i veštine dostupne svima, korištenjem relativno jednostavne tehnologije. Foto-forenzika predstavlja skup tehnika na osnovu kojih utvrđujemo da li je fotografija autentična, da li joj je pripisan lažni kontekst te da li je retuširana ili manipulativno sečena.

Preporuka je da edukatori polaznicima pokažu kako funkcionišu tri alata:

1. Google reverse image search, <https://images.google.com/>
2. Yandex, <https://yandex.com/images/>
3. Tineye, <https://www.tineye.com/>

Preporuka je i da edukatori naglase kako je moguće pretraživati samo fotografije koje su već negde objavljene na internetu. Iako se to možda podrazumeva, sa platformama kao što je [thispersondoesnotexist.com](http://thispersondoesnotexist.com) koje prikazuju fotografije ljudi koji ne postoje, a čije su slike generisane softverskim programima i veštačkom inteligencijom, moguće je napraviti manipulativne slike za koje se ne može utvrditi da li su lažne ili autentične.

Edukatori mogu da ponude polaznicima obuka medijske pismenosti savete i smernice kako da postanu kritičniji korisnici medija:

- Razvijati svest da su informacije kojima je osoba izložena često određena ličnim interesima i preferencijama;
- Poticati svesno preispitivanje vlastitih medijskih navika i svesno traženje različitih informacija;
- Preispitati izvore informacija, čak iako su ih podelile osobe koje su bliske poput prijatelja ili porodice;
- Ograničiti postavke privatnosti na društvenim mrežama;
- Upaliti Screen Time aplikaciju na telefonu i svesno pratiti vreme provedeno sa različitim medijskim sadržajima;
- Organizovati dane ili delove dana za medijsku detoksikaciju.

## Literatura

Dalai Lama Center for Peace and Education. (2014, decembar 8). *Dan Siegel: Name it to Tame it*. [Video].  
[https://www.youtube.com/watch?v=ZcDLzppD4Jc&ab\\_channel=DalaiLamaCenterforPeaceandEducation](https://www.youtube.com/watch?v=ZcDLzppD4Jc&ab_channel=DalaiLamaCenterforPeaceandEducation) (datum posjete: 2.2.2021.)

Dizikes P. (2018, mart 8) *Study: On Twitter, false news travels faster than true stories*. MIT News. <https://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308> (datum posjete: 2.2.2021.)

Medijske manipulacije, kako da ih prepoznaš? (2020, oktobar 1). Saznaj i razaznaj. <https://www.facebook.com/saznajirazaznaj/photos/a.1213452829024228/1213452019024309> (datum posjete: 2.2.2021.)

TED2011. (2011, mart) *Beware online „filter bubbles”*. [Video]. [https://www.ted.com/talks/eli\\_pariser\\_beware\\_online\\_filter\\_bubbles?language=en#t-263102](https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles?language=en#t-263102) (datum posjete: 2.2.2021.)

UN tackles ‘infodemic’ of misinformation and cybercrime in COVID-19 crisis. (2020, mart 31). <https://www.un.org/en/un-coronavirus-communications-team/un-tackling-‘infodemic’-misinformation-and-cybercrime-covid-19> (datum posjete: 2.2.2021.)

Vizualizacija: „Fighting the Infodemic: The #CoronaVirusFacts Alliance. (n.d.). Pynter. <https://www.poynter.org/coronavirusfactsalliance/> (datum posjete: 2.2.2021.)



## 1.2. Medijsko opismenjavanje novinara u kontekstu religijske pismenosti

Dubravka Valić Nedeljković<sup>101</sup>

### Zašto medijsko opismenjavanje novinara?

Medijsko opismenjavanje novinara bi trebalo posmatrati kao deo doživotnog učenja, za ovu profesiju neophodno, s obzirom na izrazito brze društvene i tehničko-tehnološke promene u okviru kojih se žurnalistička delatnost sprovodi.

Medijsko opismenjavanje novinara se realizuje u dve osnovne oblasti: a) formi (novinarska stilistika) i b) sadržaju o kojem novinari obaveštavaju javnost.

Kada je reč o stilistici uobičajeno je da su u središtu pažnje ne samo faktografski žanrovi (najčešće izveštavanje), već i, ali ređe, analitički kojih je po medijskim monitorinzima danas sve manje u informativnim radijskim i televizijskim programima, inače najradije konzumiranih na teritoriji Zapadnog Balkana, kao i u novim digitalnim medijima. Inovacije u oblasti novinarskog žanra su skromne i uglavnom se odnose na takozvane „hibridne novinarske žanrove”, ali pravih kreativnih inovacija suštinski nema. Stoga bi radionice i debate kao deo medijskog opismenjavanja novinara u ovoj oblasti bile i te kako dobrodošle.

Druga oblast medijskog opismenjavanja novinara odnosi se na sadržaj o kojem novinari i novinarka obaveštavaju javnost. Tip sadržaja je uvek kontekstualno uslovljen bilo da je reč o društveno-političkom, kulturološkom, ili kontekstu same teme, odnosno događajima koji su poput, na primer COVID-19, iznenada obremenili svakodnevicu svakog od nas a da na to niko nije bio pripremljen, pa tako ni novinari. Izrazito je važno da se i novinari profesionalci, kao i oni koji su tek, na primer, završeni studenti žurnalistike angažovani u medijima kao honorarni saradnici, ali i takozvani karijerni novinari i urednici neprestano medijski opismenjavaju za praćenje određenih sadržaja koje nameće uvek nova svakodnevica. Podsetimo da dobra priprema koja podrazumeva i medijsko opismenjavanje u određenoj oblasti doprinosi da rezultat novinarskog rada bude

---

<sup>101</sup> Gostujuća predavačica na Fakultetu političkih nauka, Univerzitet Crne Gore, mejl adresa: dnvalic@gmail.com

mnogo bolji te da tako sredstva javnog informisanja na mnogo učinkovitiji način deluju u javnom interesu i obezbeđuju ispunjavanje osnovnog cilja, a to je da omogućće ostvarivanje prava javnosti da zna. Oblasti za koje je trening medijske pismenosti za novinare uvek dobrodošao su kako pratiti predizborne kampanje, krizne situacije, društvene i kulturne spektakle, sportske događaje visokog rizika ili one sportove koji nisu prototipični za neku sredinu a sticajem okolnosti postaju veoma atraktivni za izveštavanje i tako dalje. Jedna od oblasti koja je sigurno, pokazalo se ne tako davno na teritoriji Zapadnog Balkana, sa margina interesa ušla u samo središte jeste odnos države sa crkvama i verskim zajednicama. Stoga smatramo da je upravo to jedna od jako važnih tema za medijsko opismenjavanje novinara koji, pokazalo se u istraživanjima, uglavnom o ovoj veoma značajnoj temi, ili malo znaju, ili ne znaju ništa. Tome u prilog posvećujemo ovaj tekst.

### **Medijski interes za praćenje religijskih pitanja na Zapadnom Balkanu: hronologija**

Izveštavanje o religiji, kao i o delatnosti crkava i verskih zajednica, odnosno osnivanje i rad verskih medija na zapadnom Balkanu, kao oblast interesovanja sredstava javnog informisanja, stručnjaka kako za medije, tako i za religijska pitanja, odnosno istraživača u akademskoj sferi, datira od kraja devedesetih dvadesetog veka. Dakle reč je o periodu velikog otvaranja kako crkve prema državi, tako i države prema crkvi, što znači da je novonastali društveno-politički kontekst raspada Jugoslavije, a time i zvanično ateističkog društvenog poretka, nametnuo redefinisane istorijskog i zakonodavnog okvira u čijem središtu su crkve i verske zajednice.

„Sve do ukidanja „Zakona o crkvama i verskim zajednicama“, početkom poslednje decenije dvadesetog veka u tadašnjoj SFRJ, elektronski mediji nisu bili otvoreni za religijske teme, niti su crkve i verske zajednice mogle, prema tom Zakonu, donesenom početkom sedamdesetih, da ih osnivaju za potrebe svojih vernika. To međutim nije bila specifičnost samo tadašnje Jugoslavije čiji politički sistem je bio snažno obeležen ateizmom, pa i antiteizmom, u svim oblastima javnog života, dok se istovremeno religioznost praktikovala gotovo nesmetano u privatnoj sferi. Manje više je to bila opšteprihvćena paradigma tokom druge polovine XX veka” (Valić Nedeljković, 2010, str. 15).

Međutim i u svetu i na balkanskom području devedesete donose novu perspektivu kada su religijski sadržaji u pitanju. Pokrenuti su i specijalizovani akademski profilisani časopisi koji su otvarali ova pitanja, pre svega *Religija i tolerancija* koji je dosegao i dobar naučni rejting. Osim toga, i već etablirani časopisi iz oblasti humanističkih i društvenih nauka na Balkanu su se otvorili prema ovim temama, kao na primer niške *Teme*. Istovremeno, i masovni mediji su religiju prepoznali kao relevantnu temu. Navedimo na primer jedan od najuglednijih štampanih medija u svetu *Time* čiji je urednik H. A. Grunwald napisao još 1994. da se „religija iz nedeljnog dodatka preselila na prve stranice“, i prognozirao još tada da će „verski ratovi, veliki i mali, po svoj prilici narednih decenija sve češće izbijati (...) Sredstva informisanja ove ekstremne slučajeve moraju da razmatraju stručno i savesno.“ Znači da je na implicitan način Grunwald anticipirao neophodnost medijskog opismenjavanja novinara za specifične oblasti izveštavanja. A koliko je bio u pravu pokazale su devedesete dvadesetog veka na teritoriji Zapadnog Balkana gde su sukobi koji su uzrokovali raspadu SFRJ okarakterisani i u naučnoj i stručnoj literaturi, ali pre toga u masmedijima i kao verski. Za takav razvoj događaja novinari nisu bili pripremljeni, današnjim rečnikom rečeno medijski opismenjani. Rezultat je bio više nego poguban. Sva istraživanja ukazuju na to da su mediji devedesetih na teritoriji Zapadnog Balkana bili više propagandna sredstva javnog informisanja zaraćenih strana, negoli nezavisni i nepristrasni izveštači (up. Valić Nedeljković *Rikošet reči*).

Kriza 90-ih, uz uzrastanje simbioze države i crkve, odnosno verskih zajednica, je doprinela da izveštavanje o ovim tema postane svakodnevica u novoformiranim republikama na Zapadnom Balkanu, kao i u pokretanju verskih emisija u državnocentričnim nacionalnim radio-televizijama. Retko u takozvanim tržišnocentričnim medijima.

Hijerarhijski visokopozicioniranim crkvenim službenicima u centralnim informativno političkim emisijama, kao i debatnim programima, daje se veliki prostor, što ranijih gotovo pola veka nije činjeno. Povodom najznačajnijih praznika Uskrsa i Božića, kao i Bajrama, objavljuju se poslanice i intervjui sa velikodostojnicima konfesija bliskih pojedinim medijima. To znači da je tada u Sloveniji i Hrvatskoj biskup, odnosno nadbiskup, Rimokatoličke crkve govorio za Radioteleviziju Ljubljana (posle RTV Slovenija) i Radioteleviziju Zagreb (kasnije HRT); patrijarh

Srpske pravoslavne crkve za Radio televiziju Beograd (RTS), kao i za Radio televiziju Titograd (do 1991), a posle za Radioteleviziju Crne Gore (od 1991), *reisu- ul-ulema* u Radio Sarajevu, i tako dalje. Osim toga, prenose se liturgije i mise i druge važne verske službe na sam praznik što predstavlja značajan i zahtevan programski iskorak za koji su radiotelevizije najčešće imale pomoć, tačnije uz reportere su teološki sloj događaja komentarisali uglavnom ili sveštenici i monasi, ili profesori verskih škola. Tako da su ovi prenosi imali i dodatnu obrazovnu ulogu i to u smislu katehizma. Istovremeno kao događaj koji predstavlja medijski relevantan sadržaj prati se politička i verska aktivnost na najvišem nivou u svim novoosnovanim državama na Zapadnom Balkanu i to onih crkava i verskih zajednica koje imaju najveći broj vernika na datoj teritoriji.

Ono što je donelo „novo doba” u medijskoj praksi je pokretanje stalnih i povremenih radijskih i televizijskih emisija različitog formata sa istim predznakom „katehizis”, odnosno „pouka u veri” uglavnom u državocentričnim elektronskim medijima, ređe u novoosnovanim tržišnocentričnim, kao i onima koji su sebe smatrali nezavisnim i od vladajućih političkih i ekonomskih elita. Ove emisije su realizovali redakcijski novinari u saradnji sa predstavnicima crkava i verskih zajednica dominantnih na području slušanosti i gledanosti tog medija jer nisu bili medijski pismeni u religijskom kontekstu da bi to mogli da rade samostalno i time je narušeno osnovno novinarsko pravilo o nezavisnosti novinara od aktera društvene prakse. Ove emisije su se uglavnom bavile teološkim i pitanjima dnevne crkvene prakse. Medijska inicijativa je bila skromna, jer novinari nisu bili medijski opismenjeni za ovaj važan zadatak, iako je i te kako puno bilo otvorenih i kontroverznih pitanja od javnog interesa za celu zajednicu koja su morala biti pokrenuta zarad javnog dijaloga koji bi trebalo da doprinese kreiranju dobrih praksi. Navedimo samo nekoliko kao primere koliko su to bile značajne teme za javnu raspravu na osnovu koje je mogao biti donesen pravedniji konsenzus za svakodnevicu građana i građanki postranzicionih društava Zapadnog Balkana koje se odjednom suočilo sa do tada utomljenom religioznošću svojih građana: uvođenje veronauke u škole kada, kako i pod kojim uslovima; prisustvo sveštenika u staračkim domovima, bolnicama i vojsci; rešavanje socijalnog, zdravstvenog i penzijskog osiguranja za sveštenstvo i monaštvo; vraćanje teoloških i bogoslovskih fakulteta u okrilje državnih univerziteta; učešće sveštenika u sukobima na teritoriji Zapadnog Balkana tokom prve polovine devedesetih dvadesetog veka; masovna izgradnja uz državnu potporu novih bogomolja; pitanje restitucije

crkvene pokretne i nepokretne imovine; plaćanje poreza; pokretanje verskih radijskih i televizijskih kanala - su tek samo neka od njih.

Ni zabavna uloga medija nije bila zanemarena tako da se na radijskim i televizijskim kanalima, direktno i odloženo, prenose koncerti duhovne muzike, a u vreme Uskrsa i Božića kompletne mise i bogoslužnja i drugih odgovarajućih službi u zavisnosti od same verske zajednice. Valja istaći da za, na primer, protestantske verske zajednice, sem iznimno za samo jako malo njih u Vojvodini, kao i za jevrejsku i islamsku zajednicu njihovi praznici nemaju termine na nacionalnim medijima u sredinama gde nisu većinski. Pravi kuriozitet su kvizovi o religijskim pitanjima, ali samo za decu koja su prošla kroz versku nastavu, pa je to ujedno bio i svojevrsan test znanja. Osim navedenog, emituju se umetnički i dokumentarni religijski filmovi, samo stranih produkcija, uglavnom pred velike hrišćanske praznike.

Beležimo da su prve pokušaje da izađu u javnost, pre svega putem radijskog signala, imale crkve i verske zajednice krajem osamdesetih i početkom devedesetih godina dvadesetog veka. Doduše, samo sporadično i to u malim sredinama. Na primer *Radio Glas crkve* u Sremskoj Mitrovici (okrug Srem, Srbija) jedno vreme je bila jedna od najslušanijih radijskih programa na tom području, jer su emitovali osim crkvenih emisija i verskih sadržaju, veoma dobru i popularnu domaću zabavnu muziku.

Posebno su medijsku ponudu razvile na zapadnom Balkanu Rimokatolička i Pravoslavna crkva kao i Islamska verska zajednica. Podsetimo na *Radio Svetigoru* u Crnoj Gori, *Radio BIR* islamske verske zajednice u Bosni i Hercegovini, *Radio Glas Koncila* u Hrvatskoj, *Radio Marija* Rimokatoličke crkve prisutan u mnogim evropskim zemljama kao lokalna verska radijska stanica Rimokatoličke provincije. Osim toga samo tradicionalne i velike crkve i verske zajednice na Zapadnom Balkanu imaju svoje informativne agencije, kao i nezavisne produkcije, koje često u saradnji i koprodukciji sa laičkim medijima realizuju dokumentarno-obrazovni religijski program.

## Potrebe za medijskom pismenošću novinara u religijskom kontekstu u Crnoj Gori

Polje medija i polje obrazovanja su dve javne sfere koje mogu imati najveći neposredni uticaj na stanovništvo različitih uzrasta, tako da ako se obe istovremeno „osvoje” može se lako pretpostaviti da će i uticaj na građanstvo biti multiplikovan. To se donekle i dogodilo jer je veronauka, na ovaj ili onaj način, ušla u obrazovne sisteme na Balkanu, a istovremeno se verska medijska scena lepo razvila, međutim, mada sa izuzetkom događaja tokom 2020. u Crnoj Gori, u ostalim državama na Zapadnom Balkanu ova simbioza je dovela do ograničenih i specifičnih rezultata.

Jedan od razloga, samo se može pretpostaviti, je i taj što mediji koje su osnovale crkve i verske zajednice nisu u dovoljnoj meri pokazali otvorenost ka novim modernim digitalnim medijskim tehnologijama i trendovima kako u štampi, tako i na radiju i televiziji, odnosno u onlajn novinarstvu.

Situaciju u medijskoj sferi sporije, ali ipak nakon dvehiljadite pratili su i paketi novih modernih medijskih zakona na Zapadnom Balkanu. Ali ovu sferu nije pratilo i medijsko opismenjavanje novinara i novinarki. Tako da su i danas, podjednako kao i pre gotovo trideset godina kada su se mediji otvorili za praćenje religijskih pitanja, vidljive manjkavosti u obrazovanju novinara na dnevnom zadatku koji zahteva poznavanje, dijahrono i sinhrono odnosa države sa crkvama i verskim zajednicama, kao i odnos celog društva prema religiji.

Dakle i danas 2020. godine, važi ista ocena koja je izrečena još pre deset godina, a to je da „iako postoji zadovoljavajući zakonski okvir, opšte karakteristike prezentacije religijskih sadržaja u medijima su takve da se može generalno tvrditi da ne postoji model dobre prakse. Nema novinara koji poseduju kapacitet za novinarski pristup temi, niti člana crkve odnosno verske zajednice koji poseduje visoke profesionalne novinarske kapacitete. Naravno da postoje izuzeci. Gotovo da u potpunosti izostaju ekumenski i interreligijski sadržaji. Favorizuje se uvek takozvana većinska Crkva, odnosno svaka zajednica u medijima se najčešće bavi samo onom crkvom i verskom zajednicom kojoj pripada većina te populacije. Većina emisija u elektronskim medijima po sadržaju je pouka u veri (katehizis), a ne pouka o veri (religiologija). Nezavisne produkcije, kao i projektni dokumen-

tarci i serijali su napravili iskorak u sadržaju i u žanru i u formi, ali bez većeg uticaja na opšti auditorijum” (Valić Nedeljković 2010, str. 15). Na žalost siromaštvo medijskog sektora, kako verskih, tako i laičkih medija, ogleda se u skromnoj ponudi složenih novinarskih formi i žanrova, analitičkih sadržaja, bogatih audio, vizuelnim i audio-vizuelnim elementima. Neguju se najčešće u verskim štampanim medijima vesti, izveštaji i eventualno intervjui kao novinarski i propovedi, verska iskustva, svedočenja, pisma čitalaca, i tome slično, kao nenovinarski žanrovi. U verskim elektronskim medijima osim rečenog za novine, još i zajedničke molitve i direktni prenosi iz crkve. Tehnički i novinarski su uglavnom na veoma niskom profesionalnom nivou. Nedostaju kreativne inovacije u žanru, formi i sadržaju kao i novinarski profesionalizam. Postoje li jači argumenti za medijsko opismenjavanje novinara u ovoj oblasti od upravo navedenih manjkavosti.

Zapažena su ipak i pozitivna ishodišta i pomaci. Kontakt program sa slušaocima je jedan od najpopularnijih formata verskog radija. On zamenjuje, ili nadomešćuje, posebno u kriznim vremenima potrebu, i to ne samo verujućih, za ispovedanjem. Tu je uloga radija nezamenljiva. U laičkim elektronskim medijima, tipa javnog servisa, sve su češći direktni prenosi praznika većinske, a ponekad i drugih crkava i verskih zajednica, kao i drugi sadržaji o tim crkvama i verskim zajednicama, a da nisu senzacionalistički motivisani. U laičkim medijima postoji novinarski profesionalizam, ali sadržaj ponude verskog programa je vrlo jednoličan. Izdvajaju se emisije muzičkog programa koje su često tematski dobro osmišljene i visokoprofesionalne jer ih uglavnom, ali samo javnim servisima, kreiraju muzikolozi, znači tu i nije reč o verskom, već programu umetničke muzike.

U sadašnjoj praksi religijsko multikonfesionalno bogatstvo na ovim prostorima ostaje na marginama medijskog interesa, jer novinari uglavnom o tome znaju ili ništa ili izuzetno malo te naprosto nisu medijski pismeni u religijskom kontekstu.

Ono što najviše nedostaje na kraju druge decenije dvadesetprvog veka su pre svega radionice medijskog opismenjavanja novinara za izveštavanje o religijskim temama i dnevnom odnosu države sa crkvama i verskim zajednicama. Zatim i naučni i stručni novinarski skupovi i dijalozi o prezentaciji crkava i verskih zajednica u medijima, kao i odnosa crkve i države, verskim ljudskim pravima,

verskim pravima i marginalizovanim grupama, kao i religijskih sadržaja iz oblasti teologije, ali i sakralne književnosti, slikarstva, muzike u laičkim i verskim medijima.

O istraživačkom novinarstvu u sferi veoma osetljivih i kontroverznih pitanja, kada je reč o (ne)činjenju klera u oblasti pedofilije, transparentnosti crkvenih finansija, korupcije, mizoginije, a o mobingu da i ne govorimo. Ove teme i kada se uopšte pojave u laičkim medijima, apsolutno nikad u verskim, pojavljuju se veoma, veoma, retko i to prezentovane najčešće na senzacionalistički i nekompetentan način prepun klišeja, predrasuda i jezika mržnje. Dakle, izazovnih i zahtevnih tema nema, u odnosu na iskazanu potrebu. Nema ni dovoljno medijskih stručnjaka i religijskih teoretičara koji bi se njima bavili. Medijska nepismenost novinara, urednika, ali i verskih službenika je jasno vidljiva.

Komunikologija, žurnalistika i religiologija nisu, dakle, obratile dovoljno pažnju na verski diskurs kod nas kada je formalno obrazovanje u pitanju ali i doživotno učenje, to jest medijsko opismenjavanje novinara u ovom području svakodnevnog života. Ove teme se promišljaju uglavnom sasvim sporadično i ostaju, za sada, u sferi interesovanja, kako je navedeno, svega nekoliko istraživača i istraživačica na Zapadnom Balkanu. Jedan od zadataka koji čeka da se njime ozbiljno u budućnosti pozabavi naučna i stručna javnost i naravno medijski profesionalci u sklopu zajedničkog izazova – medijskog opismenjavanja profesionalnih novinara i urednika - je i izgrađivanje novinarskog istraživačkog podmlatka u ovoj oblasti.

„Kada je riječ o Crnoj Gori, odnos crkve i države je regulisan Ustavom od 19. oktobra 2007. godine. Ustav Crne Gore, svim građanima jemči pravo na slobodu vjeroispovijesti, na način kako je to predviđeno članom 9. Evropske konvencije o ljudskim pravima. Članom 44 – 46 Ustava Crne Gore svim građanima jemči se pravo na slobodu misli, savjesti i vjeroispovijesti, kao i pravo na promjenu vjere. Ovim pravom je garantovano da niko nije obavezan da se vjerski izjašnjava, jedino se ograničenje ovih sloboda dovodi u pitanje u slučaju ugrožavanja života ljudi ili javnog reda i mira” (Bakrač i Blagojević, 2013, str. 56)...

„Početkom devedesetih godina prošlog vijeka, dolazi do urušavanja socijalističkog režima, što je značilo i povratak religije iz privatne u društvenu, tj. javnu sferu. (...) Sve religije na ovim prostorima, u svojim dnevnicima bilježe i nešto



što, ne samo da nije u duhu tolerancije, nego je u sukobu i sa izvornim postulatima duhovnosti.

Na kraju prve decenije 21. vijeka, pravoslavlje u Crnoj Gori se ponovo nalazi pred izazovima tolerancije, a ovoga puta je riječ o toleranciji unutar sâmog pravoslavlja. Ovdje je riječ o svojevrsnom rivalstvu i kanonskom kao i istorijskom primatu između MCP i CPC. Obje pretenduju i vjeruju da imaju pravo na tron Svetog Petra Cetinskog, a u sjenci međusobnih trvenja i medijskih prepucavanja stoji duboka društvena podijeljenost i duhovno nespokojstvo. Kraj tim podjelama se ne nazire, a čija će biti zadnja odlučuje onaj tas na vagi zvani narod” (Bakrač i Blagojević, 2013, str. 64). Koliko je ovaj naučni rad objavljen u uglednom časopisu *Religija i tolerancija* još 2013. bio anticipatorski, pokazaće se 27. decembra 2019. kada su „Poslanici Crne Gore usvojili (su) Zakon o slobodi veroispovesti kojim se predviđa da država postaje vlasnik svih verskih objekata koji su izgrađeni do decembra 1918. godine - ukoliko verske zajednice ne dokažu vlasništvo, što je izazvalo burne reakcije”. Ovaj potez, tada već Skupštinskog saziva u poslednjoj godini mandata, pokazao se naredne 2020. kao potez koji će dovesti do ozbiljnih podela i političkih sukoba u Crnoj Gori što će na kraju rezultirati i promenom vlasti na izborima održanim krajem avgusta 2020.

Ovaj događaj jasno ukazuje na to zašto valja smatrati, prema Đuri Šušnjiću (2009) da je izveštavanje o veri, odnosno crkvama i verskim zajednicama od javnog interesa? Zato što, kako tvrdi ovaj autor, inače jedan od najpoznatijih sociologa religije na Zapadnom Balkanu, postoji nužna veza između strukture društva i strukture religije. Zato što osim religijskih merila istine, smisla i vrednosti postoje i društvena merila. Zato što religijska verovanja, ideje i vrednosti, osim svoje uloge u religijskom sistemu, obavljaju i neke druge značajne funkcije u društvenom životu. Zato što za promene religijskih verovanja, ideja, obreda nisu odlučujući samo unutrašnji činoci neke religije, već i spoljašnje društvene (ne)prilike.

Zato se istorija religije ne može potpuno razumeti i objasniti bez poznavanja istorije društva. Stoga, kako tvrdi Đuro Šušnjić, pitanja kojima bi trebalo da se bave novinari su: u kojim se društvenim uslovima javlja religijski način mišljenja, verovanja i vrednovanja i kako se on oblikuje i izražava u religijskim idejama, verovanjima i vrednostima? Kako čovek prihvata religiju? Religija se ne nasleđuje

biološki već društveno. Ključno je pitanje kako se religija institucionalizuje u crkve, sekte, denominacije i kultove. Koliko je vernik aktivan u obredima? Može li se verski obred razumeti kao težnja za društvenošću? Kakve posledice ima čovekovo verovanje na odnose sa drugim ljudima, verama i nacijama? Koje funkcije u životu pojedinca i društva imaju religijske ideje, verovanja i vrednosti? Ko je nosilac religijskog autoriteta? Koja je uloga osnivača, reformatora, proroka, sveca, visoko pozicionirane osobe u hijerarhiji crkve, sveštenika, vrača? Kakav je odnos religije prema drugim oblastima života: privredi, politici, nauci, umetnosti, moralu, obrazovanju, ravnopravnosti polova, porodici? Zašto se religija snažnije živi u seoskim, nego gradskim sredinama i zbog čega nastaju razlike s obzirom na klasnu strukturu, pol, naciju, zanimanje, obrazovanje, poreklo? Koji su oblici kontrole ponašanja vernika?

U najkraćem, novinari o religijskim pojavama ne pišu stoga da bi ih bolje upoznali, već da bi istražujući religiju, više saznali o samom društvu a za to moraju i te kako biti medijski opismenjeni u religijskom kontekstu.

### **Primeri iz dnevne prakse Zapadnog Balkana**

Novinari na Zapadnom Balkanu su 2020. imali dva velika izazova za izveštavanje o religijskim temama i crkvama i verskim zajednicama, kao i odnosu države i crkve u postranzicionim društvima, na koja, na žalost, svi podjednako nisu uspeali da odgovore na dovoljno profesionalan način, te se pokazalo da su uglavnom potpuno medijski nepismeni za ovaj zadatak. Sve što se moglo tih dana pratiti, pre svega na nacionalnim televizijama zemalja Zapadnog Balkana, bilo je izrazito ideološki medijalizovano u rasponu od televizijskog spektakla do šture faktografije uz snažan uticaj društveno-političkog konteksta. Strani emiteri, prisutni uglavnom u kablju na ovim prostorima, zaklanjanjem „iza autoriteta“ neutralnog faktografskog pristupa izveštavanju izgubili su suštinu značaja, poente i poruka događaja o kojima je reč. A reč je bila o litijama na kojima su građani i građanke Crne Gore izrazili svoj stav protiv *Zakona o verskim slobodama* i o dve sahrane najviših velikodostojnika Srpske pravoslavne crkve koje su bile posledica epidemije COVID-19 (Mitropolita Amfilohija Radović u Podgorici i patrijarha srpskog Irineja u Beogradu).

Sve navedeno upućuje na značaj medijskog opismenjavanja novinara i novinarki posebno u oblasti visokospecijalizovanog izveštavanja o temama poput odnosa države i crkve, kriznim situacijama svih vrsta (od prirodnih katastrofa do političkih kriza, terorizma i visokorizičnih događaja i pojava), kao i pitanjima ljudskih prava sa fokusom na marginalizovane grupe i religijska pitanja uže i šire posmatrano.

Medijsko opismenjavanje kao deo filozofije doživotnog učenja za novinarstvo je od neprocenjivog značaja. Specijalizacija za pojedine oblasti društvene prakse u novinarstvu je sve ređe i to, pokazala su mnogobrojna istraživanja, kako naučna tako i strukovna, urušava profesiju već decenijama na Zapadnom Balkanu. Formalizam, nekritička faktografija, kratko, koso uz nedostatak kontekstualnog sagledavanja događaja, pojava i ličnosti, kao i manjkavost u specifičnim znanjima, odlika su danas neprofesionalnog, medijski nepismenog novinarstva i u oblasti forme i u oblasti sadržaja. Dakle, medijsko opismenjavanje urednika i novinara je moguće, ali pre bi se reklo, nužan izlaz.

## Literatura

- Bakrač, V. i Blagojević, M. (2013). Religija i Sloboda u Crnoj Gori. *Religija i tolerancija*, 19, 54-64. Pristupljeno 07. 04. 2021. sa <https://www.mikroknjiga.rs/store/prikaz.php?ref=CEIRrlgITlrBr19>
- Grunwald, H. (1994). *Potreba za novim novinarstvom. Pregled*, 267, 62-64.
- Koks, H. (1993). *Religija se vraća u svetovni grad. Gradina* 10-11-12 ( XXVIII), 129-137.
- Kuburić, Z. i Sremac, S. (2009). *Konverzija i kontekst: teorijski, metodološki i praktični pristup religijskoj konverziji*. Novi Sad: CEIR.
- Radić, R. (1995). Crkva i "srpsko pitanje": Srpska pravoslavna crkva u poratnim i ratnim godinama (1980-1995). *Republika, VII*, 121-122. Beograd.
- Savić, S. (1996). Ka jeziku mira i tolerancije u religijskom diskursu. *Ka jeziku mira*, (priredio) Jakšić, B. Beograd, 221-244.
- Šušnjić, Đ. (1984). *Ribari ljudskih duša, ideja manipulacije i manipulacija idejama, Velika edicija "Ideja"*. Mladost.
- Šušnjić, Đ. (1997). *Dijalog i tolerancija*. Čigoja štampa.
- Šušnjić, Đ. (2009). *Religija I i II*. Čigoja štampa.

- Šćepanović, V. (2010a). Pseudo-religija u društvu medijskog spektakla. U *Religijska imaginacija i savremeni mediji*, ur. Zorica Kuburić, Srđan Sremac i Sergej Beuk. Novi Sad: CEIR. 156-169.
- Valić Nedeljković, D. (1997). *Rikošet reči: jezička analiza radijskih izveštaja sa ratišta*. Beograd: Argument, Biblioteka Mediji.
- Valić Nedeljković, D. (1999). *Radijski intervju: pragmatičke osbine intervju sa crkvenim velikodostojnicima emitovanim na radiju*, Beograd: Zadužbina Andrejević.
- Valić Nedeljković, D. (2009). Model verskog format radija. *Religija & Tolerancija*; (ur.) Zorica Kuburić. Novi Sad: centar za empirijska istraživanja religije; Vol. VII, br. 11, januar-jun, 2009; 91-107.
- Valić Nedeljković, D. (2010). Ekranizacija patrijarha. *Religijska imaginacija i savremeni mediji* – zbornik. ur. Zorica Kuburić, Srđan Sremac i Sergej Beuk. Beograd: Centar za empirijsko istraživanje religije. 115-137.
- Valić Nedeljković, D. (2010). Uvodnik. U: *Religijska imaginacija i savremeni svet: medijizacija religije i/ili religijizacija medija*. Ur. Zorica Kuburić, Srđan Sremac, Sergej Beuk. Novi Sad: Centar za empirijska istraživanje religije. 13-15.
- Valić Nedeljković, D. (2013a). Analiza diskursa polemike o religioznosti i sekularizmu/teizmu i ateizmu u dnevnom listu Danas. U: *Mediji, religija i nasilje*. ur. Srđan Sremac, Nikola Knežević i Dubravka Valić Nedeljković. Novi Sad i Beograd: Centar za istraživanje religije, politike i društva i Bogoslovsko udruženje Otačnik. 70-86.
- Valić Nedeljković, D. (2013b). 1700 godina Milanskog edikta – dobra prilika za politički i medijski spektakl. *Religija i tolerancija*, XI (19), str. 71-90.
- Valić Nedeljković, D, Ruard Ganzevoort, R. i Sremac, S. (2017). The Patriarch and the Pride: Discourse Analysis of the Online Public Response to the Serbian Orthodox Church Condemnation of the 2012 Gay Pride Parade. U: *Lived Religion and the Politics of (In)Tolerance*, (ur) R. Ruard Ganzevoort and Srđan Sremac. Palgrave/MacMillan. str 85-111.

### 1.3. Medijsko komuniciranje sa djecom i mladima

Elvira Ceković<sup>102</sup>

Zaštita maloljetnika predstavlja jednu od ključnih aktivnosti Agencije za elektronske medije zbog čega smo u prethodnom periodu posebnu pažnju posvetili promociji regulative koja se odnosi na zaštitu maloljetnika u medijima i ukazivanju značaja zaštite maloljetnika od negativnog uticaja određenih medijskih sadržaja.

Diversifikacija medijskih sadržaja na različitim platformama omogućile su bržu i lakšu dostupnost sadržaja i ostavile regulaciju bez adekvatne reakcije na zaštitu djece od neprimjerenih medijskih sadržaja. Ono što je na jednoj platformi (RTV) dozvoljeno uz izvjesna ograničenja ili zabranjeno na drugoj platformi je u potpunosti neregulirano i samim tim dozvoljeno (internet). Pristup medijskim sadržajima putem interneta je, za djecu, ne samo da je lakši već i mnogo primamljiviji. Brzina tehnološkog razvoja ukazuje da medijska pismenost predstavlja suštinu demokratskog društva i mora biti prioritet svakog pojedinca i društva u cjelini. Ista podrazumijeva sposobnost da se različiti medijski sadržaji koriste, analiziraju, kritički procijene i stvaraju.

Koncept medijske pismenosti posmatra se kao ključni preduslov za aktivni društveni angažman građana, ali u Crnoj Gori je i dalje prisutan nizak stepen poznavanja pojma. Prema zvaničnim podacima, Crna Gora pripada grupi država koje su u početnoj fazi implementacije medijske pismenosti. Ipak, i u Evropi je neujednačen nivo medijske pismenosti i ne postoji konsensus o njenim bitnim aspektima. Kao logično rješenje problema nameće se obaveza razvijanja medijskih politika, sa akcentom na razvoj medijske pismenosti. Evropska komisija preporučuje regulatorima audiovizuelnih medijskih sadržaja da preuzmu ulogu lidera u razvoju medijske pismenosti u svom okruženju.

Svjesna nužnosti snažnijeg medijskog opismenjavanja, a imajući u vidu da zaštita maloljetnika predstavlja jednu od ključnih aktivnosti, Agencija za elektronske medije je u saradnji sa Fondom za djecu Ujedinjenih nacija („UNICEF“) pokre-

---

<sup>102</sup> Rukovoditeljka Službe za odnose s javnošću i opšte poslove u Agenciji za elektronske medije, mejl adresa: [elvira.cekovic@aemcg.org](mailto:elvira.cekovic@aemcg.org)

nula kampanju medijske pismenosti „Birajmo šta gledamo“. Jedna od značajnih aktivnosti koje smo sproveli u okviru ove kampanje je istraživanje o korišćenju medija od strane djece i roditelja „Djeca, roditelji i mediji“ (AEM, UNICEF, 2018).

Neophodno je kroz kampanje medijske pismenosti uticati na: „unapređenje kvaliteta i jačanje kapaciteta medija da etički izvještavaju o situaciji djece i pravima djeteta, unapređenje sistema regulacije elektronskih medija s ciljem poboljšanja etičkog izvještavanja o pitanjima prava djeteta u elektronskim medijima; samoregulaciju i koregulaciju u području stvaranja kvalitetnih i inkluzivnih sadržaja za djecu kao i sprovođenje i drugih aktivnosti u cilju unapređenja, ostvarivanja i zaštite prava djece u elektronskim medijima i poboljšanje kvaliteta medijskih programa za djecu i mlade u Crnoj Gori kroz jačanje kapaciteta i lobiranje za obezbjeđivanje sredstava za tu svrhu“ (AEM, 2018).

S obzirom na nizak nivo medijske pismenosti i veliki broj dostupnih medija i onoga šta nam nude, javnost često ima podvojen stav o medijima. S jedne strane, medije smatra veoma pozitivnima dok s druge strane, pojavljuje se sve veća zabrinutost zbog potencijalno negativnih efekata medija. Pristup medijima nije, sam po sebi, dovoljan kako bi se za djecu ostvarile pozitivne promjene već će to zavisi od načina na koje će ih upotrebljavati.

U cilju zaštite djece od neprimjerenih programskih sadržaja, Zakonom o elektronskim medijima je propisano da se programski sadržaji, koji nijesu prilagođeni pojedinim uzrastima u okviru skupine maloljetnih lica, moraju biti emitovani u doba dana kada postoji najmanja vjerovatnoća da mogu biti dostupni maloljetnicima. Emiteri su dužni da takve sadržaje označavaju ne samo vizuelnim već i zvučnim oznakama. Pravilnikom o programskim standardima u elektronskim medijima<sup>103</sup>, pored obaveze da se emitovani sadržaji raspoređuju u propisane vremenske termine, i emituju uz obavezno odgovarajuće vizuelno i zvučno upozorenje, propisane su grafičke oznake u uglu ekrana (12, 16 ili 18). Grafičke oznake moraju biti uočljive tokom cijelog trajanja programskog sadržaja.

---

<sup>103</sup> Opširnije: Pravilnik o programskim standardima u elektronskim medijima, url: [Pravilnik-o-programskim-standardima-u-elektronskim-medijima-06.02.2019.pdf](https://www.aemcg.org/standardima-u-elektronskim-medijima-06.02.2019.pdf) (aemcg.org) (datum posjete: 1.2.2021.)

Navedenim Pravilnikom obaveza i odgovornost emitera je da prije emitovanja sadržaja utvrde njegovu podobnost za određene uzraste maloljetnika. U praksi Agencije za elektronske medije nijesu česti slučajevi kršenja pravila raspoređivanja i označavanja sadržaja. Emiteri imaju prilično afirmativan odnos prema ovom osjetljivom pitanju pa se ta praksa stalno unaprjeđuje (Zakon o elektronskim medijima, 2017).

Uvažavajući činjenicu da su usluge sa uslovnim pristupom (usluge operatora) dominantan način pristupa TV programima u Crnoj Gori, Agencija za elektronske medije je propisala dodatne obaveze operatorima. Operatori su obavezni da u periodu od 06 do 23 sata aktiviraju mjere roditeljske kontrole programskih sadržaja koji se emituju u kontinuitetu i svakodnevno u okviru osnovnog paketa, a mogu negativno uticati na fizički, mentalni ili moralni razvoj maloljetnika. Mjere roditeljske kontrole podrazumijevaju da je u navedenom periodu moguće pristupiti potencijalno štetnom sadržaju samo uz korišćenje PIN koda. Ukoliko operatori nijesu u mogućnosti da obezbijede dosljednu primjeru mjere pinovanja navedenih sadržaja, bili bi obavezni da u periodu od 06 do 23 sata, aktiviraju mjere roditeljske kontrole cijelog TV programa (pinovanje) (Pravilnik o programskim standardima u elektronskim medijima).

Bez obzira na napore koje Agencija ulaže u zaštitu maloljetnika od neprimjerenih programskih sadržaja, kako bi se postigli najbolji efekti od konzumiranja medija neophodno je da mediji ponude programske sadržaje koji odgovaraju dobi maloljetnika, koji je zanimljiv, informativan, obrazovan, inkluzivan i kreativan.

Prema podacima iz istraživanja koji su predstavljeni u januaru 2021. godine, koje je uz podršku UNICEF-a sproveo Ipsos, broj roditelja koji sa djecom razgovara o programskim sadržajima koje prate ili o vremenu koje provode uz medije je u velikoj mjeri porastao u odnosu na period kada je rađeno istraživanje „Djeca, roditelji i mediji” (AEM, UNICEF, 2018). Na početku naše kampanje medijske pismenosti „Birajmo šta gledamo“, oko 21 posto roditelja je razgovaralo sa djecom o sadržajima koje prate, a 30 posto njih je vodilo računa o tome koje sadržaje djeca konzumiraju i koliko vremena provode uz medije. Samo dvije godine kasnije 2020. godine, broj roditelja koji imaju svijest o značaju ovih tema je značajno veći. Danas 47 posto roditelja razgovara sa djecom o sadržajima koje prate na tv-u i internetu, dok 60 odsto ograničava djeci korišćenje nepodobnih medijskih

sadržaja. Značajan je i podatak da 55 posto ograničava vrijeme koje djeca provode koristeći različite vrste medija (tradicionalne medije i internet).

U tradicionalnom društvu kao što je naše, u posljednje dvije godine, dogodio se i pozitivan trend angažovanja očeva/muških staratelja koji se bave pitanjima na koji način njihova djeca koriste medije. Na početku kampanje „Birajmo šta gledamo“ 30 posto očeva/muških staratelja vodilo je računa o vrsti sadržaja koje djeca konzumiraju, a tek 29 posto je vodilo računa o količini vremena koje dijete provodi uz TV i internet. Danas duplo više očeva/muških staratelja, ograničava medijske sadržaje i vrijeme ispred neke vrste ekrana.

Osim toga, moramo imati na umu da kada prikazujemo djecu u medijima, to ne znači da ti sadržaji odmah postaju i „prilagođeni djeci“. Potrebno je da poruke budu prilagođene tačno određenoj dječjoj publici u skladu sa njihovom dobi. Takođe, moraju uključivati njihove potrebe, gledišta i okruženje iz kojeg dolaze, stavove kako bi se djeca mogla povezati s njima na pravi način.

Cijeneći saznanja dostupna u literaturi (UNICEF, 2013), mogu se izvući preporuke za medijsko komuniciranje sa djecom i mladima. Korisno je da medijski sadržaji:

- ***Podstiču djecu da ostvare svoje potencijale***

Svjedoci smo da živimo u vremenu kada komercijalni interesi i potreba za samopromocijom dominiraju programskim sadržajima. Veoma često se dešava da zbog toga u drugom planu budu interesi najmlađe publike.

Potrebno je proizvoditi sadržaje koji djeci podstiču samopouzdanje, maštu i pružaju im priliku da ostvare svoje potencijale. Umjesto da se koncentrišu na probleme ili nedostatke pružiti im priliku da nauče kako da se suočavaju sa problema i kako da ih rješavaju.

- ***Prilagođeni dobi djeteta***

Kako bi se maksimizirala dobit od programskih sadržaja za djecu, nije dovoljno da su edukativni ili obrazovni. Oni moraju zainteresovati djecu i biti im privlačni. Sadržaji treba da su djeci i vizuelno i stilski primamljivi. Posebno je potrebno imati na umu da djeca uočavaju glavne poruke, ali i one koje su slučajne, zato je



bitno obratiti pažnju na sve aspekte neke poruke, one očigledne, ali i one skrivene.

Najčešće greške kod programskih sadržaja su pokušaj da se oni prilagode za sve uzraste. Takav zahtjev je nemoguće ispuniti, jer takvi sadržaji nijesu u potpunosti prilagođeni ni za jedan uzrast. U skladu sa navedenim, pored toga što sadržaj mora biti podsticajan i interesantan, neophodno je i da je namijenjen tačno određenoj dobi djece.

- ***Predstavljaju sadržaj razumljiv, edukativan ali interesantan za djecu***

Nerijetko programski sadržaji za djecu ne izazivaju zainteresovanost. S obzirom da su pred nama nove generacije istančanih medijskih potrošača, veliki izazov predstavlja proizvesti kvalitetan medijski sadržaj koji spaja zabavu i učenje. Takav sadržaj zaokupira pažnju djeteta jer je razumljiv i interesantan, nudi adekvatan jezik, humor i interesantne zaplete naravno prilagođene određenoj dobi djece.

- ***Podstiču interakciju i vještine rješavanja problema***

Poželjno je da sadržaji namijenjeni djeci ne predstavljaju pukno prenošenje informacija već da adekvatnom interaktivnošću podstiču na slušanje i zamišljanje.

Sadržaji koji nude jednostavnu interakciju poput obraćanja djetetu pred ekranom, postavljanje pitanja i davanje vremena da dijete razmisli o odgovoru, uključivanje „slučajnih“ komentara na koje je moguće odgovoriti na više načina, uključiti interaktivne aktivnosti na kraju programa (pisanje, crteži itd.), podsticaj na ples ili pjevanje. Iako medijsko komuniciranje ne može zamijeniti komunikaciju sa ljudima, može djeci pružiti primjere o tome kako se suočavati s različitim neprijatnim ili problematičnim situacijama u kojima se djeca nalaze.

- ***Podstiču djecu kao aktivne i angažovane građane***

Učestvovanje djece u kreiranju i samom sadržaju predstavlja značajnu mogućnost, u pomaganju vršnjacima i podsticanju vršnjaka da pomažu drugima i zajednici. To predstavlja svojevrsnu vršnjačku edukaciju. Ukoliko djeca podijele sa drugima načine na koje se oni suočavaju sa problemima i rješavaju ih, lako postaju uzor i dobar primjer mlađoj djeci. Poželjno je prikazivanje djece kao aktivnih i angažovanih građana koji pomažu drugima ili imaju odgovoran stav prema

društvu i zajednici. Na taj način se ohrabruje razvijanje visoko moralnih vrijednosti kod vršnjaka.

- ***Zagovaraju inkluzivne vrijednosti bez stereotipa***

Kvalitetan sadržaj za djecu promoviše inkluzivne vrijednosti bez stereotipa. Važno je prikazivati djevojčice i dječake iz različitih kultura, nacija, rasa, vjeroispovjesti, socioekonomskih statusa sa ili bez teškoća u razvoju, kako su uključeni u različite aktivnosti. Ukoliko neke grupe djece nema u medijima, oni kao da ne postoje. Uticaj medija treba upotrijebiti za uključivanje sve djece u društveni život zajednice.

Stereotipi nesvjesno ili svjesno favorizuju stavove koje ljudi imaju o drugima i sebi (npr. prikazivanja ljudi sa invaliditetom kao da ne mogu živjeti bez tuđe pomoći). Bez obzira na stepen razvoja društva, u medijima se veoma često uočavaju stereotipi. Nužno je da medijski sadržaji isključe stereotipe promovišući poštovanje raznolikosti kroz različite primjere npr. muškarci peru suđe ili šire veš. Kada se suprotstavimo stereotipima i otklonimo ih iz programskih sadržaja stvaramo dobre uslove za poštovanje raznolikosti.

- ***Promovišu pozitivne uzore i primjere***

Sadržaj za djecu, kroz pozitivne primjere i događaje, može ih naučiti da prepoznaju različite oblike nasilja i načine kako da se izbore sa njima primarno kroz pozitivne uzore. Mora se voditi računa da djeca često ne uočavaju razliku između prikaza stvarnosti s korisnim informacijama i poukama i prikaza eksplicitnih informacija koje će djecu nenamjerno povrijediti. Zato je bolje u sadržajima prikazivati primjere i situacije u kojim su djeca odreagovala ili se ponašala/ razmišljala kako je poželjno i korisno, nego primjere posljedica pogrešnog ponašanja. Na taj način dajemo pozitivne uzore.

- ***Promovišu kulturnu i umjetničku produkciju***

Sadržaji za djecu treba da promovišu kulturnu i umjetničku produkciju mladih koja predstavlja suprotnost nekritičkom praćenju trendova masovne kulture.

Sasvim je jasno da značaj medijskih sadržaja sve više raste i postaje jedno od ključnih sredstava socijalizacije, ali i kreiranja stavova i pogleda na svijet mladih

ljudi. S obzirom na značaj i moć medija, važno je koristiti ih kao ključni činilac pozitivnih promjena za poboljšanje života djece i cjelokupnog društva.

### Literatura

Agencija za elektronske medije, i UNICEF, (n.d.) *Djeca, roditelji i mediji u Crnoj Gori*.  
<https://www.medijskapismenost.me/wp-content/uploads/2018/11/Istra%C5%BEivanje-Djeca-roditelji-i-mediji-12.11.2018.pdf> (datum posjete: 1.2.2021.)

Pravilnik o programskim standardima u elektronskim medijima. (n.d.)  
<https://aemcg.org/wp-content/uploads/2020/04/Pravilnik-o-programskim-standardima-u-elektronskim-medijima-06.02.2019.pdf> (datum posjete: 1.2.2021.)

Regulatorni organi za medije i zaštita maloljetnika. (n.d.) <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2019/08/Regulatorni-organi-za-medije-i-za%C5%Altita-maloljetnika.pdf> (datum posjete: 1.2.2021.)

UNICEF (2013). *Kako komunicirati sa djecom*.  
<https://www.unicef.org/croatia/reports/kako-komunicirati-s-djecom>  
(datum posjete: 1.2.2021.)

Zakon o elektronskim medijima. (n.d.) <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2017/12/Zakon-o-elektronskim-medijima-1.pdf> (datum posjete: 1.2.2021.)

Zakon o medijima. (n.d.) <https://aemcg.org/wp-content/uploads/2011/08/Zakon-o-medijima-1.pdf> (datum posjete: 1.2.2021.)

## 1.4. Etnokulturne zajednice, multikulturalizam i mediji

Danijela Vuković-Ćalasan<sup>104</sup>

Uspješno upravljanje etnokulturnim pluralizmom u savremenim demokratskim kontekstima svakako znači prihvatanje institucionalnih i pravnih rješenja na liniji modela multikulturalizma. Zahvaljujući specifičnostima konteksta u istorijskom, kulturološkom, demografskom i svakom drugom smislu, izazovi sa kojima se suočavaju demokratske države su različiti. Različiti tipovi etnokulturnih zajednica prema državi imaju drugačije zahtjeve i nastoje da obezbijede rješenja koja će im omogućiti punu integraciju u društveni i politički život države. Nacionalne manjine, kao i drugi tipovi etnokulturnih zajednica, zainteresovane su za ostvarivanje integracije uz očuvanje identitetskih specifičnosti i svojih kulturoloških praksi.

Očuvanje etnokulturnog pluralizma, odnosno različitosti u etničkom i nacionalnom smislu, smatra se veoma važnim za savremena demokratska društva. Pri tome, neophodno je imati u vidu da se o etnokulturnom pluralizmu može govoriti na nekoliko različitih nivoa. Najprije, moguće se baviti ovom problematikom i mogu se analizirati efekti modela multikulturalizma na nivou pojedinaca odnosno njihovih ličnih identiteta. Zatim, moguće je govoriti o navedenom i na nivou etnokulturnih zajednica u smislu dominantnog pogleda na identitet zajednice i njen položaj, kao i odnose koje ima sa drugim etničkim i nacionalnim zajednicama. Treći nivo na kome je moguće analizirati efekte modela multikulturalizma na etnokulturni pluralizam jeste nivo društva odnosno države i tiče se načina na koji se oni reflektuju na izgradnju zajedničkog političkog identiteta i ostvarivanje socijalne kohezije u datom društvu.

Na nivou pojedinačnih članova društva, svako sužavanje prostora slobode u identitetskom smislu bilo bi protivno suštini multikulturalnog modela. Uvažavanje etnokulturnog pluralizma na ovom nivou, a koje bi bilo u skladu sa demokratskim i građanskim vrijednostima, podrazumijevalo bi afirmaciju pluralnih identiteta, pacifikaciju etničkog i nacionalnog u smislu smanjivanja stepena

---

<sup>104</sup> Vanredna profesorica na Fakultetu političkih nauka, Univerzitet Crne Gore, mejl adresa: danijelacalasan@gmail.com

političke zloupotrebe i instrumentalizacije pomenutih identiteta. Individualizacija u identitetskom smislu, doima se kao neophodna za stvaranje istinski građanskog i multikulturalnog društva i preduslov je očuvanja i afirmacije etnokulturnog pluralizma na nivou pojedinaca i njihovih ličnih identiteta. U smislu odnosa između etnokulturnih zajednica i efekata koje politike multikulturalizma imaju na njih, važno je skrenuti pažnju na sljedeće: Uspješno upravljanje etnokulturnim pluralizmom mora da rezultira povećanjem razmjene, komunikacije i interakcije između etničkih i nacionalnih zajednica. Ukoliko umjesto toga imamo samozatvaranje, izolacionizam i etničko distanciranje, društvo je u problemu. Na trećem nivou, očuvanje etnokulturnog pluralizma na liniji modela multikulturalizma neraskidivo je vezano za izgradnju zajedničkog političkog identiteta.

Veoma važan element politika multikulturalizma prema nacionalnim i etničkim zajednicama tiče se njihove medijske reprezentacije. Da bi zajednice ostvarile punu integraciju u društveni i politički život jedne države, posebno ukoliko se radi o zajednicama prema kojima postoji izražena etnička distanca, neophodno je da budu zastupljene u medijskoj dimenziji. Osim što je neophodno obezbijediti medijsku vidljivost, ne manje važno pitanje tiče se načina izvještavanja o etničkim i nacionalnim zajednicama. Pored prisutnosti u medijima, potrebno je voditi računa o tome kako su pomenute zajednice medijski zastupljene. U Zakonu o medijima iz 2020. godine, u članu 17, predviđeno je formiranje Fonda za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija. Obezbijeđeno je, između ostalog, finansiranje projekata u oblasti informisanja za medijske nekomercijalne sadržaje od javnog interesa, na jezicima manjinskih naroda i drugih manjinskih nacionalnih zajednica, a radi ostvarivanja garantovanih prava. U petoj tački člana 20 pomenutog Zakona, predviđeno je korišćenje sredstava Fonda za podsticanje medijskog pluralizma a posebno za proizvodnju i objavljivanje sadržaja koji su *značajni za zaštitu prava i dostojanstva manjinskih naroda i drugih manjinskih nacionalnih zajednica od diskriminacije, stereotipa i predrasuda*. Za odgovarajuću medijsku vidljivost manjinskih etničkih i nacionalnih zajednica, veoma je važan i član 36 istog zakona kojim se precizira zabrana objavljivanja informacija u medijima kojima se, između ostalog, izaziva, širi, podstiče ili pravda diskriminacija i mržnja zasnovana na netoleranciji u formi nacionalizma, diskriminacije i neprijateljstva protiv manjinskog naroda i drugih manjinskih nacionalnih zajednica (Zakon o medijima, 2020). Na ovaj način trebalo bi tretirati izazivanje,

širenje, podsticanje ili pravdanje diskriminacije i mržnje u formi nacionalizma i neprijateljstva, i prema ostalim nacionalnim i etničkim zajednicama, bez obzira na udio u ukupnoj populaciji.

Zakon o nacionalnom javnom emiteru Radio i Televizija Crne Gore, iz 2020. godine, u članu 9 precizira obavezu proizvodnje i emitovanja programskih sadržaja koji su, između ostalog, namijenjeni i pripadnicima manjinskih naroda i drugih manjinskih nacionalnih zajednica, kao i obavezu afirmacije njihovog etnokulturnog identiteta i generalno etnokulturne raznolikosti (Zakon o nacionalnom javnom emiteru Radio i Televizija Crne Gore, 2020).

Pronalaženje načina da se poveća zainteresovanost za druge zajednice i da se izbjegne doživljaj drugog kao prijetnje, čini se najvažnijim ciljem u pogledu poželjnih efekata politika multikulturalizma. Smanjivanje etničke distance, afirmacija pluralnih identiteta i stvaranje pravnog i političkog ambijenta koji ih afirmiše u značajnoj mjeri su vezani za uticaj medija. Mediji postaju značajan akter u obezbjeđivanju stabilnog i kohezivnog društva. Kako mediji mogu pomoći u konstituisanju istinski multikulturalnog, demokratskog i građanskog društva, a vezano za informisanje i izvještavanje o etnokulturnim zajednicama? Prema našem mišljenju, trebalo bi obratiti pažnju na sljedeće:

1. Neophodna je pažljiva selekcija tema koje su od značaja za etnokulturne manjinske zajednice, imajući u vidu specifičnosti izazova sa kojima se suočavaju. U tom smislu, važno je edukovati novinare o problemima pojedinačnih etničkih i nacionalnih zajednica i o najvažnijim preprekama za njihovu punu integraciju na temeljima jednakosti i nediskriminacije.
2. Važno je da mediji izbjegavaju zamke politizacije i instrumentalizacije etničkog i nacionalnog, često prisutne u sferi politike. Politički akteri nerijetko pribjegavaju (zlo)upotrebi etničkog i nacionalnog radi ostvarivanja svojih političkih ciljeva, ne vodeći računa o posljedicama koje slične tendencije imaju na društvo i na međunacionalne odnose. Potrebno je imati u vidu da predrasude, stereotipi i socijalno distanciranje nerijetko uzrokuju nasilno i agresivno ponašanje u školskoj populaciji u različitim oblicima, od verbalnog pa do fizičkog. Istraživanje CEDEM-a o stavovima srednjoškolaca/ki, „Oblici, obrasci i učestalost nasilja u srednjim školama u Crnoj Gori“ iz 2018. godine, pokazuje da je verbalno nasilje, kao jedan od oblika nasilja, veoma učestalo i da se najčešće izražava na

vjerskoj i nacionalnoj osnovi. Etnička netolerancija jedan je od najvažnijih faktora nasilnog ponašanja (CEDEM, 2018). Na problematičnost politizacije društva u različitim dimenzijama kao i važnost sredine i politike u procesu socijalizacije mladih, ukazuje i istraživanje agencije DeFacto o stavovima i vrijednosnim orijentacijama crnogorskih srednjoškolaca, iz 2016/2017. godine (DeFacto, 2017). Ključno je, dakle, prepoznavanje značaja i uloge medija u procesu socijalizacije mladih i negativnih posljedica koje mogu da nastupe ukoliko se mediji ne odupru pritisku koji dolazi iz sfere politike. U tom cilju dodatna edukacija bi bila poželjna.

3. O pitanjima relevantnim za etnokulturne zajednice a koja su, iz određenih razloga, kontroverzna ili proizvode duboke podjele i neslaganja, potrebno je informisati na izbalansiran način podstičući *kulturu dijaloga*. Važno je i sprovoditi dosledno i kontinuirano obavezu propisanu članom 36 važećeg Zakona o medijima.
4. Sadržajem koji se odnosi na etnokulturne zajednice potrebno je podići stepen „zainteresovanosti za drugog“ bez čega nema stvarne interakcije, povezivanja i razmjene između etnokulturnih zajednica. Na taj način mediji će dati doprinos u sprječavanju samozatvaranja i samoizolacionizma kao potencijalno negativnih efekata modela multikulturalizma i u krajnjem, značajno uticati na očuvanje dobrih multietničkih odnosa.

## Literatura

- Forum Mne. (2017). *Otpornost mladih na radikalna i ekstremna ponašanja u Crnoj Gori*. <https://www.forum-mne.com/mdocs-posts/otpornost-mladih-na-radikalna-i-ekstremna-ponaanja-u-cg-mne/> (datum posjete: 01.02.2021.)
- Mladiinfo.me. (2018). Oblici, obrasci i učestalost nasilja u srednjim školama u Crnoj Gori <https://mladiinfo.me/istrazivanje-o-oblicima-obrascima-i-ucestalosti-nasilja-u-srednjim-skolama-u-cg/> (datum posjete: 01.02.2021.)
- Zakon o medijima. (2020). <https://me.propisi.net/zakon-o-medijima/> (datum posjete: 31.01.2021.)
- Zakon o nacionalnom javnom emiteru Radio i Televizija Crne Gore. (2020). <https://me.propisi.net/zakon-o-nacionalnom-javnom-emiteru-radio-i-televizija-crne-gore/> (datum posjete: 31.01.2021.)

## IV. PERSPEKTIVE RAZVOJA MEDIJSKE I INFORMACIJSKE PISMENOSTI I DRUŠTVENE KOHEZIJE

Emir Vajzović, Ana Milojević, Nataša Ružić

Budućnost globalnog društva direktno zavisi od nivoa medijske i informacijske pismenosti građana i sposobnosti razvoja društvene kohezije izvan tehno-determinističkih paradigmi. Možda ova rečenica zvuči previše pretenciozno, ali razvoj algoritamski uvjetovanog globalnog poretka i svi donekle specifični podpojavnici oblici u pojedinačnim državama, jasno ukazuju na odlučan trenutak u historiji kada je potrebno preispitati odnos građana spram države, velikih tehnoloških kompanija, obrazovanja i razumijevanja, ali i mudrosti, u redefiniranju demokratskog diskursa i ljudskih prava u kontekstu digitalne transformacije društva, dodatno pojačane prisilnom digitalizacijom uslijed COVID-19 pandemije.

Nepovratna selidba (dijela) naših života u online prostor je ostvarena, a još nedefinirani zakoni algoritamske džungle zasnivaju se na principima moći i jačega, dok, nažalost, ni moć ni snaga nije u rukama građana. Tradicionalno, sistemski filteri (čuvari kapija, tj. *gatekeeperi*) u analognom sistemu bili su donekle državno uređeni i pod okriljem međunarodnih odnosa i međunarodnog prava ljudskih prava i pretežno univerzalno prihvaćeni i uređeni sa principima da demokratski narodni suverenitet i visok stepen poštivanja ljudskih prava i sloboda bude ideal (barem utopijski) jasan većini građana.

Internet, međutim, kao infrastruktura autoputa, te informacijsko, medijsko i platformsko okruženje kao pogonsko gorivo, ubrzalo je razvoj u svim sferama, gdje sve manje građani, kao kontrolori kontrolora, imaju poluge da propituju suodnos i razvoj tehnokapitalizma te izvor i mjesto centara moći, kao i pitanja u čijem interesu oni rade.

S obzirom da samo moć može kontrolirati moć, i samo sila može proturječiti sili, građanima ostaje jedino osnaživanje u holističkom razumijevanju medijske i informacijske pismenosti i njegovo integriranje u društvo i obrazovni sistem kako bi novi balans moći bio izvodiv i održiv.



Svaki tehnološki i društveno-ekonomski napredak ima svojih pozitivnih i negativnih strana. Obaveza građana je da nadziru proces kako bi on u konačnici bio pozitivan za planetu Zemlju, njenu ekologiju i razvoj koji bi bio održiv i u skladu sa ljudskim pravima i slobodama. Medijska i informacijska pismenost je prije svega pitanje budućnosti, i način na koji ćemo našu sadašnjost učiniti sigurnom i stvoriti okruženje koje će njegovati život dostojan čovjeka.

Građani moraju biti medijsko-informacijski pismeni da bi pokrenuli inicijative civilnog društva, pokrete za promjene i ustrajali na promjenama u društvu. Sa druge strane, građani trebaju MIP kompetencije da doznaju za takve pokrete (kako zaobići algoritamske kapije), razumiju ih, i nađu načina da ih podrže, ukoliko se slože sa njima, jer nisu ni svi pokreti CD i organizacije najbolji za najveći broj ljudi.

Od ekoloških pokreta, preko pokreta za ostvarenje političkih prava (lokalnih i globalnih), do pokreta za bolje obrazovanje kao osnov za sve gore navedeno, MIP osnaženi građani su ključni. Međutim, pored izražavanja i zagovaranja ličnih mišljenja i kolektivnih ideja, korisnici interneta se sve više kreativno iskazuju, odnosno učestvuju u kulturnoj produkciji. Ovo učešće u kulturi može da bude prizemno, od uživanja u virtuelnim kulturnim događajima, preko re-distribucije kulturnih sadržaja putem mreža, mijenjanja i nadogradnje sadržaja, pa sve do učešća u velikim projektima baziranim na saradnji, poput nedavnih muzičkih performansa nastalih tokom pandemije COVID-19, koji su uključivali brojne umjetnike i amatere širom svijeta. Osim kreiranja kulture kroz saradnju na kratkoročnim projektima, ubrzano se razvijaju i platforme koje podržavaju kreativno izražavanje, poput trenutno veoma popularne Tik-Tok platforme za dijeljenje kratkih video zapisa. Najkompetentnijim korisnicima interneta dostupne su i napredne mogućnosti individualne i grupne kulturne produkcije, uključujući ko-kreiranje i kreiranje alternativnih verzija stvarnosti. Naravno, osim mnogostrukih nivoa i oblika angažiranja, participacija publike u kulturi javlja se i u mnoštvu oblika, od muzičkih, preko vizuelnih, audio-vizuelnih formi ekspresije, do kreativnog saradničkog pisanja.

Ipak, da bi korisnici u punom obimu učestvovali u umreženoj kulturi, neophodno je da konstantno razvijaju nove vještine i sposobnosti, kao i da usvajaju nove alate, aplikacije, tehničke i društvene norme ponašanja u novim online grupama i mrežama. Kako pokazuje pregled razvoja MIP u ovoj publikaciji, u Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori i Srbiji, ove vještine i sposobnosti uglavnom se razvijaju kroz samu praksu korištenja digitalnih medija – putem infor-

malnog učenja. Formalno obrazovanje još uvijek ne uključuje u punom obimu i smislu ove vještine, iako su potrebne svakom pojedincu kako bi bio ravnopravan učesnik svijeta sutrašnjice. Kada se ove kompetencije stiču putem informalnog učenja, one se razvijaju u skladu sa individualnim praksama i preferencijama korisnika, a ne sistematski i ravnomjerno, što može voditi ka produbljivanju jaza participacije. Naime, pored digitalnog jaza koji upućuje na nejednakosti u pristupu digitalnom svetu, jaz participacije predstavlja rascjep između onih koji imaju i onih koji nemaju kompetencije da učestvuju u savremenim medijskim i kulturnim tokovima.

Kako bi se smanjivali digitalni i participativni jaz, pozivamo na donošenje javnih politika i unapređivanje obrazovnih praksi, s ciljem povećanja slobodne i kompetentne participacije, ne samo u kulturi već u svim društvenim procesima u današnjem umreženom društvu. Predlaže se razvoj fleksibilnih školskih kurikula u kojima bi MIP bila zastupljena kros-kurikularno u svim nivoima obrazovanja, kao i inoviranje obrazovnih metoda kroz oslanjanje na neke od informalnih strategija učenja koje su veoma rasprostranjene među mladima i djelotvorne za usvajanje novih znanja. Neke od najznačajnijih informalnih strategija razvoja MIP, poput učenja kroz rad, rješavanje problema, putem imitacije i simulacije, učešćem u igrama, mogu biti dobra podloga za inoviranje metodike formalnog obrazovanja. Konačno, na osnovu iskustava sa ovog projekta ističemo da je važno raditi na usavršavanju ljudskih resursa, prije svega kontinuirane nadogradnje znanja i vještina nastavnika i bibliotekara, kao glavnog oslonca MIP čitavog društva.

Oni koji vode te procese moraju biti svjesni da, ukoliko istinski žele dugoročna i održiva rješenja, ona moraju biti izvodiva i graditi koalicije ideja, stvarati sinergiju konstruktivnih snaga i raditi zajednički sa donosiocima odluka kako bi sve ostvareno bilo provedeno kroz javne politike, strategije, akcione planove.

Na osnovu iskustava sa ovog projekta sugeriramo da se region može posmatrati kao prošireni poligon za testiranje novih ideja i identifikovanje delotvornih praksi, podvlačeći da se kroz regionalnu saradnju može postići veća efikasnost u donošenju strategija i politika, reformi obrazovanja kao i općeg podizanja MIP. Naime, prostor nastao raspadom SFRJ i njegovo neposredno okruženje, i do sada je funkcionirao po principu spojenih posuda u svim sferama. U skladu sa tim, uporedni razvoj i integracija medijske i informacijske pismenosti je značajna sama po sebi, ali i za jačanje kolektivne otpornosti (i snage) društava i građana. Paralela se može povući i sa principima, razvojem i ostvarenjem ekonomskih,

socijalnih i kulturnih prava (Međunarodni pakt o ekonomskim, socijalnim i kulturnim pravima, UN 1996.)

Iz tog razloga, ističemo značaj saradnje akademske zajednice, ali i među-osviještenost ciljnih grupa i donosilaca odluka na razvoju MIP i društvene kohezije u komšijskim državama: Bosni i Hercegovini, Srbiji i Crnoj Gori. U budućnosti, sinhronizirani naponi konstruktivnih snaga koje imaju za cilj raditi na razvoju, jačanju i integraciji MIP i principa društvene kohezije, mogle bi koristiti usvojenu Deklaraciju o značaju MIP i DK (22.02.2021).

## V. PRILOZI

### PRILOG 1: Deklaracija o značaju medijske i informacijske pismenosti i društvene kohezije

*Smatrajući* da, prema principima izraženim u Povelji Ujedinjenih nacija, priznanje dostojanstva, koje je bitno za sve članove ljudske zajednice i njihovih jednakih i neotuđivih prava, predstavlja osnovu slobode, pravde i mira u svijetu;

*Vodeći* računa o činjenici da se informacijska, komunikacijska, medijska i obrazovna okruženja mijenjaju, stvarajući nove mogućnosti i izazove modernim društvima;

Mi, potpisnici ove Deklaracije, pozivamo sve društvene aktere na zajedničko djelovanje u promociji i realizaciji predstavljenih principa i zaključaka.

Kvalitet primljenih informacija uveliko utiče na naše odluke i postupke koji iz njih slijede, kao i na mogućnost svakog od nas da ostvaruje osnovna prava i slobode, te da samostalno odlučuje i doprinosi ličnom razvoju. Tehnološki napredak u telekomunikacijama podstaknuo je, kvalitativno i kvantitativno, razvoj medija i drugih dobavljača informacija od kojih građanke i građani stižu različita znanja i primaju brojne i značajne informacije, uz mogućnost da ih obrađuju i distribuiraju. Proizvodnja medijskih sadržaja danas više nije u rukama ograničene grupe profesionalaca, nego ih sada svako može generirati. Širom svijeta ljudi istovremeno kreiraju i žive u okruženju koje sve više definira konvergencija različitih medija, interaktivnost, umrežavanje i globalizacija. Stalni razvoj digitalnih tehnologija neprekidno mijenja parametre rada, slobodnog vremena, porodičnog života i društva. Važnost medija i mreže vršnjaka posebno se povećava kod mlađe populacije, koja veći dio odrastanja provodi izvan tradicionalnih okruženja za razvoj i učenje.

Takav napredak i razvoj prate i brojni izazovi koji zahtijevaju adekvatan društveni odgovor. Dobro informiran i obrazovan pojedinac predstavlja ključni element svakog društva i demokratskog procesa. Grupa znanja i vještina iz domena građanske pismenosti uključuje razvijenu medijsku i informacijsku pismenost i

potrebna je svakome. Razumijevanje digitalnih alata i tehnologija neodvojivo je od razumijevanja kompleksnog novomedijskog okruženja koje utiče na našu percepciju sebe (ko smo), naše međusobne odnose (kako se socijaliziramo), našu predstavu stvarnosti kao i naše interakcije u stvarnosti (kako djelujemo).

Medijska i informacijska pismenost odnosi se na kognitivne, tehničke, socijalne vještine i sposobnost građanki i građana da pristupaju, kritički ocjenjuju, koriste i doprinose informacijskim i medijskim sadržajima putem tradicionalnih i digitalnih informacijskih i medijskih platformi i tehnologija, uz razumijevanje kako te platforme i tehnologije djeluju, kako da prilikom njihovog korištenja upravljaju vlastitim pravima i poštuju prava drugih, kako da prepoznaju i izbjegnu štetne sadržaje i usluge, da svrsishodno koriste informacije, medijske sadržaje i platforme da bi zadovoljili svoje komunikacijske potrebe i interese kao pojedinci i kao pripadnici svojih zajednica, te da bi prakticirali aktivno i odgovorno učešće u tradicionalnoj i digitalnoj javnoj sferi i u demokratskim procesima. Drugim rečima, MIP kao skup sposobnosti koje osnažuju građane za pristup, preuzimanje, razumijevanje, procjenu i korištenje, stvaranje i dijeljenje informacijskih i medijskih sadržaja u svim formatima, pomoću različitih alata, na kritički, etički i efikasan način, osnova je za efikasnije učestvovanje i angažman građana u ličnim, profesionalnim i društvenim aktivnostima.

Istovremeno, digitalna podjela i dalje predstavlja značajan problem. Mnogi ljudi uopće nemaju pristup informacijama i medijima usprkos stalnom tehnološkom razvoju. Ipak, ograničenja se postavljaju na fizički pristup tehnologijama i mnogi ljudi nemaju potrebne vještine i razvijenu sposobnost kritičkog razmišljanja neophodnih za donošenje utemeljenih odluka i rješavanje problema u svakom aspektu života. Iz navedenog se oslikava samo dio značaja i potreba za medijskom i informacijskom pismenošću, te se, kako ističe Moskovska deklaracija o medijskoj i informacijskoj pismenosti (2012), za slobodno i efikasno korištenje informacija pojedinci, organizacije i društva trebaju unapređivati kontinuirano, u granicama svojih mogućnosti, samostalno i u saradnji s drugim državama prevazilaženjem i danas aktuelnih prepreka i izazova, kao što su:

- ograničeni kapaciteti, resursi i infrastruktura;
- cenzura, ograničene informacije u javnom domenu, komercijalizacija, privatizacija i monopolizacija informacija;
- nedostatak poštovanja kulturne i jezične raznolikosti;

- prekomjerne i neodgovarajuće zakonske prepreke za pristup, distribuciju i posjedovanje informacija;
- nedovoljno razvijena svijest o važnosti dugoročnog očuvanja informacija, naročito ličnih digitalnih informacija;
- nedostatak međusektorske i interdisciplinarnе saradnje među ključnim akterima (između bibliotekara i medijskih edukatora, između medija i akademskih organizacija, itd.).

Stoga, slijedeći najnoviju Seulsku deklaraciju o medijskoj i informacijskoj pismenosti za sve i od svih: Odbrana od dezinfodemije (2020), **MI, potpisnici ove Deklaracije, ističemo** da je medijska i informacijska pismenost (MIP) preduvjet održivog razvoja otvorenih, pluralnih, inkluzivnih i participativnih društava znanja, te građanskih institucija, organizacija, zajednica i pojedinaca koji čine ta društva. **Podvlačimo** značaj MIP-a za ostvarivanje 17 UN-ovih ciljeva održivog razvoja, Deklaracije UN-a o ljudskim pravima, kao i ciljeva koje promovira Svjetski samit o informacijskom društvu.

Nadalje, **medijska i informacijska pismenost podržava socijalnu koheziju** kao koncept razvoja društva koji je zasnovan na principima slobode, jednakosti i solidarnosti. Radi se o konceptu koji objedinjava i prihvata različita ideološka i historijska iskustva i omogućava društvima da tumače i prilagode principe socijalne kohezije sopstvenim potrebama i na taj način kreiraju vlastiti model napretka. Socijalna kohezija se u tom smislu pojavljuje kao imperativni koncept održivog razvoja savremenih društava, pa tako i društava Bosne i Hercegovine, Crne Gore i Srbije. Socijalna kohezija predstavlja stalni proces razvoja društva u cjelini, zajedničkih vrijednosti, zajedničkih podsticaja i jednakih prilika, zasnovanih na osjećanjima povjerenja, nade, društvene empatije i altruizma, te ravnopravnosti svih građana i građanki. U pitanju je odlika društva koja sve njegove članove povezuje kroz djelovanje posebnih stavova, ponašanja, pravila i ustanova nastalih kao proizvod saglasnosti, a ne prinude. Princip socijalne kohezije stvara društvo koje može obezbijediti blagostanje i dobrobit svim svojim članovima, ublažiti različite nejednakosti te izbjeći marginaliziranje pojedinaca ili društvenih grupa po bilo kojem osnovu. Kohezivna društva karakteriziraju snažni društveni odnosi i prepoznata usmjerenost na zajedničko dobro, na dobrobit svih.

**MI, potpisnici ove Deklaracije, prepoznajemo** značaj prethodnih inicijativa i postignutog napretka u razvoju MIP-a i polazimo od:

Koncepta medijske i informacijske pismenosti koji podržava UNESCO-ov integralni pristup te se zasniva na Deklaraciji o značaju medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini (2019);

Pozicijske studije o politikama i strategijama medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini (ver. 2.0 – 2020) koja definira Hibridni model višekomponentne integracije medijske i informacijske pismenosti;

Stava o javnim politikama i strategijama medijske i informacione pismenosti u Srbiji (2017); Strategije razvoja obrazovanja u Republici Srbiji do 2020. godine; Strategije razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020–2025; Strategije razvoja digitalnih vještina u Republici Srbiji za period od 2020. do 2024. godine.

Prethodnih međunarodnih dokumenta: Praške deklaracije "Prema informacijsko pismenoj zajednici" (2003); Aleksandrijske objave "Svjeticionici informacijskog društva" (2005); Fez deklaracije o medijskoj i informacijskoj pismenosti (2011); preporuke IFLA-e o medijskoj i informacijskoj pismenosti (2011); Moskovske deklaracije o medijskoj i informacijskoj pismenosti (2012); Pariske deklaracije o medijskoj i informacijskoj pismenosti u digitalnom dobu (2014), Seulske deklaracije o medijskoj i informacijskoj pismenosti za sve i od svih: Odbrana od dezinfodemije (2020); Digitalne agende za Zapadni Balkan Evropske komisije (2018); kao i UNESCO Smjernica za razvoj politika i strategija MIP (2013).

U skladu s tim, **MI, potpisnici ove Deklaracije, pozivamo na:**

- 1) INTENZIVIRANJE SARADNJE SVIH AKTERA DRŽAVE I DRUŠTVA s ciljem donošenja te kvalitetne primjene neophodnih dokumenata za RAZVOJ MEDIJSKE I INFORMACIJSKE PISMENOSTI.
- 2) ODREĐIVANJE JAVNIH TIJELA KOJA ĆE IMATI KOORDINACIONU ULOGU U IMPLEMENTACIJI POLITIKA I STRATEGIJA MEDIJSKE I INFORMACIJSKE PISMENOSTI.
- 3) HARMONIZIRANJE SEKTORA FORMALNOG OBRAZOVANJA S CILJEVIMA MEDIJSKE I INFORMACIJSKE PISMENOSTI, zajedno s gr-

adnjom kapaciteta onih koji će implementirati te politike u obrazovnoj praksi, kao i osnaživanjem interdisciplinarnih akademskih programa.

4) RAZVOJ MEDIJSKE I INFORMACIJSKE PISMENOSTI ZA ODRASLE U KONTEKSTU NEFORMALNOG I CJELOŽIVOTNOG UČENJA, da bi se izgradilo okruženje za kontinuirani razvoj potrebnih vještina za aktivno građanstvo i zapošljavanje.

5) JAČANJE ULOGE BIBLIOTEKA i drugih baštinskih ustanova kao ključnih aktera u procesu cjeloživotnog učenja i obrazovanja, posebno učenja uz podršku novih medija i tehnologija, kao i prenošenja znanja MIP-a širokim korisničkim zajednicama.

6) PREPOZNAVANJE ORGANIZACIJA CIVILNOG DRUŠTVA kao partnera u procesima razvoja strategija i politika medijske pismenosti, te razvijanje saradnje između javnog i civilnog sektora u analizama politika, konsultacijama, definiranju pravaca strateškog razvoja i implementiranju edukacionih projekata.

7) DIZAJNIRANJE INICIJATIVA OTVORENOG UČENJA I IZGRADNJU ZAJEDNICE POVJERENJA U INFODEMIJSKOM OKRUŽENJU POSTČIJENIČNOG DRUŠTVA.

8) PODRŽAVANJE INOVATIVNIH AKCIONIH ISTRAŽIVANJA I UČENJA ZA DRUŠTVENU KOHEZIJU I INTERKULTURALNI DIJALOG EKSPERIMENTIRANJEM U LABORATORIJAMA PISMENOSTI BUDUĆNOSTI s ciljem osnaživanja kapaciteta za imaginaciju novih rješenja korištenja budućnosti.

9) PRIMJENU PRINCIPA SOCIJALNE KOHEZIJE, navedenu u dokumentima UN agencija i EU, a posebno osnaživanje društvenih veza i zajedničkih vrijednosti koje su bazirane na dobrobiti i blagostanju svih članova društva, te smanjenju nejednakosti i socijalne isključenosti.

Sarajevo, Podgorica, Beograd - 22. 2. 2021. godine



**PRILOG 2: Radionice medijske i informacijske pismenosti**

	NAZIV	DRŽAVA	DATUM	MJESTO	CILJNA GRUPA/SKUPINA
1.	Interaktivna radionica „Interkulturalni dijalog“	BiH	21.09.2019.	Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu	Nastavnici i bibliotekari iz Kantona Sarajevo
2.	Interaktivna radionica „Interkulturalni dijalog“	BiH	28.09.2019.	Filozofski fakultet Univerziteta u Istočnom Sarajevu	Nastavnici i bibliotekari iz Istočnog Sarajeva
3.	Interaktivna radionica „Uloga medija u promociji i razvoju medijske i informacijske pismenosti“	BiH	25.10.2019.	Sarajevo	Novinari i urednici iz Sarajeva
4.	Interaktivna radionica „Uloga medija u promociji i razvoju medijske i informacijske pismenosti“	BiH	16.11.2019.	Banja Luka	Novinari i urednici iz Banja Luke
5.	Interaktivna radionica „Uloga medija u promociji i razvoju medijske i informacijske pismenosti“	BiH	29.11.2019.	Mostar	Novinari i urednici iz Mostara
6.	Interaktivna radionica „Jačanje kapaciteta nastavnika i bibliotekara u promicanju kulturne raznolikosti, međukulturalnog dijaloga i tolerancije kroz MIL	BiH	01.12.2020.	Online (Zoom)	Nastavnici i bibliotekari iz Zeničko-dobojskog kantona

7.	Interaktivna radionica „Jačanje kapaciteta medija za promociju medijske i informacijske pismenosti i pozitivnog pripovijedanja“	BiH	08.12.2020.	Online (Zoom)	Novinari i urednici iz Zenice i Tuzle
8.	Webinar „Značaj medijske i informacijske pismenosti za realizaciju online nastave„	BiH	10.12.2020.	Online (Zoom)	Nastavnici, bibliotekari i odgajatelji u Kantonu Sarajevo
9.	Interaktivni trodnevni vebinar „Medijska i informaciona pismenost vs. dezinformacije, stereotipi i predrasude“	Crna Gora	26. - 28.11. 2020.	Online	Novinari i urednici medija iz Crne Gore
10.	Ekspertska radionica	Crna Gora	03.12.2020.	Online	Projektni timovi i medijski eksperti iz Srbije, BiH i Crne Gore
11.	Interaktivni trodnevni vebinar „Medijski opismenjeni predavači - preduslov za kvalitetno obrazovanje zumera i generacije alfa“	Crna Gora	28. - 29.01. 2021.	Online	Nastavnici osnovnih i srednjih škola iz Crne Gore
12.	Interaktivna radionica „Sigurno surfovanje“	Crna Gora	11.03.2021.	Online	Djeca osnovnoškolskog uzrasta iz Crne Gore
13.	Trodnevna interaktivna radionica „Medijska i informacijska pismenost u funkciji razvoja kritičkog mišljenja i javnog zagovaranja mladih“	Srbija	12-14.10. 2020.	Online (Zoom)	Studenti društvenih nauka Univerziteta u Beogradu, Univerziteta u Novom Sadu, Univerziteta u Nišu

Regionalni osvrt na razvoj i integraciju medijske i informacijske pismenosti

14.	Stručni skup/webinar „Jačanje kapaciteta nastavnika/bibliotekara za promociju kulturne raznolikosti, međukulturalnog dijaloga i tolerancije kroz medijsku i informacijsku pismenost“: Uloga komunikacije u međukulturalnom dijalogu i antidiskriminativne politike u Srbiji	Srbija	02.11. 2020.	Online (Zoom)	Nastavnici/bibliotekari osnovnih, srednjih stručnih škola, gimnazija, muzičkih i škola za specijalnu edukaciju iz 40 gradova u Srbiji
15.	Stručni skup/webinar „Jačanje kapaciteta nastavnika/bibliotekara za promociju kulturne raznolikosti, međukulturalnog dijaloga i tolerancije kroz medijsku i informacijsku pismenost“: Promovisanje raznolikosti i jednakosti i prevencija širenja nasilnog ekstremizma među mladima	Srbija	09.11.2020	Online (Zoom)	Nastavnici/bibliotekari osnovnih, srednjih stručnih škola, gimnazija, muzičkih i škola za specijalnu edukaciju iz 40 gradova u Srbiji
16.	Stručni skup/webinar „Jačanje kapaciteta nastavnika/bibliotekara za promociju kulturne raznolikosti, međukulturalnog dijaloga i tolerancije kroz medijsku i informacijsku pismenost“: Diskusija kao put do tolerancije i uloga digitalnih medija u obrazovanju	Srbija	16.11.2020	Online (Zoom)	Nastavnici/bibliotekari osnovnih, srednjih stručnih škola, gimnazija, muzičkih i škola za specijalnu edukaciju iz 40 gradova u Srbiji

17.	Podcast emisije „Jačanje kapaciteta medija za promociju medijske i informatičke pismenosti i jačanje pozitivnog pripovedanja“: Šta su lažne vesti i kako ih prepoznati u medijima?	Srbija	23.10.2020.	Online podcast (YouTube)	Podcast publika (studenti, novinari)
18.	Podcast emisije „Jačanje kapaciteta medija za promociju medijske i informatičke pismenosti i jačanje pozitivnog pripovedanja“: Kako novinari prepoznaju potrebe publike (upotreba meta podataka u kreiranju sadržaja)	Srbija	27.10.2020.	Online podcast (YouTube)	Podcast publika (studenti, novinari)
19.	Podcast emisije „Jačanje kapaciteta medija za promociju medijske i informatičke pismenosti i jačanje pozitivnog pripovedanja“: Budućnost pozitivnog pripovedanja u Srbiji	Srbija	06.11.2020.	Online podcast (YouTube)	Podcast publika (studenti, novinari)
20.	Podcast emisije „Jačanje kapaciteta medija za promociju medijske i informatičke pismenosti i jačanje pozitivnog pripovedanja“: Izazovi medijskog izveštavanja tokom krize	Srbija	13.11.2020.	Online podcast (YouTube)	Podcast publika (studenti, novinari)
21.	Interaktivna radionica „Šta su lažne vesti i kako novinari prepoznaju potrebe publike“	Srbija	04. 12. 2020.	Online (Zoom)	Urednici/novinar i iz medijskih kuća iz Srbije i srpskih medija u dijaspori

Regionalni osvrt na razvoj i integraciju medijske i informacijske pismenosti

22.	Interaktivna radionica „Budućnost pozitivnog pripovedanja u Srbiji i izazovi medijskog izveštavanja tokom krize“	Srbija	07.12.2020.	Online (Zoom)	Urednici/novinar i iz medijskih kuća iz Srbije i srpskih medija u dijaspori
23.	Regionalna tematska dijaloška platforma „Značaj medijske i informacione pismenosti za socijalnu koheziju i dijalog između Bosne i Hercegovine, Crne Gore i Srbije“	Srbija	22.02. 2021.	Online (Zoom)	Predstavnici UN-a, UNESCO-a, projektni timovi iz Bosne i Hercegovine, Srbije i Crne Gore, učesnici radionica koje su održane sve tri zemlje

## VI. AUTORSKI I PREDMETNI REGISTAR

### A

**Adilović, E.** 19, 39, 43, 47  
*advertising literacy* 78  
**Agencija za elektronske medije** 148, 150, 172, 174,  
**ALA** (American Library Association) 98  
**Albertazzi, D.** 134  
*algorithmed journalism* 141  
**algoritmi** 16, 47-48, 62, 63, 126, 140, 143, 156-157  
    definicija 61  
**algoritmizacija** 141  
**Alternativa za Njemačku** (politička partija) 134  
**Amdam, S.** 80-81  
**analitika publike** 130, 141-143  
**Andevski, M.** 92  
**aplikacija** 61, 64, 93, 111, 139, 184  
    Screen Time 158  
**Arsenijević, J. M.** 92  
**Asocijacija nezavisnih elektronskih medija** 87, 89  
**Aufderheide, P.** 77, 80  
**automatizacija novinarstva** 140

### B

**B92** (radio stanica) 85  
**Bacchi, C.** 102-104  
**Bakić, S.** 25, 30  
**Bakrač, V.** 167-168  
**Bartoli, A.** 26-27  
**Bašić, G.** 121  
**Bašić, S.** 41  
**baza podataka** 82  
**BBC** (British Broadcasting Corporation) 58  
**BBC iReporter** (kompjuterska igrica)  
**Belingcat** (medijska organizacija) 54

**Berns Lee, T.** 39  
**Beširović, B.** 98  
**biblioteka** 22, 31, 44, 89  
*Biblioteka plus* (organizacija) 88  
**bibliotekar(i)** 14-15, 19-23, 30-31, 35-37, 40-41, 43-44, 88, 94-95, 112-115, 185  
**bibliotekarstvo** 43  
*Big Data* 63, 142  
**bioinformacijski kapitalizam** 65  
**Blagojević, M.** 167-168  
**Bobba, G.** 134  
**Boczkowski, P. J.** 143  
**Bogdanić, A.** 53  
**Bounegru, L.** 140  
**Buckingham, D.** 78  
**Bugarski, R.** 135  
**Bunce, M.** 142

### C

**Capurro, R.** 64  
**CEDEM** (Centar za demokratiju i ljudska prava) 149, 181-182  
**Ceković, E.** 172  
**Centar za istraživanje informacionih tehnologija** (CePit) 87  
**Centar za medijska istraživanja i trening** 149  
**cenzo** 156, 188  
**Chambers, L.** 140  
**Chapman, J.** 53  
**Chartbeat** (kompanija) 141  
**Choi, S. H.** 124-125  
**civilno društvo** 34, 74, 118, 184  
    organizacije 15, 86, 92, 118, 149, 191  
**cjeloživotno učenje** 13, 15, 19, 149, 191  
**clickbait**  
    naslovi 95, 143  
    novinarstvo 50  
**Coleman, A. B.** 26-27  
**Colgate** (kompanija) 34

**Couldry, N.** 139

**COVID-19 pandemija** 20, 50-52, 70, 81, 93, 95, 98, 112, 129, 131, 136, 148, 154, 183-184

**Cragin, K.** 123

## Č

**čuvari kapija** 47, 130, 183 *vidi: gatekeeperi*

## Ć

**Ćurak, N.** 39, 42

## D

**Daglas, M.** 80, 135

**Danas** (dnevni list) 131

*data novinarstvo* 54, 140

**datafikacija**

definicija 138

efekti 138, 140, 143-144

**DeFacto** (agencija) 182

**Deklaracija o značaju medijske i informacijske pismenosti i društvene kohezije** 186

**deep fake sadržaji** 81

**Deuze, M.** 136

**dezinformacija(e)** 47-48, 58, 71-72, 81, 89, 95, 128-129, 148, 150-152, 154, 155,

*vidi: infodemija*

definicija 156

**dezinformacijske mreže** 72

**Dick, J.** 15

**Dietrich, G.** 109 *vidi: PESO model*

**Digitalna agenda Srbije** 86

**digitalna ekologija** 16

**digitalna pismenost** 78, 80, 87

**digitalna transformacija** 13, 17, 64, 183

**digitalne**

kompetencije 80

tehnologije 47, 49, 72, 93, 139, 157, 189

**digitalni**

jaz 37, 185

otisak 62, 141

storytelling 69

**digitalni altruizam** 32

**digitalni mediji** 47, 49, 61, 65, 78, 81, 95, 125, 128, 160, 165, 184, 194

**Digitalni pogon** (projekat)

**digitalno stanje** 63-64

**Direktiva o audiovizuelnim uslugama** (Directive 2007/65/EC) 77

**Doniraj Diplomiraj** (kampanja) 100

**dotcom kapitalizam** 39

**društvene mreže** 30, 134, 147, 155, 157

Facebook 72, 109, 147, 157

Instagram 109

LinkedIn 109

Snapchat 109

Twitter 109, 155

**društvo znanja** 13

**Dudić-Sijamija, A.** 19, 30, 47

## Đ

**Đorđević, B.** 102

## E

**eho komora** 126

**Ercan, S. A.** 117

**Erstad, O.** 80-81

**etnokulturni pluralizam** 179-180

**evidence-based policy** 103

**Evropska komisija** 173, 190

**Evropska konvencija o ljudskim pravima** 167

**Evropska unija** 77, 86, 88, 120, 133, 136

## F

**Fakultet političkih nauka Univerziteta Crne Gore** 149-151

**Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu** 98, 100, 112, 128-129, 131, 193

**Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu** 14, 16, 19-20, 23, 48, 98, 112, 192

**farme portala** 72

feministička pedagogija 43-44  
 feministička teorija 78  
 Ferrer-Conill, R. 142  
 FIFA (Fédération Internationale de Football Association) 34  
 filmska pismenost 78  
 Fond za podsticanje pluralizma i raznovrsnosti medija 180  
 Frau-Meigs, D. 80-81  
 Fürsich, E. 133-134, 136

## G

Gallager, M. 79  
*gatekeeperi* 55, 142  
 Gerbner, G. 81  
 Global Girl Media (inicijativa) 57  
 globalno selo 16, 54  
 Google AdSense (platforma) 72  
 Google generacija 28  
 Google reverse image search 158  
 govor mržnje 32, 34, 55, 93, 124, 135-136  
 Gozdecka, D. A. 117  
 građansko novinarstvo 55  
 Gray, J. 140  
 Grunwald, H. A. 162  
 Guardian (dnevni list) 57

## H

Hamburger, E. 125  
 Hassan, G. 126  
 Hellmueller, L. 136  
 Hibert, M. 61  
 hibridni model višekomponentne integracije 13-15, 93, 190  
     horizontalna integracija 14  
     vertikalna integracija 14  
 hipertekstualnost 107  
 Hobs, R. 79  
 Hooks, B. 43  
 Huguet, A. 79

## I

ideološki aparati 39

IFLA (International Federation of Library Associations and Institutions) 190

infodemija 150, 152, 154, 190

informacije

dijeljenje 44  
 etičko korištenje 13, 78  
 kreiranje 44  
 pretraživanje 44  
 prikupljanje 14, 63

informacijska

etika 16, 64  
 kompetencija 22, 44  
 potreba 65, 129  
 prezasićenost 64

informacijska pismenost 13

definicija 27-28  
 i etika 16

informacijski stručnjaci 40, 43

informacijsko društvo 16, 25

informacijsko-komunikacijske tehnologije (IKT) 16-17, 25-26, 39, 51, 86

Institut za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka

Univerziteta u Sarajevu 14, 19-20, 23, 48, 98, 112

Institut za medije Crne Gore 148-149

Institut za otvoreno društvo – Sofija 147

intelektualne slobode 32

interkulturalizam 30, 33

interkulturalna inteligencija 37

interkulturalna osjetljivost 20, 27, 37

interkulturalni dijalog 20, 22-23, 25-37, 40, 44, 113-115, 152, 191

Internet 16, 25-26, 33, 47, 54, 65, 82, 86, 92, 94, 97, 109, 128-129, 141, 143-144, 147-148, 157-158, 171, 174-175, 183-184

bezbjednost i privatnost 89

komercijalizacija 87

sadržaji 125

internet pretraživači 142

intrizična motivacija 40

IoT (internet stvari) 64



**IPSOS** (agencija) 148, 174  
**ishodi učenja** 14, 31, 42

## J

**Jagers, J.** 134  
**Jakšić, B.** 120  
**Janković, M.** 105  
**javna sfera** 34, 54, 65, 87, 93-94, 143, 165, 167, 188  
**javne politike** 13, 79, 94, 97-99, 102-106, 185, 190  
**javni interes** 105  
**Javni servis Srbije** 114  
**javno mnijenje** 69, 72, 85,  
**javno zagovaranje** 87, 94, 97-98, 108, 110  
    definicija 107  
**javno-privatno partnerstvo** 104-105  
**jednak pristup** (kampanja) 100  
**Jezik, mediji i kultura** (izborni predmet)  
**Joler, V.** 63  
**Jovanović, Ž.** 97

## K

**kapitalizam, bioinformacijski** *vidi: bioinformacijski kapitalizam*  
**Keen, A.** 47  
**Kellner, D.** 78, 80  
**Kerr, P.** 125  
**Kickstarter** (kompanija) 58  
**Kingsland, E.** 44  
**Kishimoto, S.** 105  
**Kmak, M.** 117  
**kognitivna psihologija** 78, 80  
**kompetencije**  
    digitalne 79  
    interkulturanog dijaloga 25, 28, 32  
    kroskurikularne 79, 90  
    medijske i informacijske međupredmetne *vidi: kroskurikularne*  
    nastavnog kadra 87

pismenosti 13, 15, 18, 22, 42-43, 184  
trans-medijske 92

**kreativne industrije** 79  
 **kritička medijska pismenost** 80  
 **kritičko mišljenje** 16, 27-28, 32, 40, 42, 74, 94, 98, 126, 128-129, 150, 156  
 **kritička pedagogija** 43, 80  
 **kulturna raznolikost** 19-21, 78, 112, 114-115, 117, 136, 188  
 **kurikulum** 30, 71, 143  
    skriveni 41  
    školski 42, 117, 185  
 **Kuzmanović, D.** 92  
 **Kymlicka, W.** 156

## L

**lažne informacije** 48, 50, 72, 129  
 **lažne vijesti** 57, 81, 93, 95, 126, 128-129, 131, 136, 147, 150 *vidi: lažne informacije*  
    definicija 156  
 **lažni mediji** 48, 72  
 **Lee, A.** 81  
 **Loosen, W.** 139-140

## LJ

**Ljubić, T.** 150, 154  
 **ljudska prava** 16, 33, 149, 166-167, 184, 189

## M

**manjinske grupe** 29, 116-119, 136  
 **Manovich, L.** 65  
 **Marten, L.** 134  
 **Martinoli, A.** 107  
 **Masačusets Institut za Tehnologiju** 153  
 **mašinsko učenje** 61-63  
 **Matović, M.** 85, 92  
 **McChesney, W. R.** 82  
 **McDonnell, D.** 134  
 **MEC** (Medijski edukativni centar) 86, 88  
 **Mediacentar** 147-148  
 **mediji**

- civilnog sektora 140
- društvena uloga 16, 142
- funkcije 128
- kao institucije građanstva 90
- konvergencija 81, 187
- masovni 55, 133, 162
- negativan uticaj 80
- pristupanje 173
- profesionalni 55-56
- tehnike pripovijedanja 69-70
- teorije 79
- medijska i informacijska pismenost**
  - istraživanje kompetencija 19
  - promocija 47-48, 56, 74
  - radionice 20, 51,
  - razumijevanje 16, 37, 183
  - strategije i politike 15
  - vještine i znanja 44
- medijska koalicija** 87, 89
- medijska pismenost**
  - definicija 13
  - izborni predmet 149
  - kritička *vidi: kritička medijska pismenost*
- Medijske studije i novinarstvo**  
(studijski program) 149
- medijski sadržaji**
  - analitički pristup 89
  - analiza 16, 56
  - interpretacija 29
  - kritička analiza 32
  - pristrasni 71, 156
  - produkcija 32, 57
- medijsko obrazovanje** 29, 57, 77-82, 85-86, 92
- međukulturalni dijalog** *vidi: interkulturalni dijalog*
- Međunarodna neprofitna organizacija IREX** 89, 156
- međureligijski dijalog** 152
- metapodaci** 63, 129, 131, 139
  - algoritamsko prikupljanje 62
- metrika publike** 141-142
- migranti** 36, 103, 133-134
- Milić, K.** 97, 112, 128, 133
- Milojević, A.** 112, 128, 139, 184
- Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja u Republici Srbiji** 95
- Minkenberg, M.** 134
- Miroshnichenoko, A.** 66
- mirovna pedagogija** 39, 41-44
- Mitchelstein, E.** 143
- Mitrović, M.** 85, 97
- Montal, T.** 141
- Moskovska deklaracija o medijskoj i informacijskoj pismenosti** 188, 190
- Mudde, C.** 134
- Mujagić, N.** 40-41
- multikulturalizam** 33, 114, 117, 50, 152, 179
- multimedijalna pismenost** 78
- N**
  - Nacionalni front** (politička partija) 134
  - nasilni ekstremizam** 122, 126
    - prevencija 94, 114-115, 122, 124-125
  - nastavni**
    - materijali 113
    - planovi i programi 28
    - predmeti 125
    - proces 88
    - sadržaji 40, 113
  - netizeni** 40, 64
  - Neumann, P.** 122
  - New York Times** (dnevni list) 57
  - news literacy** 78, 81
  - Nezavisno društvo novinara Vojvodine** 87, 89, 130
  - Nezavisno udruženje novinara Srbije** 87, 89
  - NNŠ** (Novosadska novinarska škola) 87-89
  - novinar(i)**
    - uloga u MIP promociji 53, 56, 74, 128
  - novinarski žanr** 159, 166
  - novinarstvo** 50
    - građansko *vidi: građansko*

- novinarstvo*  
profesionalno *vidi: profesionalno novinarstvo*  
temeljni principi 73-74  
usmjereno na rješenja 51-52, 70, 95, 131
- Nuttall, N.** 53
- O**
- Obradović, N.** 85, 97
- obrazovanje**  
formalno 40, 77, 85-86, 88, 112, 113, 115, 126, 167, 185, 190  
neformalno 85, 113, 149
- obrazovanje za mir** 39, 41, 122
- odlučivanje**, automatizirano 63
- odluke**, donošenje 13, 32, 53, 154-155
- onliife** 64
- online portal** 130, 155
- OSCE** (Organization for Security and Co-operation in Europe) 124-125
- Özerdem, A.** 123
- P**
- pristup informacijama** 13, 188
- Povelja Ujedinjenih nacija** 187
- Pariser, E.** 157
- Parse.ly** (platforma) 141
- Podder, S.** 123
- PESO model** (Paid – Earned – Shared – Owned) 109
- Pravilnik o programskim standardima u elektronskim medijima** 174
- prozumeri** 64
- psihologija, kognitivna** *vidi: kognitivna psihologija*
- Puchner, L.** 79
- Pigeon, M.** 105
- Pasquinelli, M.** 63
- politička teorija** 102
- profesionalno izvještavanje** 50
- Popov-Momčinović, Z.** 30
- pedagog** 36, 80
- Popadić, D.** 92
- Pavlović, Z.** 92
- Petrović, D.** 92
- pedagogija** 43  
kritička *vidi: kritička pedagogija*
- Peters, M. A.** 65
- PC** (politička konkretnost) 33
- profesionalno novinarstvo** 73
- Piršl, E.** 25
- podatak** 43, 51, 54, 61-62, 81, 139-140, 144, 148, 175  
prikupljanje 63
- Poel, T.** 15
- Prekobrajni čas** (emisija)
- pozitivno pripovijedanje** 47-49, 69-71, 95, 129, 131  
S.T.A.R. tehnika (Something They'll Always Remember) 70
- pristrasno izvještavanje** 49, 67, 71
- Pasqualle, F.** 65
- platformsko društvo** 15
- Poter, Dž.** 78, 80
- politika** 54, 114  
antidiskriminatorne 114  
javna *vidi: javne politike*  
kulturna 30  
obrazovna 40, 43  
podjela 41
- Politika** (novine) 85
- Prelević, D.** 133
- Perković, M.** 85
- Pokret pet zvjezdica** (partija) 134
- postmultikulturalizam** 117
- R**
- religija** 26, 150, 168-169  
institucionalizacija 169
- Religija i tolerancija** (časopis) 162, 168,
- religijska pismenost** 160
- radikalizacija
- Rečević, T.** 122
- Ritam srca** (emisija)
- Ricaurte, P.** 66
- Ramasubramanian, S.** 79

**Raskrinkavanje.ba** (portal) 71  
**Raskrinkavanje.rs** 130-131  
**responzibilizacija subjekata** (metod) 105  
**S**  
**Salmon, C.** 69  
**Savet za štampu** 130-131  
**Savjet Evrope** 135  
**Schafer, M. T.** 139  
**Scharrer, E.** 79  
**SFRJ** (Socijalistička Federativna Republika Jugoslavija) 161-162, 185  
**Share, J.** 78, 80, 83  
**Siapera, E.** 136  
**Siegel, D.** 155  
**Silajdžić, L.** 47, 69  
**Singh, J.** 125  
**Slobodarska stranka** (partija) 134  
**Slušaonica** (radijska emisija) 129  
***Snopes*** (sajt) 55  
**sociologija** 78, 125  
***solution journalism*** 51, 70, 95, 131  
**Solutions Journalism Network** (organizacija) 70  
**Solutions Journalism Toolkit** (alat) 71  
**Song, S.** 116  
**Spahić, E.** 98  
**Srnicek, N.** 66  
**Stamenković, A.** 92  
**Stevanović, V.** 128  
**Stewart, J.** 135  
**Stoeckel, D.** 116  
**Stojmenović, N.** 105  
**studenti** 14, 94, 98, 99, 100, 129, 131, 149, 160  
**super-diverzitet** 116  
**Svrkota, J.** 147  
**Š**  
**Šušnjić, Đ.** 168  
**Šobe, F.** 134

**T**  
**TED** (medijska organizacija) 69  
***Temе*** (časopis) 162  
**teorije zavjere** 55, 71, 81, 93, 124, 147-148  
**Terranova, T.** 63  
***Time*** (magazin) 162  
**Tineye** (digitalni alat) 158  
**tradicionalni mediji** 72, 78, 129, 152, 175  
**transpismenost** 81  
***treći prostor*** 43  
**Tubbs, S.** 25  
**Turing, A.** 61  
**U**  
**učenici** 16, 22-23, 35, 40, 44, 57, 88, 112, 149  
**učenje**  
**učenje za digitalno doba** 16  
**Udruženje novinara Srbije** 87, 89, 130  
**Ugrinić, A.** 92, 112, 128  
**umjetna inteligencija** *vidi: vještačka inteligencija*  
**UN** (United Nations) 120, 186, 191  
**UNDP** (United Nations Development Programme) 150  
**UNESCO** (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) 13, 30, 112, 125, 128, 150, 190  
     medijsko obrazovanje 77  
     program obuke nastavnika 15-16  
**UNICEF** (United Nations Children's Fund) 148, 150, 172, 174-175  
**United Colors of Benetton** (kompanija) 34  
**Univerzitet Crne Gore** 160, 179, 147  
**Univerzitet u Beogradu** 98, 112, 128, 131  
**Upravni odbor Nezavisnog društva novinara** 131  
**urednik** 48, 50, 74, 95, 130, 162, 167, 170  
**Usher, N.** 142

**Ustav Svjetske zdravstvene organizacije** 105

## V

**Vaidhyanathan, S.** 63

**Vajzović, E.** 13, 16-17, 19, 183

**Valić-Nedeljković, D.** 160-162, 166

**Van Es, H.** 139

**Van Zoonen, L.** 78

**veliki podaci** *vidi: dig data*

**Vergani, M.** 123

**Vertovec, S.** 117

**Viber** (aplikacija) 57, 109

**Villaverde, L. E.** 43

**vještačka inteligencija** 16, 39, 61, 63, 140, 158

**vođeno istraživačko učenje** 44

**vrednovanje informacija** 13, 44, 98, 148

**vršnjačko nasilje** 23

**Vučetić, V.** 53, 58

**Vuković-Ćalasan, D.** 179

## Z

**Zaborowski, R.** 136

**Zakon o crkvama i verskim zajednicama** 161

**Zakon o javno-privatnim partnerstvima** 104

**Zakon o medijima** 180

**Zakon o nacionalnom javnom emiteru**

**Radio i Televizija Crne Gore** 181

**Zakon o zabrani diskriminacije** 119

**Zamith, R.** 141-143

**Zavod za unapređivanje obrazovanja i vaspitanja RS (ZUOV)** 87-88, 95

**Zhang, X.** 136

**znanje**

prijenos 148

zablude 28

**Zuboff, S.** 165

## W

**Waal, M.** 15

**WASP** (White Anglo-Saxon Protestant) 33

**World Wide Web** 39

**WhatsApp** (aplikacija) 57

**Waisbord, S.** 134

**Wirth, W.** 134

**Walgrave, S.** 134

## Y

**Yandex** (digitalni alat) 158

**YouTube** 50, 109, 129, 157

**Yu, J.** 139

## POPIS TABELA, GRAFIKONA I ILUSTRACIJA

Ilustracija 1: Civiliziranje konflikta	44
Ilustracija 2: Prikaz kruga proizvodnje medijskih sadržaja i četiri oblika datafikacije novinarstva	140

## BIOGRAFIJE

**Emir Vajzović** je docent na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. Rođen je 1977. godine u Sarajevu. Studirao je u Francuskoj i SAD-u. Diplomirao je na Odsjeku žurnalistike/komunikologije Fakulteta političkih nauka u Sarajevu, te stekao zvanje diplomiranog kriminaliste na Fakultetu za kriminalistiku, kriminologiju i sigurnosne studije Univerziteta u Sarajevu. Magistrirao na Evropskom regionalnom programu iz ljudskih prava i demokratije pri Centru za interdisciplinarne postdiplomske studije Univerziteta u Sarajevu i Univerziteta u Bologni. Doktorirao je na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu iz oblasti političkih nauka. Izabran je u zvanje docenta na naučnoj oblasti sigurnosnih i mirovnih studija. Organizator je i učesnik u brojnim domaćim i međunarodnim konferencijama iz oblasti Medijska i informacijska pismenost, informacijska i cybersigurnost, sloboda medija isloboda izražavanja; demokratija, mediji i ljudska prava; prava djeteta; strategija i uvođenje digitalne televizije; regulacija sektora komunikacija; međunarodna zajednica i euroatlantske integracije; nacionalna sigurnost i demokratski nadzor sektora sigurnosti; mirovne studije. Kao voditelj projekata i/ili glavni istraživač ima više od 20 projektnih godina iskustva u međunarodnim i domaćim naučnoistraživačkim projektima. U svom naučnoistr-aživačkom i akademskom radu, primijenjuje multidisciplinarni pristup razumije-vanju kompleksnosti digitalne transformacije društva, obrazovanja, medija, po-litike i sigurnosti. Rukovodilac je Instituta za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka u Sarajevu i voditelj projekata iz oblasti medijske i informacijske pismenosti (2017-2020, UNESCO, UNICEF, EU).

**Ana Milojević** je docent na Fakultetu političkih nauka, Univerziteta u Beogradu. Anagažovana je na odseku za Novinarstvo i komunikologiju, gde predaje Informaciono-komunikacione sisteme, Uporedne medijske sisteme, Komunikologiju, Medije, komuniciranje i društvo, kao i Analizu sadržaja. U istraživačkom radu se fokusira na izazov koji razvoj digitalnih komunikacionih tehnologija predstavlja za demokratsku ulogu medija u društvu, razmatrajući promene u novinarskim kulturama, posebno odnos prema publici, kao i fenomene lažnih vesti i polarizacije u medijskim sistemima. Svoj predavački i istraživački rad usmerava na razume-vanje procesa demokratizacije u hibridnim medijskim sistemima, kao i na razvoj medijske i informacione pismenosti u tom kontekstu. Urednica je

nekoliko publikacija, autorka i ko-autorka brojnih poglavlja u zbornicima kao i radova u časopisima, uključujući *International journal of Communication*, *European journal of Communication and Journalism*.

**Nataša Ružić** je vanredni profesor na Fakultetu političkih nauka Univerziteta Crne Gore. Osnovne i magistarske studije je završila na državnom Univerzitetu „Дружба народов“ na studijskom programu Novinarstvo u Moskvi. Doktorsku disertaciju odbranila je u novembru 2010. godine na Fakultetu političkih nauka u Podgorici. U septembru 2011. godine izabrana je u zvanje docenta, a u martu 2017. godine u zvanje vanrednog profesora. Angažovana je na predmetima Uvod u novinarstvo, Istorija novinarstva i medija, Novinarska etika, Radio novinarstvo i Mediji i javnost.





Ostali naslovi iz edicije  
**Medijska i informacijska pismenost**



Emir Vajzović, ur.  
**Medijska i informacijska pismenost:  
Istraživanje i razvoj**

2020.

Emir Vajzović, Mario Hibert,  
Lejla Turčilo, Vuk Vučetić,  
Lamija Silajdžić  
**Medijska i informacijska  
pismenost: Dizajn učenja za  
digitalno doba**

2021.



Emir Vajzović i Mario Hibert  
**Odrastanje učenja:  
Društvo, kultura, religija u digitalnom dobu**

2021.

Potražite online na: <https://fpn.unsa.ba/b/medijska-i-informacijska-pismenost/>

## UPUTE ZA CITIRANJE

### CHICAGO (16):

Vajzović, Emir, Ana Milojević, i Nataša Ružić, ur. 2021. *Regionalni osvrt na razvoj i integraciju medijske i informacijske pismenosti*. Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. Pristupljeno: [dan.mjesec.godina] [https://fpn.unsa.ba/b/wp-content/uploads/2021/06/REGIONALNI-OSVRT-NA-RAZVOJ-I-INTEGRACIJU-MEDIJSKE-I-INFORMACIJSKE-PISMENOSTI\\_e-izdanje-1.pdf](https://fpn.unsa.ba/b/wp-content/uploads/2021/06/REGIONALNI-OSVRT-NA-RAZVOJ-I-INTEGRACIJU-MEDIJSKE-I-INFORMACIJSKE-PISMENOSTI_e-izdanje-1.pdf).

### APA (6):

Vajzović, E., Milojević A., i Ružić, N. (ur.). (2021). *Regionalni osvrt na razvoj i integraciju medijske i informacijske pismenosti*. Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. Pristupljeno: [dan.mjesec.godina], sa: [https://fpn.unsa.ba/b/wp-content/uploads/2021/06/REGIONALNI-OSVRT-NA-RAZVOJ-I-INTEGRACIJU-MEDIJSKE-I-INFORMACIJSKE-PISMENOSTI\\_e-izdanje-1.pdf](https://fpn.unsa.ba/b/wp-content/uploads/2021/06/REGIONALNI-OSVRT-NA-RAZVOJ-I-INTEGRACIJU-MEDIJSKE-I-INFORMACIJSKE-PISMENOSTI_e-izdanje-1.pdf).

### MLA (7):

Vajzović, Emir, Ana Milojević i Nataša Ružić, ur. *Regionalni osvrt na razvoj i integraciju medijske i informacijske pismenosti*. Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, 2021. [dan.mjesec.godina] <[https://fpn.unsa.ba/b/wp-content/uploads/2021/06/REGIONALNI-OSVRT-NA-RAZVOJ-I-INTEGRACIJU-MEDIJSKE-I-INFORMACIJSKE-PISMENOSTI\\_e-izdanje-1.pdf](https://fpn.unsa.ba/b/wp-content/uploads/2021/06/REGIONALNI-OSVRT-NA-RAZVOJ-I-INTEGRACIJU-MEDIJSKE-I-INFORMACIJSKE-PISMENOSTI_e-izdanje-1.pdf)>.

### HARVARD (2008):

Vajzović, E., Milojević, A, & Ružić, N., ur., 2021. *Regionalni osvrt na razvoj i integraciju medijske i informacijske pismenosti*. Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. [https://fpn.unsa.ba/b/wp-content/uploads/2021/06/REGIONALNI-OSVRT-NA-RAZVOJ-I-INTEGRACIJU-MEDIJSKE-I-INFORMACIJSKE-PISMENOSTI\\_e-izdanje-1.pdf](https://fpn.unsa.ba/b/wp-content/uploads/2021/06/REGIONALNI-OSVRT-NA-RAZVOJ-I-INTEGRACIJU-MEDIJSKE-I-INFORMACIJSKE-PISMENOSTI_e-izdanje-1.pdf). Pristupljeno: [dan.mjesec.godina]

-----  
CIP - Katalogizacija u publikaciji  
Nacionalna i univerzitetska biblioteka  
Bosne i Hercegovine, Sarajevo

316.774(497.6+497.11+497.16) (082)  
001.102(497.6+497.11+497.16) (082)

**REGIONALNI osvrt na razvoj i integraciju medijske i informacijske pismenosti** [Elektronski izvor] / urednici Emir Vajzović, Ana Milojević i Nataša Ružić. - El. zbornik. - Sarajevo : Fakultet političkih nauka Univerziteta, 2021. - (Biblioteka Društvena i humanistička istraživanja. Medijska i informacijska pismenost ; 3)

Način pristupa (URL): [https://fpn.unsa.ba/b/wp-content/uploads/2021/05/REGIONALNI-OSVRT-NA-RAZVOJ-I-INTEGRACIJU-MEDIJSKE-I-INFORMACIJSKE-PISMENOSTI\\_e-izdanje-1.pdf](https://fpn.unsa.ba/b/wp-content/uploads/2021/05/REGIONALNI-OSVRT-NA-RAZVOJ-I-INTEGRACIJU-MEDIJSKE-I-INFORMACIJSKE-PISMENOSTI_e-izdanje-1.pdf). - Nasl. sa nasl. ekrana. - Opis izvora dana 3. 6. 2021.

ISBN 978-9926-475-22-2

COBISS.BH-ID 44318214  
-----

Ova publikacija predstavlja značajan iskorak jer pored kvalitetnih analiza kroz identifikaciju kapaciteta i aktera koji bi se mogli nositi s takvim stanjem građanima nedvosmisleno sugerira i oruđa za povratak te snage u njihove ruke (...) i ključnu intenciju k rehabilitaciji prosvjetiteljskih, kritičkih, generalno humanističkih vrijednosti u medijskoj sferi koja se opasno dugo nalazi na svojevrsnoj raskrsnici između instrumentalizacije moćnika u cilju porobljavanja i instrumentalizacije demosa u svrhe emancipacije. Historija nam daje i svijetle, ali nažalost i mračne primjere oba pravca. Smatram (publikaciju) pionirskim iskorakom u istraživačkom polju komunikologije i sociologije, odnosno medijske i informacijske pismenosti i društvene kohezije koja će biti vrijedno štivo ne samo za akademsku zajednicu i mlađe istraživače nego i za intelektualne i javne djelatnike u BiH, Srbiji i Crnoj Gori.

**- dr. sc. Asim Mujkić, redovni profesor**

Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Sarajevu

Zbornik Regionalni osvrt na razvoj i integraciju medijske i informacijske pismenosti značajan je rukopis u ovoj oblasti koji daje pregled aktivnosti i presek stanja u tri zemlje regiona Balkana, gde je pitanje medija (a samim tim i medijske pismenosti) u direktnoj korelaciji sa procesom demokratizacije koji je inače ekstenziran i prolongiran. Iako akademski, vrednost ovog zbornika je i njegova praktična upotreba, kao alat sa preporukama za poboljšanje stanja. Rukopis ima snažno akademsko uporište, oslanjajući se na savremenu i pažljivo biranu literaturu, relevantnu za datu oblast, kod svakog pojedinačnog autora. Ovo je nov pregled koji predstavlja dokument o postojećem stanju, koji će svakako biti referentno polazište za naredne analize i debate o MIP-u kako u regionu, tako i u svakoj pojedinačnoj zemlji.

**- dr.sc. Milica Kulić, docentica**

Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

Rukopis Regionalni osvrt na razvoj i integraciju medijske i informacijske pismenosti je vrlo zanimljivo i korisno štivo koje predstavlja originalni naučni doprinos, odnosno izvorno naučno delo, ali istovremeno ima i veliku praktičnu vrednost. Analiza kolektiva autora nije samo puka istraživačka invencija aktuelne teorijske i društvene problematike, već je izraz odgovorne naučne posvećenosti i pravilne percepcije problema i potreba regiona, odnosno tri države koje su istraživanjem obuhvaćene. Fokusiranje istraživača na jačanje sposobnosti nastavnika i bibliotekara u promovisanju kulturne raznolikosti, međukulturnog dijaloga i tolerancije i na veće uključivanje mladih u vladavanje medijskom i informacionom pismenošću, je dobro određen cilj istraživanja (...) Zbornik sadrži praktične savete, uputstva i vežbe za povećanje znanja, unapređivanje veština i jačanje kapaciteta boljeg razumevanja i svrsishodnije društvene komunikacije, kako unutar svake od država pojedinačno, tako i u regionu.

**- dr. sc. Rade Veljanovski, redovni profesor, u penziji**

Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

