

Medijska pismenost: preduvjet za odgovorne medije

dr. sc. izv. prof. Danijel Labaš

Sveučilište u Zagrebu
Hrvatski studiji, Odjel za komunikologiju

Mediji su svuda oko nas. Rečenica je to koja se vrlo često izgovara i čuje, ali je njezin ton i prizvuk vrlo različit i slojevit. Nekada smo medijima oduševljeni, nekada nas ljute; nekada ih optužujemo za sve zlo ovoga svijeta, nekada ih “dižemo u nebesa” i hvalimo. Nekada su nam previše konzervativni, nekada previše liberalni. Na neke vijesti koje pročitamo, čujemo ili vidimo “para” nam krene na uši, za druge kažemo: Bravo! Sjajno napisano! Kažemo da medijima sve manje vjerujemo, da su izgubili naše povjerenje, a opet ih na različite načine podupiremo – čitanjem, slušanjem, gledanjem i – dakako – kupovanjem. Medije optužujemo za senzacionalizam i cijeli niz negativnosti, za stvaranje ovisnosti i nepoštivanje ljudskoga dostojanstva, prava na privatnost. No, jednako tako znamo da nas mediji informiraju, formiraju i zabavljaju, obrazuju i prenose kulturne sadržaje. Znamo da smo im u našim demokratskim dužnostima prepustili mnoge važne uloge, dali im slobodu i baš zbog nje tražimo njihovu odgovornost. A što je s nama, publikom? Gdje je u odnosu “mediji – publika” naša odgovornost? Jesu li mediji doista izgubili naše povjerenje i jesu li samo oni odgovorni za to? Što zapravo mi kao publika znamo o medijima – tradicio-

nalnim i novim, kako ih i u koje svrhe koristimo? Znamo li kako utječu na nas i na koji način mogu manipulirati sadržajima koje prenose? Znamo li ih prestati koristiti – u obitelji, na poslu, u tramvaju i autobusu – ili im se prepuštamo kao ovisnici? Znamo li ocijeniti i procijeniti njihov sadržaj, prepoznati kvalitete i razotkriti nedostatke i mane? Riječju: jesmo li medijski pismeni?

Upravo temi medijskoga odgoja i medijske pismenosti kroz protekle se godine posvećuje sve više pozornosti i u Hrvatskoj, na svim razinama. Tako se na različite formalne i neformalne načine već od dječjih vrtića, preko osnovnih i srednjih škola, pa do sveučilišta i cjeloživotnog obrazovanja medijskim odgojem i obrazovanjem pokušava ojačati korisnike medija, nastoji ih se upoznati s medijima i njihovim funkcioniranjem te ih podučiti na koji način mogu postati svjesni i kritični korisnici najrazličitijih medijskih sadržaja, osobito onih koji nam se danas prenose putem novih medija, interneta i društvenih mreža.

Ne čudi stoga što je i sve više znanstvenih publikacija i konferencija posvećeno upravo toj i sličnim temama. Jedna od njih je i zbornik “Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije”. Taj je zbornik predstavljen 18. lipnja u okviru međunarodne konferencije “Mediji i novinarstvo – socijalni kapital u službi javnosti” koja je održana na Fakultetu političkih znanosti od 18. do 21. lipnja ove godine u Zagrebu. Zbornik radova “5. Vjerodostojnosti medija, 2014.: Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije” urednica sveučilišnih nastavnica Viktorije Car, Lejle Turčilo i Marijane Matović, donosi cijeli niz zanimljivih članaka, analiza i prijedloga za



novi, sustavniji pristup medijskoj pismenosti u Hrvatskoj i u nekim zemljama u njezinom okruženju, a neke od njih predstaviti ćemo u ovom tekstu.

Medijska pismenost: nazivi različiti, sadržaj isti

Kako smo već spomenuli, u predgovoru i urednice ističu da se o medijskoj pismenosti u posljednjih nekoliko godina sve intenzivnije raspravlja i istražuje, a pokušava ju se i uvrstiti u formalno obrazovanje Hrvatske i nekih susjednih zemalja, koje još nemaju takvu školsku praksu kakvu imaju neke europske zemlje, ali i zemlje u svijetu. Medijska je pismenost danas zapravo jedna od ključnih kompetencija za život suvremenog čovjeka, ističu urednice, te stoga postaje i sve značajnija tema znanstvenih rasprava na različitim područjima: od pedagogije, sociologije pa do komunikoloških rasprava. Zbog toga je i znanstvena konferencija održana 25. i 26. listopada 2014. u Mostaru bila posvećena toj temi, a većina je radova s konferencije objavljena u zborniku. "Cijeneci važnost medijske pismenosti za razvijanje komunikacijski kompetentnih društvenih zajednica i kreiranje okruženja koje podržava vjerodostojnost medija, konferencija održana u Mostaru fokusirala se na temu medijske pismenosti koja je u posljednjih nekoliko godina postala predmet brojnih rasprava i istraživačkih projekata (ANR TRANSLIT, EMEDUS, EAVI, DTI, COST ISO906). Medijska pismenost sve se češće ističe kao pojam koji obuhvaća i informacijsku pismenost, digitalnu te npr. filmsku pismenost, dok UNESCO istodobno promovira koncept



medijske i informacijske pismenosti (engl. media and information literacy, MIL). Iako mnogi autori medijskoj pismenosti primarno pristupaju iz perspektive izazova novih tehnologija, sve više autora u medijskoj pismenosti prepoznaje i mogućnost za građane da steknu posve nove društvene kompetencije”, istaknule su urednice u svome uvodu. Jednako su tako pojasnile da je okvir te pete konferencije “Vjerodostojnost medija” kroz koji se propitivala povezanost medijske pismenosti s konceptom vjerodostojnosti medija bio zasnovan na shvaćanju kako se medijska pismenost odnosi na sposobnost građana da pristupe medijima, da ih upoznaju, analiziraju, kritički vrednuju, te konačno i sami proizvode medijski sadržaj. Upravo je to ključni koncept medijskoga odgoja koji – bez obzira na dob korisnika – mora polaziti od nehijerarhijskog (autoritativnog) podučavanja, dijaloga i refleksije, pa do stvaranja medija, kako ističe jedan od “pionira” medijskoga odgoja Len Masterman.

Hrvatska: medijska pismenost nije zaživjela

Zbornik počinje poglavljem “Mapiranje medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji”, a članci su nastali na osnovu izvještaja koji su pripremljeni za potrebe projekta ANR Translit “Politike medijske i informacijske pismenosti u Europi” (Media and Information Literacy Policies in Europe) i dopunjeni uvidima iz 2014. godine. Ovo poglavlje pokazuje na koji način se u ove tri zemlje definira medijska pismenost i njoj slični koncepti u službenim državnim dokumentima, ali i u samoj praksi, koja se ra-



zvoja unatoč nedostatku jasnih strategija. Autorice i autori također pokazuju tko su u tim trima zemljama glavni akteri u razvijanju i promoviranju medijske i informacijske pismenosti na institucionalnoj razini i izvan nje. Svaka od ovih zemalja ima svoje specifičnosti, koje se očituju u razvijanju ovoga multidisciplinarnog područja koje spaja suvremenu medijsku kulturu s obrazovanjem.

Iz toga dijela hrvatskim čitateljima kao posebno zanimljivo preporučujem tekst Viktorije Car i Igora Kanižaja “Hrvatska: Nove prilike za sustavan pristup medijskoj pismenosti”. Prema autorima, njihov rad donosi “sažetu verziju” ranije spomenutoga izvještaja, ali i pregled najnovijih trendova koji su obilježili 2014. godinu. U okviru rada posebno se ispituje uloga organizacija civilnog društva koje se ističu kao jedan od ključnih dionika i promotora medijske pismenosti u Hrvatskoj, a istraživanje je pokazalo da “u Hrvatskoj koncept medijske i informacijske pismenosti nije zaživio već je riječ o dva potpuno odvojena pristupa u obrazovanju. Osim očitih prijetnji razvoju medijske pismenosti u Hrvatskoj rad identificira i ključne prednosti koje karakteriziraju hrvatski model, a za koji vjerujemo da može biti primjenjiv i na države u susjedstvu koje žele nadograditi postojeće programe medijske pismenosti”, ističu Car i Kanižaj.

Roditelji imaju važnu ulogu u medijskom odgoju

Autori ističu dobre strane rada na medijskom odgoju za medijsku pismenost u Hrvatskoj, no ozbiljno ističu da smatraju “da djeca i mladi u Hr-



vatskoj unutar postojećeg obrazovnog sustava ostvaraju samo djelomičan pristup medijima i obrazovanju za medije” (uglavnom kroz nastavne jedinice o filmskoj kulturi te kroz – i to valja posebno istaknuti u ovome časopisu – kroz aktivnosti knjižničara!) te samo djelomično sudjeluju u stvaranju medijskih sadržaja (kroz školske novine i časopise, školski radio i rad u novinarskim grupama.). Isto, tako autori navode da je činjenica kako većina učenika nije dobila priliku naučiti analizirati i kritički vrednovati medijske sadržaje i medijske usluge. Medijsko obrazovanje i njegova kvaliteta su u Hrvatskoj stoga zanemareni, prepušteni entuzijazmu nastavnika i njihovoj volji da organiziraju izvannastavne sadržaje za učenike, i to uglavnom bez ikakve financijske potpore. Autore brine i činjenica da novinari i medijski djelatnici kroz strukovne udruge nisu uključeni u poticanje medijske pismenosti – s njihove strane u Hrvatskoj ne dolazi ni inicijativa ni potpora. No, unatoč manjkavosti sustava formalnoga obrazovanja i neaktivnosti strukovnih udruga, može nas veseliti svijest stanovnika Hrvatske koji su u istraživanju agencije Ipsos Puls i Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu provedenog u lipnju 2013. u čak 62% slučajeva naveli da smatraju kako se u obrazovni sustav treba uvrstiti medijski odgoj čija je svrha učenje korištenja medija i odnosa prema medijskom sadržaju. Prema tom istom istraživanju čak je 64,1% djece u dobi do 10 do 19 godina izjavilo da smatra kako bi se s medijskim odgojem trebalo započeti u petom razredu.

No, posebno raduje i činjenica o visokoj svijesti roditelja o potrebi medijskoga odgoja. Naime, prema istraživanju koje sam proveo s kolegama



Lanom Ciboci i Igorom Kanižajem 2013. godine među 837 roditelja djece predškolske dobi na području Grada Zagreba roditelji vide sebe i učitelje kao najviše odgovorne za medijsko obrazovanje vlastite djece (72,9%). U istom istraživanju 69,1% roditelja djece predškolske dobi smatra kako medijsko obrazovanje treba započeti u predškolskom odgoju, što može biti vrlo koristan podatak onima koji odlučuju o (pred)školskom obrazovnom kurikulumu i koji bi medijski odgoj trebali što hitnije uključiti u školske programe, o čemu sam imao prilike pisati i u dva broja revije “Kana”, predstavljajući cjelovito zbornik.

Čitanje medijskih poruka

Prema riječima urednica u predgovoru, drugo poglavlje pod naslovom “Čitanje medijskih poruka” bavi se “najznačajnijim aspektom medijske pismenosti – kritičkim vrednovanjem medijskih sadržaja” s čime se nije teško složiti. Naime, ako u obzir uzmemo ono o čemu i sami često razmišljamo – a to su pretpostavke tehničke sposobnosti i mogućnost pristupa medijima i medijskim porukama, njihovo kreiranje i razvijanje sposobnosti analize određenih medijskih tekstova – onda “kritičko vrednovanje zahtijeva šire znanje o specifičnostima jednog društva, o društveno-političkom i ekonomskom kontekstu, o ulozi koju različiti mediji imaju u tom društvu, kao i o karakteru same publike. Ponajprije *online* mediji i digitalne medijske platforme zahtijevaju intenzivnije i kontinuirano učenje, razvijanje aktivnog kritičkog promišljanja o medijskim sadržajima i medijskoj konstrukciji



stvarnosti”, pišu urednice. U prvome članku toga drugoga dijela “Evaluiranje kredibiliteta *online* vijesti među generacijom Y” Zarfe Hrnjić Kuduzović ističe se na koji način pripadnici takozvane “generacije Y” zapravo percipiraju *online* vijesti (koje najčešće i čitaju i prate), te kako procjenjuju kredibilitet tih medijskih tekstova. Autorica polazi do teorije zadovoljenja potreba te rezultata empirijskih istraživanja o odnosu mladih korisnika interneta prema vijestima, te propituje implikacije sadašnjega stanja upravo na načine i procese odabira, interpretiranja i prezentiranja vijesti.

Svi koji se imalo bave medijima znaju, naime, da su “proizvođači vijesti” – tj. razna uredništva – zapravo “prvi filtar” koji svojom selekcijom događaja koje će “postati vijest”, ali jednako tako i svojom interpretacijom i prezentacijom te vijesti, mogu nametati (i zapravo nameću!) svoja viđenja svijeta i često nastoje “odrediti” što i kako bi publika “trebala misliti” i dakako – što bi trebala raditi, tj. kako bi trebala djelovati. Upravo zbog evidentnih razlika između percepcije korisnika i profesionalnih standarda (koji nisu uvijek baš tako profesionalni i moralni) u evaluiranju kvalitete vijesti ukazuju na dvije moguće strategije za ublažavanje ove “diskrepancije”. Autorica na prvome mjestu ističe da bi se “medijskim opismenjivanjem” trebalo osposobiti “prozumente” (riječ je o proizvođačima koji su i korisnici vijesti, od engleskoga “prosumer”) za kompetentnije vrednovanje vijesti prema kriterijima razvijenim u klasičnom medijskom okruženju, a na drugome da je potrebno redefinirati klasične novinarske standarde kvalitetnih vijesti “kao odgovor na vrlo složene promjene na konvergiranom tržištu i drugačije informativne navike novih generacija.” U drugome se tekstu toga di-



jela zbornika autorica bavi politizacijom javne sfere i upućuje na potrebu čitanja konteksta. Kako je politika služenje općem dobru, onda je itekako važno da i mediji ne estradiziraju politiku, što je sve češći slučaj. Najbolji “protulijek” za prepoznavanje te vrste medijske manipulacije je upravo medijski odgoj.

Hrvatski nastavnici: Trebamo medijski odgoj

Treće poglavlje – “Akteri u razvoju medijske pismenosti i njihove aktivnosti” usredotočeno je na ulogu različitih društvenih aktera koji aktivno sudjeluju u razvijanju medijske pismenosti u svojim zemljama. Prvi članak “Uloga europskih regulatornih tijela na području medijske pismenosti” Lee Tajić prikazuje “europski okvir za regulaciju audiovizualnih medijskih usluga” i njezin odnos prema medijskoj pismenosti, to jest koliko i kako te državne agencije – poput, recimo, hrvatske Agencije za elektroničke medije – mogu pomoći u promoviranju medijskoga opismenjavanja. Moj tekst “Djeca medija – mladi obrazuju mlade” prema riječima urednica “potvrđuje veoma važnu ulogu koju jedna organizacija civilnog društva može imati i ima na području medijskog odgoja, bez obzira na nedostatak jasne nacionalne strategije medijskog obrazovanja. Suradnja, dobra organizacija i entuzijizam mladih volontera spojen sa otvorenošću odgojitelja, učitelja, nastavnika i roditelja za nova učenja pokazuje kako izgleda zajedničko učenje i zajedničko zalaganje za podizanje tako važnih građanskih kapaciteta najmlađih članova društva i svih onih koji brinu o njima.”



U četvrtom poglavlju – “Medijska pismenost u praksi” pokazano je kako programi medijskog obrazovanja izgledaju u praksi i sjajno se nadovezuje na prethodni članak koji donosi iskustvo o mogućnostima medijskoga odgoja u Hrvatskoj. Naime, autorice članka “Kompetentnost nastavnika hrvatskoga jezika za provođenje medijske kulture u hrvatskim osnovnim školama” Lana Ciboci i Leali Osmančević svojom detaljnom analizom pokazuju “tko u osnovnim i srednjim školama u Hrvatskoj predaje učenicima o medijima i medijskoj kulturi, na koji način se to radi i u okviru kojih predmeta.” Analizom fakultetskih programa namijenjenih budućim nastavnicima autorice pokazuju gdje su slabe tačke u obrazovnom procesu i ukazuju na to koje programe treba pojačati ili ih učiniti obaveznim kako bi svi budući nastavnici bili osposobljeni izlaziti u susret učenicima i njihovom realnom životu koji je u velikoj mjeri posredovan različitim medijima i medijskim porukama. Ovaj rad također odgovara na pitanje što sami nastavnici/nastavnice misle o medijskom obrazovanju i kakve promjene bi oni uveli.

U zaključku Ciboci i Osmančević na temelju rezultata svojih istraživanja govore i o nužnosti određenih promjena u medijskom odgoju djece u Hrvatskoj u šest točaka. U prvoj ističu da je potrebno “uvesti poseban predmet u osnovne škole koji bi se bavio medijskim odgojem djece”, jer tako smatraju i ispitani nastavnici. Na drugome mjestu navode da je potrebno “ujednačiti nastavne programe na visokoobrazovnim institucijama u kojima se obrazuju budući nastavnici hrvatskoga jezika”, jer neki od njih imaju dok drugi nemaju mogućnost stjecanja “dodatnih i vrijednih znanja o



medijima”, a drugi dobiju “tek osnovna znanja o medijima”. Jednako tako, autorice smatraju da je nužno “organizirati dodatna usavršavanja za nastavnike hrvatskoga jezika” koje će ih educirati o novinama na medijskom području, kako se ne bi dogodilo da “djeca o medijima znaju više nego njihovi učitelji.” Na četvrtome mjestu navode da je nužno “modernizirati sadržaje o medijskoj kulturi predviđene nastavnim planom i programom u osnovnoj školi” jer je naglasak sada stavljen na film i kazalište, a trebalo bi se posvetiti i novim medijima s kojima djeca provode sve više vremena. Peti je prijedlog: “Ujednačiti satnicu medijske kulture među svim nastavnicima hrvatskoga jezika”, za što bi odluku moralo donijeti Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta, dok zadnji – šesti – prijedlog ističe da je nužno “povećati kvalitetu sadržaja o medijskoj kulturi u čitankama hrvatskoga jezika”. Autorice na kraju – poticajno za sve nas – zaključuju: “Dok god stanje u Hrvatskoj ostane nepromijenjeno, učenici će i dalje završavati osnovnu školu medijski nepismeni.” A to bi u današnje doba kojim mediji “vedre i oblače” i u kojima igraju izrazito važnu ulogu u našim životima, posebno kod djece i mladih – zaključio sam u Kani – bio i odgojno i obrazovno veliki promašaj.

