

Uvodnik

Medijska pismenost (Media Literacy) tema je ovoga broja. Iako smo i ranije povremeno objavljivali radove s tom tematikom, odlučili smo se ovaj cijeli broj posvetiti medijskoj pismenosti zbog aktualnosti koju joj daju različite međunarodne institucije u sklopu rasprava o ljudskim komunikacijskim pravima, a posebice pravima djece. Osim pojma medijska pismenost, koriste se još i pojmovi medijski odgoj ili odgoj za medije (Media Education) i pojam odgoj za komuniciranje (Education for Communication). Oni ne označavaju posve isto, kao što ni sama medijska pismenost u različitim zemljama nema jednaku ni teorijsku, niti praktičnu primjenu. Ipak, kao novi dio komunikoloških znanosti koji se sve više razvija u zasebnu disciplinu taj pojam objedinjuje nekoliko zajedničkih polaznih pretpostavki i ciljeva:

1. Živimo u svijetu medija i oni govore svojim specifičnim medijskim jezikom. Da bismo ih razumjeli nije dovoljno samo znati čitati i pisati – potrebna nam je medijska pismenost.
2. Medijska pismenost je stjecanje različitih vještina, znanja i sposobnosti za pristup medijima, te analiza, vrednovanje i odašiljanje sadržaja posredstvom medija.
3. Roditeljima i nastavnicima potrebna je medijska pismenost da bi mogli o tome razgovarati s djecom i djelovati kao osviješteni građani civilnog društva u kreiranju medijske politike. Djeci je potrebna kako bi osvijestila svoje medijske navike i stekla kritičan odnos prema štetnim medijskim sadržajima na načelima UNESCO-ve Deklaracije o medijskom odgoju iz 1982.
4. Mediji sami po sebi nisu ni štetni, niti korisni. Oni su veliki potencijal kulturnog napretka i znanja, ali i mogući izvor strahova i frustracija.
5. Političari koji stvaraju zakone, medijski vlasnici i novinari moraju poštivati Konvenciju UN-a o pravima djeteta i etički se odnositi prema načinu prikazivanja djece u medijima i pravu djece na odrastanje u okolišu koji ne šteti njihovom psihičkom razvoju.

Hrvatska je 1992. godine prihvatila Konvencije UN-a o pravima djeteta i time se obvezala da će poštivati i štititi dječja prava, pa tako i dječja medijska prava koja se definiraju člancima 3., 16. i 17. Konvencije. Slijedom toga, u razdoblju od 2000. godine do danas, otvorene su neke inicijative za stručnu procjenu dostignutog standarda medijske politike prema djeci u Hrvatskoj, te za procjenu potreba i mogućnosti budućeg djelovanja.

Stručnjaci iz radne skupine za djecu i medije u Državnom zavodu za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži u Zagrebu pripremili su dokument *Temeljne smjernice za izradu strategije razvoja medijske politike prema djeci i medijskog obrazovanja djece* (voditeljice projekta dr. Dijana Bouillet i dr. Nada Zgrabljić). Zatim je radna skupina Dijete i mediji (voditeljica dr. Nada Zgrabljić) 2003. godine predložila prioritete do 2005. godine za zaštitu medijskih prava djece i provedbu medijske pismenosti u zemlji, kao doprinos Reviziji nacionalnog programa za djecu RH. Nekih pokušaja razrade ideje o uvođenju medijske pismenosti bilo je i u sklopu projekta *Obrazovanje za mir i ljudska prava za hrvatske osnovne škole*, koji se provodio od 1997. do 1999. godine i prihvaćen je kao polazište Nacionalnog programa odgoja i obrazovanja za ljudska prava 1998. godine. No, kad je riječ o medijskoj pismenosti to je ostao samo pokušaj. Medijska pismenost nije uvedena ni u visoko, niti u osnovno obrazovanje, nema nastavnika koji bi mogli predavati taj predmet, nema udžbenika prema kojima bi se moglo predavati. Nadalje, nije jasno definirana ni strategija medijske politike koja se tiče djece, zapravo djeteta kao korisnika medija i djeteta kao objekta u medijima. U medijskim zakonima kojima su uređena ta pitanja do sada je postojala izrazita podnormiranost. Samoregulatorna novinarske profesije zasnovana je na novinarskom Kodeksu časti koji iscrpno propisuje etička pravila i ponašanje novinara prema djetetu, ali su istodobno mehanizmi koji bi primorali novinare da poštuju taj kodeks – nedostatni. Što se tiče hrvatske medijske proizvodnje za djecu ona ni kvantitativno ni kvalitativno ne zadovoljava potrebe naše djece u procesu socijalizacije i izgradnje identiteta, s obzirom na globalne medijske trendove sve jače homogenizacije individualnih i kulturnih vrijednosti.

Škole se od prvoga do osmog razreda bave medijima u okviru predmeta Hrvatski jezik i književnost. Pod nazivom “medijska kultura” djeca uče različite filmske i televizijske žanrove, kazalište i oblike prijenosa poruke – strip, plakat i masovne medije. Takav je pristup daleko od suvremenog koncepta medijske pismenosti, koji mnogo složenije nastoji odgovoriti komercijalnom zamahu medija i snazi koju sadržaji radija, televizije, interneta i drugih medija mogu imati u životu djece u pozitivnom ili u negativnom smislu.

Medijska politika u Hrvatskoj mora ojačati u području zaštite dječjih prava, u znanosti se mora posvetiti više pozornosti istraživanjima sadržaja u hrvatskim medijima i recepcije tih sadržaja posebice kada je riječ o nasilju, pornografiji, stereotipima i reklamama, jer su slična istraživanja temelj za uspostavu odgovarajuće medijske i obrazovne politike. Hrvatskoj vladi i Hrvatskome saboru na raspolaganju su mnogobrojne odredbe i preporuke međunarodnih organizacija (UN-a, UNESCO-a, Vijeća Europe) o tome kako najbolje zakonima zaštititi prava djece u medijima.

Ovaj broj *Medijskih istraživanja* donosi nekoliko članka koji s različitih polazišta pristupaju problemu medijskog opismenjavanja i pokazuju svu širinu mogućih oblika djelovanja – od obitelji, znanstvene zajednice i deontologije različitih profesija kao što su primjerice oglašivači ili razrade medijskih politika.

Vlasta Ilišin, u članku “Mediji u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima”, na temelju rezultata istraživanja pokazuje kako djeca u Hrvatskoj, kao i posvuda u razvijenom svijetu, najveći dio slobodnog vremena provode uz medije. Najčešće je to televizija – oko četiri sata na dan, pri čemu su često izvrgnuta štetnim sadržajima kao što su stereotipi, nasilje i pornografija. Autorica smatra da djeci nedostaje razgovora o medijskim sadržajima. Naime, iako su medijski sadržaji jedna od najfrekventnijih tema njihovih razgovora s vršnjacima, u komunikaciji s roditeljima, a dodali bismo i nastavnicima (op. a.), ta je tema premalo zastupljena.

Zala Volčič u članku “Who Wants to be a Media Literate? Locating Media Research Methods and Applying them to the ‘Media Literacy’ Concept” istražuje različitosti u shvaćanju pojma “medijska pismenost” (media literacy) intervjuiranjem 12 studenata iz Sjedinjenih Američkih Država, Norveške i Japana. Metodom kvalitativne analize zaključila je kako se može govoriti o dva osnovna načina razumijevanja toga pojma – eksplicitnom i implicitnom, ali da je uvijek shvaćen kao pozitivna kategorija. Članak se zauzima za razvijanje nove obrazovne strategije za aktivno i inteligentno korištenje medija.

Marijana Hameršak u članku “Oglašavanje djetinjstva: Razgovori o proizvodnji” etnografskom metodom nestrukturiranih razgovora s proizvođačima reklama, pozivajući se na semiološke i kulturalnostudijske koncepte promatranja oglašivačkog diskursa, traži neke odgovore na mnogobrojna pitanja koja se u tom dijelu medijskog diskursa mogu postaviti kad je riječ o djeci. Istraživanje reklamne proizvodnje za djecu, uz istraživanje nasilja u medijskim sadržajima, vrlo je popularno. Koncept medijske pismenosti potiče znanstvena istraživanja, jer se smatra da se samo na taj način mogu definirati potrebe i prava djece u medijskom okružju. Na temelju već provedenih mnogobrojnih istraživanja sličnih ovome koje objavljujemo, međunarodne institucije daju preporuke i donose deklaracije kao pomoć nacionalnim vladama u oblikovanju medijske politike prema djeci. Time se žele dosegnuti demokratski standardi medijskih politika na osnovi dostignutih ljudskih prava i osigurati poštena utakmica između oglašivača, medija i djece kao konzumenata. Razlog tome je što reklame, kako u nekim provedenim istraživanjima ističu roditelji, imaju velik utjecaj na djecu. Reklame (i stereotipi) utječu na društvenu socijalizaciju i izgradnju identiteta kod djece. S druge strane, oglašivači na globalnoj razini me-

dijske produkcije nastoje utjecati na potrošačku socijalizaciju teenagera i na kontrolu teen tržišta.

Franc Trček u članku "E-Slovenija: Krićka analiza društvenoprostorne dimenzije informatizacije" raščlanjuje dostignuti stupanj informatizacije u Sloveniji, te vizionarski razmatra koje bi bile mogućnosti za urbano planiranje kibernetickog prostora. Istodobno, ističe potrebu sustavnog obrazovanja svih slojeva društva za korištenje kompjutera i interneta kao preduvjeta za napredak informatizacije. Iako rad pokazuje samo koliko je demokratizacija medijske pismenosti nužna za uspješnu politiku informatizacije, smatram da se medijska pismenost nikako ne bi trebala ogranićiti samo u toj dimenziji, nego bi trebalo pripremiti obrazovnu i medijsku politiku koja će svima omogućiti permanentno obrazovanje i za tiskane i za elektronićke medije.

Zaključak je da se svi autori u radovima objavljenima u ovom broju *Medijskih istraživanja*, bez obzira na različita polazišta, slažu da je potrebno kreirati društvenu strategiju medijskog opismenjavanja za sve uzraste, kako za područje informatizacije, tako i za razumijevanje ostalih javnih medija: tiska, radija i televizije. To opismenjavanje, kao stjecanje razlićitih životnih i kognitivnih vještina, mora biti stalno tijekom cijeloga životnoga vijeka, a najprije treba početi s opismenjavanjem nastavnika. To znaći da predmet Medijska pismenost (Media Literacy) treba uvrstiti u programe učiteljskih akademija i fakulteta. U pripremi nastavnih programa moraju sudjelovati svi raspoloživi društveni potencijali i stručnjaci. Mediji i obrazovanje dva su društvena diskursa koja će možda najjaće utjecati na našu budućnost, pa nam je zbog toga potrebna takva politićka kultura koja će tome pitanju posvetiti potrebnu pozornost i donijeti ispravnu zakonsku regulativu.

Zahvaljujemo svima koji su pomogli u stvaranju ovoga broja, te vas pozivamo da nam i dalje šalžete vaše radove. Osobito pozivamo mlade istraživaće komunikologije i medijskog diskursa u Hrvatskoj da publiciraju svoja izvorna istraživanja i tako pridonesu razmjeni znanstvenih informacija.

Očekujemo vaše komentare, prijedloge i kritike.

Glavna urednica Nada Zgrabljić