

HAKIRANJE KRIZE DEMOKRACIJE: MOŽE LI NAS MEDIJSKA PISMENOST SPASITI OD ALGORITAMSKOG OBLIKOVANJA POLITIČKE PERCEPCIJE, VOLJE I MIŠLJENJA?

HACKING THE CRISIS OF DEMOCRACY: CAN MEDIA LITERACY SAVE US FROM ALGORITHMIC MODELLING OF POLITICAL PERCEPTION, WILL AND THOUGHT?

Kristina Feldvari

Odsjek za informacijske znanosti, Filozofski fakultet
Sveučilište u Osijeku
kfeldvari@ffos.hr

Milijana Mičunović

Odsjek za informacijske znanosti, Filozofski fakultet
Sveučilište u Osijeku
mmicunov@ffos.hr

Boris Badurina

Odsjek za informacijske znanosti, Filozofski fakultet
Sveučilište u Osijeku
boris.badurina@ffos.hr

UDK / UDC: [316.77:004:001.102-021.111]:342.34

Pregledni rad / Overview paper

<https://doi.org/10.30754/vbh.65.2.971>

Primljeno / Received: 22. 4. 2022.

Prihvaćeno / Accepted: 12. 8. 2022.

Sažetak

Cilj. Cilj je rada razmotriti moguće uzroke krize demokracije koja zahvaća šire demokratske odnose i procese u sferama društvenosti, kulture, ekonomije i politike. Kriza demokracije posebno se razmatra u kontekstu tehnosfere koja počiva na moći umjetne

inteligencije i umjetnog života. Rad otvara pitanje važnosti i uloge medijske pismenosti kao jednog od ključnih rješenja za krizu demokracije i eskalaciju dezinformacija u javnom diskursu.

Pristup/metodologija. Rad se temelji na sustavnom pregledu i analizi literature i dostupnih istraživanja koji kreiraju teorijski okvir za definiranje i razumijevanje pitanja krize demokracije i njezine povezanosti s problematikom tehnicizacije (datafikacije i algoritmizacije) društva i društvenih procesa, odnosno s izazovima dezinfodemije koja kroz marginalizaciju istine i nekritičko sagledavanje informacija otvara prostor za dolazak post-istine.

Rezultati. Ovim se radom želi potaknuti promišljanje struke, donositelja odluka, ali i šire javnosti o uravnoteživanju osjećaja (individualne i kolektivne) odgovornosti i mogućnosti stvarne kontrole, odnosno odgovornosti i djelovanja pojedinca i odgovornosti i djelovanja javnog i privatnog sektora. Također želi se potaknuti dijalog o nužnosti kreiranja strategije i programa za promicanje i razvoj medijske pismenosti i kritičkog mišljenja u svrhu ne samo suprotstavljanja dezinformacijama već i kritičkog razumijevanja društvenih odnosa i distribucije društvene i političke moći.

Originalnost/vrijednost. Rad povezuje pitanja algoritmizacije, krize demokracije i medijske pismenosti. Medijska je pismenost temelj informiranog građanstva, pa tako i temelj demokratskog društva. Znanja, vještine i kompetencije medijske pismenosti u informacijskom društvu ne mogu se odnositi više samo na mogućnost pojedinca da se uspješno kreće „tradicionalnim“ informacijskim i medijskim prostorom, već se moraju referirati i na problematiku kretanja komputacijskim prostorom informacija za čiju su složenu, dinamičnu i disonantnu strukturu sve više odgovorni korporativni algoritmi ili algoritmi tzv. treće strane. Povezivanje triju pitanja možda nikada nije bilo nužnije nego u dobu obilježenom općom društveno-političkom sumnjom i apatijom i rastućom diskrepancijom između sve složenijih i sofisticiranijih tehnika (dez)informiranja i medijske (ne)pismenosti građana.

Ključne riječi: algoritmizacija; kriza demokracije; medijska pismenost.

Abstract

Purpose. The aim of this paper is to discuss the possible causes of the crisis of democracy that affects broader democratic relations and processes in the spheres of sociality, culture, economy, and politics. The crisis of democracy is especially considered in the context of the technosphere which rests on the power of artificial intelligence and artificial life. The paper raises the question of the importance and role of media literacy as one of the key solutions to the crisis of democracy and the escalation of misinformation in public discourse.

Approach / methodology. The paper is based on a systematic review and analysis of literature and available research that creates a theoretical framework for defining and

understanding the crisis of democracy and its connection with the problems of technicalization (datafication and algorithmization) of society and social processes, that is, with the challenges of the disinfodemic, which, through the marginalization of the truth and uncritical viewing of information, opens up space for the arrival of post-truth.

Findings. This paper seeks to encourage reflection on the profession, decision makers, but also the general public on balancing the sense of (individual and collective) responsibility and the possibility of real control, i.e. the responsibility of the individual and the responsibility of public and private sector. It also seeks to encourage dialogue on the need to create strategies and programs to promote and develop media literacy and critical thinking not only to counter misinformation, but also to critically understand social relations and distribute social and political power.

Originality / value. The paper connects the issues of algorithmization, the crisis of democracy and media literacy. Media literacy is the foundation of informed citizenship, and thus the foundation of a democratic society. Knowledge, skills and competencies of media literacy in the information society can no longer refer only to the ability of an individual to successfully navigate through the 'traditional' information and media space, but must also refer to the issue of navigating the computational space of information for whose complex, dynamic and dissonant structure are increasingly more responsible corporate algorithms or algorithms of the so-called, third parties. Linking the three issues may never have been more necessary than in an age marked by general socio-political suspicion and apathy and a growing discrepancy between increasingly complex and sophisticated techniques of (dis)information and media (il)literacy.

Keywords: algorithmization; crisis of democracy; media literacy

1. Uvod – Postmoderno stanje društveno-političkog konteksta

Da bismo razumjeli proces rekonceptualizacije društvenog i političkog djelovanja, nije samo važno poznavati diskurs post-istine već i njegove sudionike i njihovu motivaciju. U suvremenom društvenom i političkom kontekstu pojam post-istine najčešće podrazumijeva uporabu populističke retorike, lažnih vijesti i dezinformacija, a temelji se na sve izraženijoj sumnji u društvene i političke institucije i prakse (Shaffer, 2019) koja postupno vodi do njihove delegitimacije, odnosno sveopće depolitizacije društvenih pitanja. Kao rezultat takvih društveno-političkih kretanja, širi se politička apatija građana. Dodavši tomu jačanje procesa algoritimizacije pod okriljem dataizma te sve veću diskrepanciju između sve složenijih i sofisticiranijih tehnika (dez)informiranja i medijske (ne) pismenosti građana, tj. nedostatka kritičke javne svijesti (Hibert, 2018), stvaraju

se optimalni uvjeti za krizu demokracije i eventualni dolazak postdemokratskog društva.

Jedna od odlika postdemokratskog društva svakako je netransparentnost koja ugrožava njegova demokratska obilježja, a proizlazi iz nedovoljne tehničke pismenosti medijskih i informacijskih stručnjaka, nedovoljne medijske pismenosti građana, prevage korporativnog vlasništva i prava u gotovo svim sferama društva te isključivo matematičkog dizajna programskog koda kao temelja informacijske i komunikacijske tehnologije. Netransparentnost digitalne tehnologije kreira materijalnu stvarnost, dok političke, društvene i kulturne vrijednosti, zahvaljujući djelovanju algoritama, sve više odražavaju komercijalne procese koji dodatno zamagljuje aktivnosti i odnose u tehnosferi. S jedne strane je čovjekov društveni život sve češće određen povezanošću (umreženošću) i algoritamskom analizom, dok s druge netransparentni i skriveni računalni procesi upravljaju njegovim osobnim interesima, sklonostima i aktivnostima utemeljenima na algoritamskoj logici. Iako često opravdan tehničkom nužnošću koja proizlazi iz složenosti tehničkih sustava, nedostatak transparentnosti, uz nedostatak odgovornosti i izvjesnu buduću nejednakost i diskrepanciju u društvu, otvara put usponu autoritarizma i krizi demokracije (Bridle, 2018; Bucher, 2018; Noble, 2018; Timcke, 2021).

Krizu demokracije ovdje shvaćamo ponajprije kao krizu koja je zahvatila šire demokratske odnose i procese u sferama društvenosti (Veljak, 2004), kulture, ekonomije i politike, posebno u kontekstu tehnosfere. Cilj tehnosfere nije samo individualizacija društvenih subjekata već i umanjivanje ili oduzimanje njihove mogućnosti odlučivanja i kritičke prosudbe i stavljanje istih u „ruke“ tehnoloških stručnjaka i, u konačnici, njihovih algoritama. Naime zahvaljujući evoluciji digitalne tehnologije i tehnike, društvenim medijima koji mijenjaju ekologiju medijske komunikacije, algoritamskom upravljanju percepcijom i mišljenjem te novim filozofskim paradigmatama poput kripto-anarhije, a koji redom predstavljaju neke od važnijih aspekata tehnosfere i postdemokratskog digitalnog svijeta, autoritet države i državnih, odnosno društvenih institucija gubi svoju moć, dok populizam postaje dominantnom političkom paradigmatom. Naši su percepcija, mišljenje, razumijevanje i djelovanje vođeni novom jezičnom konstrukcijom realnosti, odnosno medijskom slikom svijeta, dok su naše perceptivno-kognitivne vještine uzma-knule pred vještinama algoritamskih funkcija (Benasayag, 2021; Vajzović et al., 2021).

Veliki podaci, datafikacija i algoritimizacija, kao dominantni oblici društvenog upravljanja danas uvode nas u svijet posthumanističke politike, vladanja i proizvodnje znanja (Chandler, 2015). *Botovi, trolovi* i politička propaganda (i reklama) mogu biti kratkoročni problemi koji se mogu riješiti, no puno je veći problem promjena u dinamici moći između digitalnih platformi i vlada. Tko ima moć odrediti granice političkog diskursa? Koje će se informacije predstaviti pojedincima?

Koje su granice slobode govora? Takve odluke danas uglavnom donose globalne korporacije, a ne društvo, tj. društvene institucije.

Prvotna promjena paradigme i konfiguracije demokracije dogodila se u doba globalizacije (Milardović i Žeravica, 2015). Međutim dijalektika odnosa moći u demokraciji doživjela je novu promjenu pod utjecajem tehnologizacije biosfere. U novim okolnostima tehnosfere pitanje zbilje postaje sve složenijim s obzirom na to da kultura tehnosfere objektivno i subjektivno konstruiranoj zbilji dodaje i onu treću, simuliranu. Upravo ta treća zbilja, zahvaljujući sofisticiranim tehnikama upravljanja percepcijom, hakiranja pažnje i kontinuirane distrakcije stvara optimalne uvjete za proizvoljnu konstrukciju stvarnosti, pa čak i proizvodnju političke hiperzbilje za koju su prije svega odgovorni masovni mediji i novi mediji (društveni mediji). Slijedom toga moguće je zaključiti da ne živimo u dobu krize demokracije ili postdemokracije, već u dobu simulacije demokracije za koju su mediji, propaganda i javni diskurs među najvažnijim čimbenicima konstrukcije političke zbilje, dok stvarna demokracija postaje mit koji se urušava (Benasayag, 2021; Milardović i Žeravica, 2015). Uz navedene čimbenike, a u kontekstu informacijsko-komunikacijske tehnologije, svakako je potrebno obratiti pozornost i na procese datafikacije i algoritimizacije.

2. Datafikacija i algoritimizacija

Datafikacija, digitalizacija i algoritimizacija postale su odrednicama kasnog neoliberalizma u kojem kapital, podržan praksama kvantifikacije i klasifikacije, postaje glavna politička racionalnost. Timcke (2021) izdvaja datafikaciju i algoritimizaciju kao ključne čimbenike disrupcije društvenog i političkog prostora. Datafikacija često upućuje na pojednostavljivanje i depolitiziranje društvenih pitanja, čime složeni i raznoliki društveni procesi postaju podložni tehničkoj manipulaciji algoritama i umjetne inteligencije koji potiču radikalizaciju politike. Pritom algoritamska javna sfera, komputacija i datafikacija postupno prestaju biti u službi demokratskog donošenja odluka, već predstavljaju opću smetnju demokraciji mijenjajući distribuciju i korištenje moći u društvu i proces društvenog i političkog upravljanja.

Za većinu riječ „algoritam“ danas pretpostavlja priču o velikim podacima (engl. *Big Data*), velikim vladama (engl. *Big Government*) i velikim korporacijama (engl. *Big Business*), a neodvojiva je od pojmova dubokog učenja, umjetnih neuronskih mreža, automatizacije, statističke analize i modeliranja. Opća definicija algoritam opisuje kao niz koraka, odnosno skup operacija koje je potrebno napraviti kako bi se riješio određeni zadatak. Ovisno o složenosti problema, primjenjuje se odabrana algoritamska struktura. Međutim ta pragmatična definicija algoritme lišava njihovih političkih značajki i (ne)transparentnog sudjelovanja u kreiranju ideologije instrumentalizacije.

Kao pojam oni su puno stariji i šireg značenja od računala i računalne znanosti. Algoritmi su oduvijek bili dio ljudske povijesti, no danas su oni temelj naše komunikacije i društvenosti, informiranosti i znanja, osnova poslovnih modela posebno u kontekstu platformskog kapitalizma (Srnicsek, 2016) i kapitalizma nadzora (Zuboff, 2018), ali i temelj tzv. digitalne revolucije demokracije. Algoritme povezujemo s nadzorom korisničkog ponašanja, skupljanjem i statističkom analizom velike količine podataka, kao i aktivnostima i sučeljima usmjerenima na korisnike koji reflektiraju tek dio procesa koji se odvijaju u komputacijskom prostoru algoritamske inteligencije i imaginacije (Finn, 2017). Čak i stvaratelji nekih od najuspješnijih i najpoznatijih algoritamskih sustava priznaju kako ne posjeduju potpuno razumijevanje mehanike rada tih sustava – kako algoritmi „percipiraju“, „odlučuju“ i „zaključuju“. No i dalje zadržavaju vrlo pozitivnu retoriku koja slijedi tehnoutopijsko viđenje algoritama i programskih kodova kao ključeva konačne transformacije društva u društvo pravednosti i slobode. A upravo je to jedan od većih problema algoritmizacije mišljenja – razumjeti kako se odvija algoritamsko odlučivanje i zaključivanje: koji su izvori informacija bili uključeni u proces, u kojem su se kontekstu i u koju svrhu podaci koristili i kako su oblikovani „informirana“ odluka i zaključak (Vajzović et al., 2021).

Također algoritme ne treba promatrati isključivo kao objekte, tzv. „crne kutije“ čiju prirodu i narav nastojimo spoznati kroz pitanja kako se i gdje odvija njihova aktivnost, već kao procese koji pretpostavljaju jedno sasvim drugo pitanje, a to je što algoritmi rade, tj. kada i u čiju korist djeluju. Takav način percepcije i razumijevanja algoritama omogućuje sagledati ih ne kao programske kodove već kao društvene prakse koje oblikuju podatkovni, informacijski i medijski prostor čineći određene aktivnosti i mogućnosti dostupnijima i stvarnijima (Bucher, 2018).

Svakodnevne društvene i političke aktivnosti na razini pojedinca i na razini zajednice neodvojive su od tehnologije i navigacije podatkovno bogatim informacijskim i komunikacijskim prostorom. Slijedom toga algoritmi su dobili važnu ulogu u oblikovanju društveno-političke svakodnevice i našoj interakciji s njom. Oni klasificiraju i predstavljaju stvarnost, oblikuju naše svakodnevne aktivnosti i razumijevanje (Wilson, 2017). Zahvaljujući *outsourcingu* uma i njegovim tehnološkim ekstenzijama, mi postajemo dio komputacijskog prostora s kojim dijelimo sjećanja, iskustva, mišljenja, stavove i uvjerenja, bivajući u zamjenu vođeni mudrošću algoritama koji nam pomažu doći do prave informacije i donijeti pravu odluku. Da bismo razumjeli kako algoritmi oblikuju mišljenje, nužno je razumjeti kako djeluju algoritamski sustavi i kako njihovo djelovanje potiče određene pristranosti u mišljenju i djelovanju. Tzv. komputacijski zaokret postavio je imperativ računalnih modela, algoritamskih funkcija i opće kvantifikacije. Politika kvalitete postala je politika kvantitete, a društveni su procesi posve depolitizirani i izdvojeni iz kulturno-povijesnog konteksta. Zahvaljujući algoritamskoj ekstrakciji viška za akumulaciju kapitala, kapital je ostvario kontrolu nad javnim diskursom. Stoga se

ekonomska moć sve više vezuje uz algoritme počivajući na komodifikaciji i monetizaciji ljudske pažnje (viška). Pažnja postaje robom, a interakcija (sudjelovanje) valutom (Timcke, 2021; Wu, 2018). Takav kapitalistički pristup dizajniranju tehnologije počiva na privatnim izborima i javnim širokim posljedicama. U tom smislu, procesi digitalizacije i opće tehnologizacije ne mogu biti temeljem demokratskog društva i procesa odlučivanja.

Preostala problemska pitanja u kontekstu algoritimizacije društveno-političkih procesa i procesa mišljenja obuhvaćaju pitanje upravljanja podacima, transparentnosti algoritamskog djelovanja, zakonskih i etičkih okvira automatskog algoritamskog odlučivanja te pitanje utjecaja algoritamske automatizacije na društvo (Olhede and Wolfe, 2018). Naime ne mijenja se samo priroda djelovanja, odlučivanja i moći već i čovjekov pogled na svijet, kao i njegov složeni odnos s tehnologijom.

Kada je u pitanju algoritamsko upravljanje i „strojno strukturiranje“ čovjekova života i društva općenito, odnosno delegiranje čovjekova racionalnog odlučivanja strojevima, umjetnoj inteligenciji i algoritmima, Benasayag (2021) posebno ističe pitanje tzv. prediktivne pravde (engl. *predictive justice*) koja se temelji na analizi mikropodataka, odnosno tzv. mikroponašanja promatranog subjekta s ciljem pravovremenog uočavanja problematičnih i opasnih ponašanja i aktivnosti. Problem analize mikroponašanja u svrhu osiguravanja prediktivne pravde krije se u činjenici da se ne analizira samo konkretno informacijsko ponašanje, poput pretraživanja informacija na internetu, nego i mikrointeresi poput toga što osoba kupuje *online*, koje stranice posjećuje i sl., te se na temelju toga stvaraju korelacije koje pomažu predvidjeti moguće opasno ponašanje. Algoritmi tako na temelju prikupljenih, povezanih i koreliranih mikroinformacija profiliraju dionike digitalnog prostora. Pitanje prediktivne pravde ne predstavlja izazov „samo“ osobnim slobodama već i demokraciji općenito. Neki su od primjera američki Domoljubni zakon (engl. *Patriot act*) usvojen 2001. godine te kineski projekt motrenja, analize i prepoznavanja obrazaca ponašanja građana i njihovo tzv. društveno vrednovanje.

Algoritmi ne upravljaju samo našim podacima već i cijelim prostorom informacijskog toka i kolektivne inteligencije. Oni neprestano modificiraju „neuređeni“ kulturni prostor biosfere pokušavajući izračunati sve mogućnosti i upotrijebiti algoritamski pragmatizam simboličke logike, komputacijske teorije i kibernetike kako bi rekonstruirali zakonsku, etičku i percipiranu stvarnost u skladu s matematičkim zakonima i implicitnim pretpostavkama koje su skrivene od pogleda javnosti. Više nije riječ samo o transkodiranju čovjekove svakodnevice u strojno-čitljive informacije već o povezivanju podataka i moći. Zahvaljujući datafikaciji tehnosfere i njezinih subjekata, moć postaje vrlo intimna i učinkovita – ona nas poznaje, uči od nas, „kreira“ naš život. Ta je intimnost važan čimbenik nadzora, kontrole i upravljanja (Cheney-Lippold, 2017), procesa koji istodobno mogu biti u službi širenja krize demokracije i buđenja postdemokratskog društva, ali i u službi haki-

ranja krize demokracije, odnosno oporavka demokratskih procesa i revitalizacije društvenih institucija.

Algoritmizacija društvenog i političkog prostora tako postaje jednom od suvremenih političkih tehnologija kojima je cilj:

1. promijeniti pravila igre za sve sudionike političkog procesa
2. uvesti u javnu svijest nove koncepte, vrijednosti, mišljenja i uvjerenja
3. upravljati ljudskim ponašanjem putem masovnih medija i administracije (Orlov, 2016).

Navedeni se taktički ciljevi koriste u skladu s višim strateškim imperativima čija moralna i plemenita narav jedina može opravdati korištenje takvih gotovo nedemokratskih sredstava. Pitanje je samo tko određuje moralne i plemenite imperativne – čovjek ili algoritam?

Unatoč brojnim izazovima koje datafikacija, kvantifikacija i algoritmi stavljaju pred nas, tu su i određene konstruktivne prednosti algoritmizacije – mogućnost da iza svakog, pa čak i najsloženijeg problema vidimo elegantnu strukturu koja nam daje dublji uvid u moguća rješenja. Primjerice, umjetna inteligencija trebala bi revolucionirati javni sektor, dok bi algoritmi u kombinaciji sa strojnim učenjem trebali omogućiti pružanje personaliziranih i boljih javnih usluga, poboljšati učinkovitost birokracije i ojačati moć građana (Bartlett, 2018; Shaffer, 2019; Timcke, 2021). Ipak, tehnosfera u mnogim slučajevima koristi tehnološke mogućnosti kako bi prilagodila svoju zbilju ograničenim mogućnostima tehnologije, a koju je stvorila upravo s ciljem ostvarivanja uspješne interakcije čovjeka i stroja, tj. društva i tehnoloških sustava. Takav pristup tehnološkog konformizma doprinosi produbljivanju krize odnosa moći u postmodernoj demokraciji.

3. Algoritmi i kriza demokracije

Problemska pitanja koja otvara rasprava o algoritmizaciji društvenog i političkog prostora najčešće uključuju tzv. biopolitiku mjerljivosti koja pretpostavlja opću datafikaciju biosfere i iskorištavanje podatkovne mjerljivosti u svrhe biopolitičkog upravljanja, zatim pitanja programirane društvenosti, inženjeringa participacije i interakcije, komputabilnih odnosa i drugih izazova koji algoritmizaciju izmještaju iz domene čisto tehničkog i tehnološkog, u domenu društvenog i političkog (Benasayag, 2021; Hibert, 2018; Shaffer, 2019; Wu, 2016; Zuboff, 2018).

Noble (2018) smatra da je jedan od glavnih čimbenika ugroze demokratskih procesa i kulture informiranja i izvještavanja približavanje javnog sektora i korporativnog i komercijalnog sektora. Kapitalističke se demokracije oslanjaju na automatizirane i algoritmizirane procese procjene rizika i pronalaska prilika kojima upravljaju velike tvrtke. Tvrtke koje kontroliraju te procese neke su od najdinamičnijih, najprofitabilnijih i najvažnijih aktera informacijske ekonomije, najčešće

poznate kao „Četvorka“ ili GAFA (Google, Amazon, Facebook, Apple). Njihove usluge koriste algoritme kako bi uredile informacijski ekosustav, a njihovu se moć često uspoređuje s moći nacionalnih država. Naime, iako njihova moć nije izbrisala tradicionalnu političku moć, ona ju je relativizirala tako da je institucije i predstavnike političke moći pretvorila u tek jednostavne varijable sve složenijeg političkog sustava (Benasayag, 2021; Pasquale, 2015).

Različiti su teorijski i metodološki pristupi objašnjenju krize demokracije. Jedno od njih uključuje pitanje tehnika (dez)informiranja koje se danas često referiraju na moć algoritamskog mišljenja i algoritamske inteligencije i imaginacije koji hakiraju političku percepciju, volju i mišljenje transformirajući tako percepciju i razumijevanje procesa organizacije i upravljanja društvenim institucijama i društvenim djelovanjem pojedinca i zajednice.

Primjerice, algoritme se često okrivljuje za uspostavu i širenje reklamnog i propagandnog panoptikona koji putem dezinformacija otvara prostor manipulaciji percepcije i mišljenja, neprestanom ometanju pažnje i sporom, ali sigurnom gubitku slobode izbora i autonomije (Bartlett, 2018; Pasquale, 2015; Wu, 2016). S jedne strane tek set matematičkih naredbi čije izvršenje dovodi do rješavanja problema, a s druge fantastični splet procesa filtriranja, predviđanja, povezivanja, ciljnog usmjeravanja i učenja, algoritmi su postali ključnim pojmom moderne ekonomije i politike. Podaci kojima se algoritmi „poigravaju“ nisu rezultat nestrukturiranih društvenih procesa, već strukturirane arhitekture digitalnog prostora u kojem različiti agenti, na temelju vlastitih interesa, koriste stručnost, mogućnost tumačenja i konceptualizacije i različite metode koje kolektivno stvaraju uvijek dinamično područje distribucije znanja i moći.

Shaffer (2019) je izdvojio tri čimbenika koja su potaknula širenje i uspjeh propagande i dezinformiranja u postmodernom političkom kontekstu. Prvi je čimbenik informacijsko obilje koje je demonetiziralo informaciju i tako utjecalo na proces konzumiranja medija. Ljudska pažnja postala je novi interes ekonomskog, političkog i drugih sustava, pa su algoritmi usmjereni na njezino iskorištavanje. Pažnja je postala robom, a perceptivno, odnosno kognitivno sudjelovanje valutom. Maksimizirajući našu pažnju kroz diverzifikaciju sadržaja, platforme dijele/dezintegriraju našu pažnju i pojačavaju stanje koje je 1998. Linda Stone nazvala stalnom djelomičnom pažnjom (engl. *continuous partial attention*), a koje je poznato i kao tzv. treptaj pažnje (engl. *attentional blink*) i osjećaj stalne (kognitivne) krize. Iako se radi o psihološkim problemima, oni neupitno utječu i na proces kritičkog mišljenja. U takvom stanju uma čovjek postaje podložan utjecaju propagande i dezinformacija. Drugi je čimbenik biološko ograničenje ljudskog mozga koje ga čini ranjivim za kognitivno hakiranje. Naime pažnja je ograničen, moćan i skup resurs, pa su pitanja kako privući i zadržati pažnju, kako upravljati pažnjom i kako je iskorištavati postala ključnim pitanjima suvremene infosfere koja se u pronalasku odgovora na navedena pitanja oslanja ponajviše na algoritamski odre-

đene informacije i vijesti (engl. *news feed*). Treći i posljednji čimbenik jest sustav preporučivanja sadržaja koji utječe na informaciju i upravlja našom pažnjom. Medijsko obilje koje smo stvorili prešavši s masovnih na društvene medije traži uvijek nove načine za uspješno navigiranje informacijskim i medijskim prostorom. U tome su najveću ulogu imali algoritmi i sustavi za preporuku sadržaja koji, nažalost, imaju značajnu ulogu i u širenju dezinformacija.

Tehnika (dez)informiranja danas se često referira na moć algoritamskog mišljenja i algoritamske imaginacije koji hakiraju političku percepciju, volju i mišljenje transformirajući tako percepciju i razumijevanje procesa organizacije i upravljanja društvenim institucijama i društvenim djelovanjem pojedinca i zajednice. „Stari panoptikon“ države zamijenio je „novi panoptikon“ algoritamskih struktura i funkcija. Iako u demokratskim društvima ne možemo govoriti o totalitarističkoj ili autokratskoj propagandi, upravljanje percepcijom, otmica pažnje i tehnike kontinuirane distrakcije otežavaju prakticiranje demokracije i dovode do gubitka slobode i autonomije mišljenja, tj. onoga što Chomsky (2006) naziva „inspiranjem mozga pod slobodom“.

Usložnjavanjem različitih tipova diskursa i hiperprodukcijom informacija i znanja, naše oslanjanje na algoritamsko mišljenje i prosudbu postaje neupitno. Zauzvrat, njihova komputacijska priroda oblikuje nas i naše poimanje stvarnosti mijenjajući temeljne uvjete ljudske kognicije i imaginacije. Prostor mogućeg i željenog u društvenom i političkom smislu određen je algoritamskim kontekstom – ono što nije podložno procesu komputacije neće biti uključeno u kulturnu, društvenu, ekonomsku i političku strukturu. I tako, kroz supostojanje čovjeka i algoritama u proširenoj imaginaciji tehnosfere, postupno evoluiramo s tehnološkim sustavima koje smo stvorili.

No važno je napomenuti da kriza demokracije nije rezultat samo političke krize u vidu širenja političke apatije i slabljenja i „nesposobnosti“ političkih institucija da se nose s izazovima života u tehnosferi već i ekonomske krize i socijalne krize utemeljene u sve većim društvenim podjelama i nejednakostima. Navedene promjene izazivaju krizu ne samo političkog nego i društvenog, a mogle bi dovesti do pokušaja ponovnog uspostavljanja kontrole i društvenog reda uvođenjem novog oblika tehnokratizma. Pokušaj spašavanja demokracije tako postaje dodatnim čimbenikom produblivanja krize demokracije (Bartlett, 2018).

Kriza društvenog možda je najočitija u desakralizaciji. Prema Benasayaginom (2021) mišljenju, jedna od glavnih odlika postdemokratskog društva jest postupni nestanak tolerancije, konfliktnosti i svetosti društvenog. Suvremenom čovjeku oduzeta ja „svetost“ – on ne egzistira, već funkcionira poput svakog drugog stroja u društvu. Desakralizacijom čovjeka i društva desakraliziraju se i institucije demokratskog društva i dionici političkog ekosustava. Njihova je moć delegirana strojevima i algoritmima te, iako su i dalje dijelom demokrat-

skih političkih rituala, pravo odlučivanja delegirano je algoritmima i umjetnoj inteligenciji.

Postmoderna dekonstrukcija političkog sustava, datafikacija i algoritimizacija stvorili su pozitivan kontekst za jačanje utjecaja informacijske i komunikacijske tehnologije i društvenih medija na procese dezinformiranja javnosti i hakiranja demokracije. Neki od primjera dezinfodemijskog hakiranja demokracije u suvremenoj političkoj povijesti bit će pojašnjeni u nastavku.

4. Utjecaj dezinfodemije na demokraciju

Širenje dezinformacija s ciljem promocija specifičnih političkih ciljeva nije ništa novo, no razvojem društvenih medija raste i široki spektar na raspolaganju „dezinformatorima“ bilo da ih koriste s jasno izraženom namjerom bilo da to rade potpuno nesvjesno sami vjerujući u sadržaj koji šire.

U takvoj novonastaloj situaciji u kojoj se dezinformacije šire značajno brže od provjereno istinitih vijesti (Vosoughi, Roy and Aral, 2018) neizbježno se pojavljuje potreba za nekim oblikom reakcije na povećanu količinu „pogrešnih istina“. Čak i sama pojava pojmova poput lažnih vijesti, post-istine i sličnih ukazuje na sve širi spektar i svojevrсно zasićenje količinom dezinformacija u javnom prostoru. Toliko da su nam potrebni novi pojmovi koji bi ukazivali na fine razlike među različitim javnim oblicima. Ako pak pokušamo pogledati koje su moguće strategije odgovora na spomenuto stanje, onda ih možemo podijeliti na kratkoročne i dugoročne. Kratkoročne strategije obuhvaćat će razne oblike razotkrivanja neistina i plasiranja ispravaka u javni prostor, dok će dugoročne biti usmjerene na povećanje otpornosti na dezinformacije razvojem kritičkog mišljenja i povećanjem informacijske i medijske pismenosti konzumenata dnevnih vijesti.

Ako se za početak fokusiramo na kratkoročne strategije, one će uglavnom obuhvaćati razne oblike *fact-checking* servisa za provjeru istinitosti prenesenih vijesti. Niels Nagelhus Schia i Lars Gjesvik (2020) proveli su istraživanje s ciljem prepoznavanja politika koje za cilj imaju povećanje otpornosti javnog prostora na pojavu dezinformacija u demokratskom procesu na primjeru Finske, Norveške i Ujedinjenog Kraljevstva.

Od tri navedena analizirana primjera, Finska i Norveška stavljaju naglasak na implementaciju dugoročnih strategija i povećanje medijske pismenosti, no sve tri imaju implementiran neki oblik kratkoročnih mjera na institucionalnoj razini. U Finskoj je razvijena tzv. „mreža utjecaja“ (engl. *influence network*) koja povezuje različita ministarstva, a za cilj ima prepoznavati pojedine „incidente“ i shodno reagirati na njih. Posebna se pažnja pridaje reakciji na dezinformacije u političkim kampanjama za vrijeme predizbornog procesa. Osim toga velika pažnja stavljena je na pokušaje regulacije digitalnih platformi na razini Europske unije kao pokušaj

da se velike kompanije, vlasnice društvenomedijskih platformi potaknu na sudjelovanje u rješavanju problema širenja dezinformacija na samom njihovom izvoru.

Slično finskom primjeru, Norveška također uz naglasak na dugoročne strategije razvija metode osiguravanja predizbornog procesa. Tijekom izbora 2019. godine Ministarstvo uprave i Ministarstvo sigurnosti razvili su „Plan u 10 točaka za osiguravanje izbora“ s naglaskom na osiguravanjem procesa u digitalno doba povećanjem tehničke sigurnosti izbornog procesa, ali i kampanjom povećanja kritičkog mišljenja i svijesti o prisutnosti dezinformacija u javnom diskursu tijekom političkih kampanja.

Od tri analizirana primjera, Ujedinjeno Kraljevstvo ima najizravniji pristup. Vlada je oformila „Tijelo za brze reakcije“ (engl. *Rapid Response Unit*, RRU) kojemu je cilj brza reakcija na lažne narative koji se pojavljuju u javnom prostoru bez obzira na njihovu prirodu. Primjeri mogu biti od dezinformacija u izbornom procesu preko dezinformacija o aktualnim događajima odnosno stanjima poput lažnih vijesti vezanih za pandemiju bolesti COVID-19. Osim toga navedeno Tijelo može aktivno sudjelovati u komunikacijskom procesu. Osim reakcije na lažne vijesti izdavanjem ispravka može plaćati oglase na društvenomedijskim platformama poput Facebooka kako bi osiguralo da izdani demantiji dopru do što većeg broja građana.

Shaffer (2019) navodi još dva značajna primjera utjecaja dezinfodemije na demokratsku državu. Prvi se odnosi na informacijski rat putem društvenih medija koji je Rusija pokrenula s ciljem hakiranja predsjedničkih izbora u Sjedinjenim američkim državama 2016. godine i uzurpiranja političke scene u Ukrajini koje je prethodilo vojnim operacijama na Krimu i u istočnoj Ukrajini. Također, tzv. informacijski hladni rat 21. stoljeća zahvatio je područja Švedske i Finske pokušavši ugroziti njihovu suradnju s NATO-om. Rusija se u navedenim slučajevima oslanjala na djelovanje ruske vojne obavještajne agencije Glavnoye Razvedyvatelnoye Upravlenie (GRU) i agencije za istraživanje interneta The Internet Research Agency (IRA), poznate i kao Glavset. Drugi primjer odnosi se na područje tzv. globalnog juga, zemalja poput Južne Amerike, Sjeverne Afrike i Jugoistočne Azije u kojima novost nisu samo digitalne tehnologije, već i demokracija sama. U mladim demokracijama informacijska i komunikacijska tehnologija i društveni mediji mogu potaknuti pozitivne društvene promjene, no jednako tako mogu i ugroziti slobodu govora, slobodu tiska i proces informiranja – temelje demokratskog procesa. Nova tehnologija u kontekstu novih društvenih struktura može ugroziti stabilnost i sigurnost društva. No Shaffer zaključuje kako problem dezinformacija nadilazi pitanje informacijske i komunikacijske tehnologije, digitalne tehnologije, društvenih medija i algoritama. On jest potaknut tehnologijom, no tehnologija ga nije stvorila. Stoga rješenje problemu dezinfodemije ne leži samo u tehnologiji već i u čovjeku.

Također, ono što iz svih navedenih primjera vidimo jest da se borba sa širenjem dezinformacija sve više prepoznaje kao problem koji je potrebno rješavati na institucionalnoj razini, pri čemu se kratkoročne mjere svode na reakciju na postojeće situacije, a prevencija budućih problema očituje se u strategijama povećanja razine kritičkog mišljenja i medijske pismenosti.

5. Medijska pismenost – povijesni kontekst

Povijesno gledano, posjedovanje vještina čitanja i pisanja smatralo se dovoljnim za definiciju pismenosti jer se pismenost doživljavala kao vještina razrješavanja informacija i podataka koji se pojavljuju u tiskanim materijalima jer su oni bili glavni izvori informacija i znanja. Osim toga, pismenost se bavi i različitim konceptima temeljnih kompetencija koje se definiraju povezivanjem s određenim područjem. Pojava višedimenzionalne informacijsko-komunikacijske tehnologije i njezinih kanala te Weba 2.0. dovela je do proširenja i redefiniranja kompetencija vezanih za pojam pismenosti. Tako u literaturi razlikujemo različite vrste pismenosti poput vizualne pismenosti i informacijske pismenosti (Bawden, 2001), kritičke pismenosti (Luke, 2012), računalne pismenosti, informatičke pismenosti, digitalne pismenosti (Alvermann and Hagood, 2000), novomedijske pismenosti i pismenosti na društvenim mrežama (Walsh, 2010; Thoman and Jolls, 2003).

Pojam medijske pismenosti već je neko vrijeme aktualan na globalnoj razini, ali ne nužno pod tim nazivom. Već 20-ih godina 20. stoljeća vodila se rasprava o vizualnoj pismenosti i njezinom uključivanju u učenje u učionici. Međutim češće se za referenciranje ideja medijske pismenosti koristio izraz „medijsko obrazovanje“. Brojne zemlje poput Velike Britanije, Australije, Španjolske i Kanade imale su u školama medijsko obrazovanje kao princip učenja, a tek u drugoj polovici 20. stoljeća došlo je do izjednačavanja korištenja te terminologije (Buckingham, 2019). Područje medijske pismenosti i obrazovanja u tom području u svom sadašnjem obliku, a uz sustavne napore prema razvoju kurikulumu i istraživanju, nastalo je 1960-ih i 1970-ih godina. Jedni od prvih pionira i edukatora medijske pismenosti bili su Duncan s teorijskim radom o osam ključnih principa medijske pismenosti i Masterman koji je došao do niza od osamnaest principa koji se široko koriste za poučavanje i učenje u vezi s medijskim obrazovanjem. Pri tome je naglasak stavljen na kritičku praksu koju je trebalo razvijati u školama i s nastavnicima. S vremenom su se njegovi principi preoblikovali u pet ključnih koncepata koji su i danas vrlo popularni u široj stručnoj i društvenoj zajednici¹ (Media literacy in a disruptive media environment, 2020). Pojam je medijske pismenosti naposljetku

¹ Pet su principa: 1. Sve medijske poruke su kreirane; 2. Svi mediji koriste kreativne tehnike prilikom kreiranja medijskih poruka; 3. Različiti ljudi na različite načine doživljavaju iste medijske poruke; 4. Svi medijski sadržaji sa sobom nose i određene vrijednosti; 5. Svi medijski sadržaji objavljeni su s određenom namjerom (Wornsnop, 2004).

definiran na američkoj konferenciji o medijskoj pismenosti 1992. godine te je prvi put predstavljena funkcija medijske pismenosti i njezine domene koja se, u koordinaciji s novim tehnološkim izazovima, proučava i danas (Aufderheide, 1993).

Brojni dionici današnjeg informacijsko-tehnološkog društva, od edukatora, filantropa, knjižničara do zakonodavaca, ulažu značajne napore i resurse u programe i razvoj medijske pismenosti. Primjerice, u 2017. godini Američko knjižničarsko udruženje (engl. *American Library Association*, ALA) u partnerstvu sa Sveučilištem Stony Brook i pet knjižnica započelo je s projektom Medijska pismenosti @ Vaša knjižnica (engl. *Media Literacy @ Your Library*), čiji je cilj bio osposobiti djelatnike knjižnice da bi mogli bolje osposobiti svoje korisnike za pronicljivo korištenje medija i vijesti (ALA, 2017). Facebook je iste godine najavio svoj projekt novinarstva usmjeren, između ostalog, na poboljšanje medijske pismenosti svojih korisnika (Chaykowski, 2017). U Hrvatskoj, pojam je medijske pismenosti prvi put spomenut 2014. godine u Strategiji obrazovanja, znanosti i tehnologije, a prvi nacionalni izvještaj nastao je na temelju projekta ANR Translit, Politike medijske i informacijske pismenosti u Europi (engl. *Media and Information Literacy Policies in Europe*), u kojem je uz Hrvatsku sudjelovalo 28 zemalja Europe. Tada su prvi put u Hrvatskoj ispitani modeli i politike medijskog obrazovanja, financiranje, broj i kvaliteta edukativnih programa, kapaciteti ključnih dionika te evaluacija postojećih aktivnosti (Kanižaj i Car, 2015). Od ostalih projekata treba izdvojiti portal medijskapismenost.hr. koji su 2016. godine pokrenuli Agencija za elektroničke medije i UNICEF. Njegovu važnost prepoznala je i Europska komisija, koja ga je uvrstila među 145 najznačajnijih projekata medijske pismenosti u Europi. Osim tog projekta, pod pokroviteljstvom Ministarstva kulture i Ministarstva znanosti i obrazovanja pokrenuti su projekt *Novo vrijeme, novi mediji: medijska pismenost mladih u 21. stoljeću* 2015. godine te projekt *Dani medijske pismenosti* (Ministarstvo znanosti i obrazovanja, 2018).

5.1. Definiranje koncepta medijske pismenosti

Bez obzira na nedostatak konsenzusa oko jedne definicije medijske pismenosti u literaturi, ona je općenito definirana kao sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i komuniciranja poruka u različitim oblicima (Aufderheide, 1993; Livingstone, 2003). Europska komisija (2017) navodi kako se medijska pismenost odnosi na sposobnost pristupa medijima, razumijevanje i kritičko vrednovanje različitih aspekata medija i medijskih sadržaja te ostvarivanje komunikacije u raznovrsnim kontekstima. UNESCO, s druge strane, promovira koncept medijske pismenosti s konceptom informacijske pismenosti (engl. *media and information literacy*, MIL) (UNESCO, 2011). Ono čemu sve može pomoći medijska pismenost je razvijanje kritičkog mišljenja, razumijevanje kako poruke koje mediji prenose oblikuju našu kulturu i društvo, identificiranje medijske strategije, prepoznavanje kako vlasnici

medija oblikuju sadržaj, prepoznavanje tehnika uvjeravanja koje se upotrebljavaju, prepoznavanje pristranih i pogrešnih informacija, ocjenjivanje medijskih poruka prema vlastitom iskustvu, vještinama, vjerovanjima i vrijednostima, kreiranje i distribuiranje vlastitih poruka te se zalaganje za medijsku pravednost (Novo vrijeme, novi mediji, 2016).

Detaljnije razumijevanje medijske pismenosti ponuđeno je u okviru spomenutih Mastermanovih pet ključnih koncepata medijske pismenosti. Među najvažnije koncepte medijske pismenosti ubrajaju se pitanja autorstva, strukture medijskih poruka i kreativnih tehnika koje su korištene da bi se kreirali medijski tekstovi (1. i 2. koncept). Potom je važna uloga publike koja konzumira i interpretira poruke iz medijskih tekstova (3. koncept). Osim toga, jako je bitno prepoznati koji su ciljevi i namjere kreatora medijskih sadržaja, odnosno koje su vrijednosti i stavovi predstavljani ili izostavljeni iz te poruke (4. i 5. koncept) (Wornsnop, 2004; Vučetić, 2019).

Medijska je pismenost međutim samo djelić u složenom medijskom i informacijskom okruženju. U pitanju nije samo odgovornost pojedinca u tome kako će provjeravati informacije, već puno šire, od financiranja borbe protiv dezinformacija od strane države do pitanja korištenja tehnologije i njezinog utjecaja na informacije koje primamo i kako s njima komuniciramo (Jack, 2017). U kojoj se mjeri medijska pismenost može boriti protiv problematičnog okružja vijesti otvoreno je pitanje. Ona je u svakom slučaju neophodna, ali nije dovoljna za razumijevanje današnjih problematičnih tokova informacija (Bulger and Davison, 2018).

6. Ključne vještine medijske pismenosti

Prema Livingstone i Thumim (2003), tri su dimenzije medijske pismenosti: tehničke kompetencije, vještine i praksa kritičkog razmišljanja/prihvatanja te proizvodnja sadržaja. Novi mediji također podržavaju važnost četvrte dimenzije, a to su korisnici koji bi trebali bi imati vještine i za stvaranje sadržaja i za dijeljenje istog. Dugo je medijska pismenost bila koncentrirana na kognitivne ili vještine vrednovanja (Koltay, 2011). Međutim trenutne društvene *online* prakse kao što su *online* igre ili *cyber* maltretiranja ukazuju na to da su često uključene i emocionalne i društvene vještine. Socijalne vještine, primjerice, uključuju sposobnost interakcije s drugima i komuniciranja o medijskim sadržajima, dok se motivacijske vještine usredotočuju se na ono što očekivati od različitih medija i na razvijanje pravih strategija za korištenje medija prema vlastitim potrebama (Groeben, 2002). Osim tih kompetencija, u literaturi se ističu četiri glavne vještine za učinkovitu medijsku pismenost. Te vještine uključuju pristup, analizu, vrednovanje i komunikaciju te sudjelovanje kao petu vještinu o kojoj se od nedavno raspravlja u literaturi.

Pristup uključuje lociranje i korištenje odgovarajućih medijskih alata, dolazak do ciljanih informacija korištenjem tih alata i razumijevanje značenja sadržaja. Osim alata potrebno je i tehnološko znanje određene razine (Hobbs, 2010; Thoman and Jolls, 2003). Međutim fizički pristup medijskim porukama ili medijskim alatima ne jamči njihovo učinkovito korištenje. S obzirom na vještinu pristupa koja ima društvene, kulturne i tehnološke aspekte, važni su čimbenici i posjedovanje dopuštenja za korištenje medijskih alata, poznavanje korištenja softvera te poznavanje normi grupe (Livingstone, 2003). Hobbs i Moore (2013) kao vještine pristupa navode vještine slušanja, razumijevanja sadržaja, korištenja odgovarajućih tehnoloških alata, postavljanja pitanja, prikupljanja informacija korištenjem više izvora te implementacije informacija za rješavanje problema.

Druga je vještina analiza i ona se može smatrati najistaknutijom vještinom medijske pismenosti. To je zato što je glavni cilj medijske pismenosti omogućiti kritičku autonomiju u odnosu s medijima, a sposobnost analize simboličkih tekstova temelj je medijske pismenosti (Livingstone, 2003). Vještine potrebne za analizu uključuju ispitivanje strukture, sadržaja, dizajna, oblika i slijeda poruka s kritičkom perspektivom koristeći umjetničke, književne, društvene, političke i ekonomske koncepte (Thoman and Jolls, 2003). Kada se pojedinci susreću s medijskim porukama, oni ili usvajaju te poruke površno ili ih razbijaju na dijelove i ulaze duboko u poruke tako što ih zasebno ispituju (Potter, 2010). U tom procesu analizira se autorstvo, publika, oblik i vrsta poruke te stajališta, likovi, subjekti i teme, raspoloženje, ambijent i kontekst u tim porukama (Hobbs and Moore, 2013). Medijski pismeni pojedinac s analitičkim vještinama svjestan je da je medijska poruka proizvod planiranog rada i jasno vidi granicu između stvarnog svijeta i svijeta koji mediji virtualno stvaraju (Potter, 2010).

Vrednovanje je proces za dovršetak faze analize i vještina donošenja sudova o kvaliteti ili vrijednosti medijskog sadržaja. Donošenje prosudbe provodi se uspoređivanjem medijskog sadržaja sa standardnom ili vrijednosnom mjerom (Pérez Tornero, Celot and Varis, 2007). Te vrijednosti mogu biti etička, moralna, znanstvena ili demokratska načela (Thoman and Jolls, 2003). U procesu vrednovanja također je važno uzimanje u obzir potencijalnih učinaka ili ishoda poruka (Hobbs and Moore, 2013). Kada se susreću s mišljenjima izraženim u medijskim porukama, pojedinci ih ili pamte i usvajaju kao svoja mišljenja ili uspoređuju informacijske elemente u poruci sa svojim vlastitim standardima (Potter, 2010). U tom procesu povezuju se poruke s vlastitim iskustvima i donose prosudbe o stvarnosti i kvaliteti poruka (Thoman and Jolls, 2003). Osim toga, prilikom interpretacije poruka različitih vrsta i oblika, medijski pismen pojedinac identificira i izbjegava neželjene i štetne medijske sadržaje te procjenjuje objektivnost informacija u medijskim porukama sa sadržajem reklama (Silver, 2009). Većina medijskih poruka konstruirana je u komercijalne, političke ili druge svrhe. Stoga je proces vrednovanja u kojem pojedinci propituju medijske sadržaje s obzirom na objektivnost i

stvarnost iznimno važan za medijsku pismenost. U novom medijskom prostoru, u kojem svatko može kreirati vlastite sadržaje i dijeliti ih s drugim pojedincima te u kojem nema oštih granica između medijskih kreatora i korisnika, propitivanje kvalitete sadržaja poprilično se razlikuje od tiskanih tekstova. Zato pojedinci trebaju posjedovati široku strukturu znanja o društvenom, kulturnom, gospodarskom, političkom i povijesnom kontekstu kako bi izvršili kritičku ocjenu i percipirali internet kao resurs u kojem se informacije propituju, procjenjuju i promišljaju (Livingstone, 2003).

Sljedeća je vještina komuniciranje koje se odnosi na kreiranje medijskih poruka i njihovo dijeljenje s drugim ljudima (Schmidt, 2013). Vještina komuniciranja značajna je u smislu da pretvara korisnike medija u medijske kreatore i distributere, pri čemu je uz produktivni izražen i reflektivni aspekt medijske pismenosti. Kroz tu vještinu koja korisnicima medija omogućuje stvaranje i dijeljenje vlastitih medijskih poruka kao alternativu profesionalno kreiranim medijskim sadržajima, pojedinci uče procese odabira sadržaja, uređivanja i konstruiranja metoda, tehnika i tehnologija radeći i tako bolje razumiju medijsku (Bilici, 2014).

Vještina sudjelovanja (Thoman and Jolls, 2003) ili djelovanja (Hobbs and Moore, 2013) uključuje kompetencije koje se odnose na aktivnog građanina koji koristi medijske alate za pronalaženje rješenja za probleme u obitelji, poslu ili društvu. Ta je vještina prilično povezana s vještinom komunikacije i zapravo je njezin dio. Nove medijske platforme omogućile su ljudima izražavanje putem tehnologija koje omogućuju trenutnu interakciju. Kreiranjem sadržaja i njihovom komunikacijom pojedinci mogu aktivno sudjelovati u društvenom životu, podržati različite kampanje i postati aktivni građani koji mogu braniti svoja prava. Vještina se komuniciranja često smatra metakonceptom koji uključuje vještinu sudjelovanja jer uključuje kreiranje sadržaja i dijeljenje istog s drugim ljudima i time sudjelovanje u društvenom životu i demokraciji (Thoman and Jolls, 2002; Hobbs and Moore, 2013).

7. Kriza demokracije i buduće strategije medijskog opismenjavanja

Promjene koje su se dogodile u tehnologiji, medijima i društvu zahtijevaju razvoj strategija medijskog opismenjavanja kako bi se građani osposobili za odgovarajuće čitanje medijskih poruka, samostalnu proizvodnju medijskog sadržaja (tzv. produktivni aspekt medijske pismenosti) te kako bi bili aktivni sudionici demokratskog društva (Kellner and Share, 2005). Možemo reći kako je medijska pismenost temelj informiranog građanstva, odnosno temelj za očuvanje i razvoj demokracije te građansku participaciju.

Značajan utjecaj na demokratske procese imaju i sami mediji jer oni mogu imati ulogu u manipulaciji javnosti ili pak podržavanju demokracije i prava građana na informaciju. U širem smislu, građanin suvremenog demokratskog društva

treba posjedovati navedene kompetencije i vještine kako bi bio sposoban razumjeti i aktivno sudjelovati u svim društveno-političkim aktivnostima. Tako medijska pismenost omogućuje građanima donošenje informiranih političkih odabira, razumijevanje političkoga diskursa i sudjelovanje u političkom životu i demokraciji (Letinić et al., 2016; Vučetić, 2019).

Uz navedene vještine i kompetencije, a u kontekstu krize demokracije, treba spomenuti i problematiku navigiranja komputacijskim prostorom informacija za čiju su složenu, dinamičnu i disonantnu strukturu sve više odgovorni korporativni algoritmi ili algoritmi tzv. treće strane. Takav prostor često odlikuju disrupcija, entropija i kaos koji dalje intenziviraju nesigurnost mišljenja, odnosno distorziju percepcije, volje i mišljenja. Upravo kroz razvijanje vještina, kompetencija, ali i praksi kritičkog mišljenja, medijska pismenost vraća društvenu i političku moć građanima (Husanović, Arsenijević and Hibert, 2020). Moglo bi se reći da se u tome krije i svojevrsna antinomija demokracije (Veljak, 2004) u kojoj se društvo protiv algoritamskih sustava kontrole, nadzora i upravljanja (ljudskom pažnjom i mišljenjem) bori uspostavljanjem ljudskih sustava kontrole, nadzora i upravljanja (algoritmima). Kako bismo izbjegli osjećaj individualne i kolektivne političke apatije i razočarenja koji su jedan od izvorišta krize demokracije, nužno je uravnotežiti osjećaj odgovornosti i stvarne kontrole koju građani imaju po pitanju političkih i društvenih promjena. Uspostavljanju navedene ravnoteže svakako doprinosi i kritičko razmišljanje kao jedan od aspekata medijske pismenosti, posebno u obliku kritičkog razumijevanja društvenih odnosa i distribucije društvene i političke moći (Cheng et al., 2018).

Kada govorimo o budućim strategijama medijskog opismenjavanja, prema Sivrić (2020), treninge medijske pismenosti treba usmjeriti na informirano građanstvo, potporu kvalitetnom novinarstvu, upoznavanje s interesima medijske pismenosti, shvaćanje konteksta u kojemu se medijska pismenost razvija, ulogu državnih i civilnih institucija, medijske trendove u svijetu i kod nas te na identificiranje moguće ciljane grupe i moguće poruke za njih. Dugoročno, naglasak treba staviti na unaprjeđenje medijskog obrazovanja, pri čemu bi bilo ključno ugraditi medijsku pismenost u nacionalne obrazovne politike svih država članica Europske unije (Buckingham, 2019). Ključno je razviti koncept medijske pismenosti kao cjeloživotnog učenja, razviti i usvojiti nacionalnu politiku medijske pismenosti, osnovati institucionalno tijelo za njezino provođenje te snažnije uključiti kritičku medijsku pismenost u obrazovne kurikule (Tomljenović, 2018).

8. Završne misli – Možemo li hakirati krizu demokracije?

Moramo razumjeti da pitanja koja smo u ovome članku integrativno promatrali – krizu demokracije, tehnike (dez)informiranja i medijsku pismenost – treba promišljati u kontekstu izražene refleksivnosti posttradicionalnog društva koja potiče

stalno propitivanje i sumnju, ne samo u društvene institucije već i u širu društvenu i političku percepciju realiteta. Također treba ih promatrati u kontekstu tehnosfere koja ne diktira samo novu estetiku već i novu etiku.

Suvremeno društvo treba svojevrsno društveno-političko restrukturiranje ako želi sačuvati demokraciju i njegovati daljnju demokratizaciju. Pritom je nužno zaštititi sferu javne komunikacije i informiranja od utjecaja komercijalnih interesa i korporativnih monopola, kao i uspostaviti novi pogled na političke procese i redefinirati pojam političke akcije.

S obzirom na složenost situacije u kojoj se nalazi demokracija 21. stoljeća, konkretni postupci hakiranja krize demokracije nadilaze razinu kurikularnog proširenja i kreiranja programatskih smjernica u području medijske pismenosti, tj. nužno je proaktivno i zakonsko reguliranje digitalnog i medijskog prostora koje vrlo često podrazumijeva nadzor, kontrolu i upravljanje prostorom algoritama.

Također, prema Bartlettu (2018), tu su i mnogi drugi načini kojima bismo mogli očuvati demokraciju, a neki od njih tiču se konkretno pitanja algoritimizacije ljudske komunikacije i ponašanja, hakiranja i „otmice“ pažnje te usavršavanja demokratskih procesa. Bartlett tako napominje da je potrebno osigurati i sačuvati neovisnost mišljenja i moralnu autonomiju građana, tj. da je nužno:

- osvijestiti opasnosti *outsourcinga* vlastite odgovornosti mišljenja u domenu algoritama, umjetnih neuronskih mreža i strojnog učenja
- svjesno i disciplinirano planirati vrijeme provedeno na Mreži i boriti se protiv različitih oblika ometanja pažnje i
- oblikovati novu digitalnu etiku čiji cilj nije samo povećati profit tehnoloških giganta.

Također trebali bismo njegovati demokratsku kulturu utemeljenu na kompromisu i općem zajedničkom razumijevanju prirode realiteta. To podrazumijeva:

- svjesno istupanje izvan prostora eho komora i slušanje suprotnog mišljenja
- poticanje kritičkog razmišljanja i kritičke prosudbe informacija koji se temelje na kombinaciji različitih vještina poput provjere informacijskih izvora, znanja o tome kako funkcionira svijet digitalne tehnologije i algoritama, do sveobuhvatnog razumijevanja naših vlastitih psiholoških, tj. kognitivnih pristranosti i iracionalnosti
- nadziranje i kontrolu algoritama.

Potonje se odnosi na uspostavljanje nacionalnog i međunarodnog zakonodavstva s ciljem kreiranja mehanizama nadzora i kontrole algoritama, poput, primjerice, osnivanja stručnih skupina koje će, nasumično ili s konkretnom namjerom,

ispitivati i analizirati algoritme velikih tehnoloških tvrtki i mehanizme i pravila njihova funkcioniranja.

U sklopu njegovanja demokratske kulture treba spomenuti i prijedlog dokidanja reklamnog modela internetske ekonomije koji građane pretvara u jedinstvene i predvidljive podatkovne točke Mreže, odnosno mrežne čvorove ekonomske transakcije (Vajzović et al., 2021). U tom je smislu nužno osvijestiti da je navedeno i rezultat našeg vlastitog nepromišljenog pristanka na „uvjete korištenja“.

Naposljetku, Bartlett predlaže osiguravanje slobodnih, pravednih i demokratskih izbora i suverenog autoriteta koji nema samo mogućnost društveno-političkog upravljanja već i odgovornost prema građanima. Takav pristup podrazumijeva:

- ažuriranje zakona koji uređuju izborne kampanje
- nadziranje i kontrolu političkih *botova*, *trolova* i utjecajnih osoba koje imaju moć utjecaja na javno mišljenje
- osiguravanje transparentnosti rada vlada i vladinih institucija
- pametnu integraciju umjetne inteligencije i znanosti o podacima u državni sektor te učinkovitu primjenu novih tehnologija, poput tehnologije *blockchaina*, koje mogu osigurati budućnost demokracije.

Navedene promjene, unatoč trendovima neprekidne datafikacije, algoritmicizacije i komodifikacije ljudskog mišljenja i djelovanja, mogu osigurati uspješan odnos države i njezinih građana i uspostaviti nove političke prakse i nove oblike odnosa moći koji će uspješno povezati različite društvene i političke interese.

Tu su i prijedlozi drugih autora (Pasquale, 2015; Shaffer, 2019; Timcke, 2021) koji se odnose na suvremeni informacijski i komunikacijski prostor obilježen različitim izazovima, od širenja propagande, dezinformacija i lažnih vijesti, preko jačanja pristranosti, ideološke polarizacije i slabljenja kritičkog mišljenja, do nepovjerenja i sumnje u društvene i javne institucije. Unatoč navedenim izazovima koji s dinamičnim karakterom modernog informacijskog i medijskog prostora sve više ugrožavaju priliku za transparentnu i učinkovitu komunikaciju i informiranje te ostvarivanje dijaloga i kompromisa u javnom prostoru, Pasquale, Shaffer, i Timcke vjeruju da se problemi navedeni u prijašnjim poglavljima mogu riješiti promjenom osobnih navika i praksi korisnika informacija i medija, obrazovanjem građana kako bi razumjeli sustav vlasti kao i način kako tvrtke utječu na vlast, društvo i kulturu, jačanjem računalne pismenosti novinara, uvođenjem revizora koda, jasnim strategijama u području dizajna, arhitekture i funkcioniranja platformi za distribuciju informacija i medijskih sadržaja te jasnim i pravovremenim planiranjem nacionalnih i međunarodnih strategija i aktivnosti.

No i dalje temeljnim pristupom rješavanju problema dezinfodemije koja uzrokuje krizu demokracije, pristupom koji podržavaju i za koji se zalažu gotovo svi

autori spomenuti u tekstu kao i sami autori teksta, ostaje medijsko opismenjavanje javnosti.

Medijska se pismenost često referira na mogućnost kritičkog suočavanja s medijskom interpretacijom stvarnosti. Distribuiranjem medijskih poruka distribuiraju se i vrijednosti koje oblikuju percepciju, emocije i kogniciju integrirajući se tako dublje u kulturu i društvo. Uz kritičko promišljanje te razumijevanje prirode medijskog sustava, a u kontekstu društvenih medija i prosumerske kulture, danas je iznimno važno promišljati i produktivni aspekt medijske pismenosti, a ne samo reflektivni. Medijska je pismenost jedan od glavnih čimbenika hakiranja krize demokracije te očuvanja kolektivne mentalne ekologije i društvene percepcije. Ujedno predstavlja i odmak od čistog tehnofundamentalističkog pristupa i pokušaja rješavanja političkih i društvenih problema isključivo novim tehnologijama i tehnikama. No medijska pismenost nije tek set tehničkih, odnosno informacijsko-komunikacijskih vještina kojima se trebamo obračunati s problemima dezinfodemije, lažnih vijesti i kognitivnog hakiranja. Iako obuhvaća tehničke kompetencije, upravo kroz vještine i prakse kritičkog mišljenja i pravilnog razumijevanja funkcioniranja tehnologije, ekonomije i ljudske biologije, medijska pismenost vraća društvenu i političku moć građanima. Tako primjerice i korisnici i donositelji odluka trebaju imati mogućnost razumijevanja i analize rezultata algoritamskih procesa, a ne samo razumjeti što su algoritmi i kako rade. Medijska pismenost i sposobnost kritičke prosudbe informacija i medijskih sadržaja omogućili bi građanima bolje razumijevanje rizika i vlastite uloge u informacijskom i medijskom prostoru. Uz programe obrazovanja u području medijske pismenosti, provođenje projekata medijske pismenosti i kreiranje platformi koje bi okupljale i poticale suradnju među različitim društvenim dionicima neki su od glavnih čimbenika uspješnog odgovora na izazove složenog i dinamičnog informacijskog i medijskog prostora.

Hakiranje krize demokracije i kritički pristup procesima tehnologizacije i homogenizacije biosfere zajednička je odgovornost društva (zajednice) i pojedinaca. No iznimna je i odgovornost korporativnih subjekata koji nisu tek neutralni pružatelji usluga i proizvoda, već politički, društveno i moralno odgovorni agenti koji moraju početi proaktivno djelovati i promijeniti svoj pristup dizajniranju proizvoda i usluga (Singer and Brooking, 2018). Možemo reći da informacijska, medijska, pa i algoritamska pismenost nisu više odgovornost samo obrazovnog sustava, već i imperativ nacionalne i ekonomske sigurnosti, tj. društvene i političke stabilnosti. Zaštita političkih i demokratskih procesa od nekontroliranog utjecaja digitalne tehnologije nova je i složena sigurnosna prijetnja, posebno kada se u obzir uzmu višestruki načini podriivanja demokratskih procesa širokom uporabom digitalne tehnologije (i algoritama) i diskurs koji počiva na populizmu, lažnim vijestima i dezinformacijama. Cilj očuvanja demokracije, tj. hakiranja krize demokracije tim

je teži jer nedostatak transparentnosti digitalnih platformi čini zadatak mjerenja učinka dezinformacija na društvo gotovo nemogućim.

Ipak, javna promišljanja i rasprave na temu tehnicizacije (algoritimizacije i datafikacije), dezinfodemije i krize demokracije nužne su kako bi se potaknulo promišljanje struke, donositelja odluka, ali i šire javnosti o nužnosti uravnoteženja osjećaja (individualne i kolektivne) odgovornosti i mogućnosti stvarne kontrole, odnosno odgovornosti i djelovanja pojedinca s jedne strane i odgovornosti i djelovanja javnih državnih institucija i privatnih tvrtki s druge strane. Jedino tako možemo potaknuti dijalog o nužnosti kreiranja strategije i programa za promicanje i razvijanje medijske pismenosti i kritičkog mišljenja u svrhu ne samo suprotstavljanja dezinformacijama već i kritičkog razumijevanja društvenih odnosa i distribucije društvene i političke moći. Jedino tako možemo započeti akciju hakiranja krize demokracije.

LITERATURA

- Alvermann, D. E. and M. C. Hagood (2000). Critical media literacy: Research, theory, and practice in “new times”. *The Journal of Educational Research* 93, 3: 193–205.
- American Library Association. (2017, October 2). *Media Literacy @ Your Library*. [citirano: 2022–03–10]. Dostupno na: <https://www.ala.org/tools/programming/media-literacy-your-library>
- Aufderheide, P. (1993). *Media literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Aspen, CO: Aspen Institute. [citirano: 2022–03–10]. Dostupno na: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED365294.pdf>
- Bartlett, J. (2018). *People vs tech: How the internet is killing democracy (and how we save it)*. New York: Ebury Press.
- Bawden, D. (2001). Information and digital literacies: A Review of concepts. *Journal of Documentation* 57, 2: 218–259.
- Benasayag, M. (2021). *The Tyranny of algorithms: Freedom, democracy, and the challenge of AI*. New York: Europa Compass.
- Bilici, I. E. (2014). Competition vs. collaboration: A Study on promoting children’s, parental and teachers’ collaborative roles in twenty first century digital and media literacy education. *Medijska istraživanja* 20, 2: 69–85. [citirano: 2022–03–25]. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/133808>
- Bridle, J. (2018). *New dark age: Technology and the end of the future*. London, Brooklyn: Verso.

- Bucher, T. (2018). *If ... then: Algorithmic power and politics*. New York: Oxford University Press.
- Buckingham, D. *Media literacy policy in Europe: Where are we going and how can we get there*. YouTube video, 40:03, September 11, 2019. [citirano: 2022–03–22]. Dostupno na: https://youtu.be/_6BWy5L6dNM
- Buckingham, D. (2019). *The media education manifesto*. Cambridge, UK. Polity Press.
- Bulger, M. and P. Davison (2018). The Promises, challenges and futures of media literacy. *Journal of Media Literacy Education* 10, 1: 1–21.
- Chandler, D. A. (2015). World without causation: Big data and the coming of age of posthumanism. *Millenium: Journal of International Studies* 43, 3: 833–851. doi: 10.1177/0305829815576817.
- Chaykowski, K. (2017). *Facebook unveils 'Journalism Project' to strengthen media ties and promote news literacy*. [citirano: 2022–03–10]. Dostupno na: <https://www.forbes.com/sites/kathleenchaykowski/2017/01/11/facebook-unveils-journalism-project-to-strengthen-media-ties-and-promote-news-literacy/?sh=6a86ceb4d82a>
- Cheney-Lippold, J. (2017). *We are data: Algorithms and the making of our digital selves*. New York: New York University Press.
- Cheng, Q. et al. (2018). *Hacking democracy: Cybersecurity and global election interference: Task Force Report Winter 2018*. [citirano: 2022–03–10]. Dostupno na: <https://digital.lib.washington.edu/researchworks/handle/1773/43754>
- Chomsky, N. (2006). *Mediji, propaganda i sistem*. Zagreb: Društvo za promicanje književnosti na novim medijima.
- Finn, E. (2017). *What algorithms want: Imagination in the age of computing*. Cambridge: The MIT Press.
- Groeben, N. (2002). Dimensionen der Medienkompetenz: Deskriptive und normative Aspekte. In: N. Groeben und B. Hurrelmann (hrsg.). *Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen*. (S. 160–197). Weinheim, München: Juventa. Citirano prema: Pfaff-Rüdiger, S., C. Riesmeyer and A. Kumpel (2012). Media literacy and developmental tasks: A Case study in Germany. *Medijske studije*, 3, 6: 42–56. [citirano: 2022–03–25]. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/96362>
- Hibert, M. (2018) *Digitalni odrast i postdigitalna dobra: Kritičko bibliotekarstvo, disruptivni mediji i taktičko obrazovanje*. Zagreb: Multimedijalni institut.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: A plan of action*. Washington, DC: The Aspen Institute.
- Hobbs, R. and D. C. Moore (2013). *Discovering media literacy: Teaching digital media and popular culture in elementary schools*. Thousand Oaks, CA: Corwin.

- Husanović, J., D. Arsenijević i M. Hibert, M. (2020). *Društvena pismenost: Kultura, ekologija, mediji*. Sarajevo: Muzej književnosti i pozorišne umjetnosti Bosne i Hercegovine.
- Jack, C. (2017). *Lexicon of lies: Terms for problematic information*. New York: Data & Society Research Institute. [citirano: 2022–03–10]. Dostupno na: <https://datasociety.net/output/lexicon-of-lies/>
- Kanižaj, I. i V. Car (2015). Hrvatska: Nove prilike za sustavan pristup medijskoj pismenosti. U: V. Car, L. Turčilo, i M. Matović (ur.). *Medijska pismenost: Preduvjet za odgovorne medije*. (Str. 23–41). Sarajevo: Fakultet političkih nauka.
- Kellner, D. and J. Share (2005). Toward critical media literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education* 26, 3: 369–386. doi: 10.1080/01596300500200169.
- Koltay, T. (2011). The media and the literacies: Media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society* 33, 2: 211–221.
- Letinić, A. et al. (2016). *Čitajmo između redaka: Priručnik za razvoj medijske pismenosti*. Zagreb: Gong: Kurziv. [citirano: 2022–03–22]. Dostupno na: https://www.gong.hr/media/uploads/med_pismenost_pub.pdf
- Luke, A. (2012). Critical literacy: Foundational notes. *Theory Into Practice* 51, 1: 4–11. doi: <https://doi.org/10.1080/00405841.2012.636324>.
- Livingstone, S. (2003). The changing nature and uses of media literacy. *MEDIA@LSE Electronic Working Papers*, 4: 1–31. [citirano: 2022–03–25]. Dostupno na: http://eprints.lse.ac.uk/13476/1/The_changing_nature_and_uses_of_media_literacy.pdf
- Livingstone, S. and N. Thumim (2003). *Assessing the media literacy of UK adults: A review of the academic literature*. [citirano: 2022–03–25]. Dostupno na: http://eprints.lse.ac.uk/21673/1/Assessing_the_media_literacy_of_UK_adults.pdf
- Media literacy in a disruptive media environment* (2020). New York: London; Routledge.
- Milardović, A. i L. Žeravica (2015). Postdemokratsko stanje. *Europske studije* 1, 1: 159–182.
- Ministarstvo znanosti i obrazovanja (2018). *Dani medijske pismenosti 2021*. [citirano: 2022–03–10]. Dostupno na: <https://mzo.gov.hr/vijesti/dani-medijske-pismenosti-2021/4286>
- Nagelhus Schia, N. and L. Gjesvik (2020). Hacking democracy: Managing influence campaigns and disinformation in the digital age. *Journal of Cyber Policy* 5, 3: 413v428. doi: <https://doi.org/10.1080/23738871.2020.1820060>.
- Noble, S. U. (2018) *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism*. New York: New York University Press.

- Novo vrijeme, novi mediji: Medijska pismenost mladih u 21. stoljeću: priručnik.* (2016). [citirano: 2022–03–22]. Dostupno na: http://www.cesi.hr/attach/_m/medijska-pismenostprirucnik-2016.pdf
- Olhede, S. C. and P. J. Wolfe (2018). The growing ubiquity of algorithms in society: Implications, impacts and innovations. *Philosophical Transactions of the Royal Society A* 376, 2128. doi: <https://doi.org/10.1098/rsta.2017.0364>.
- Orlov, D. (2017). *Shrinking the technosphere: Getting a grip on technologies that limit our autonomy, self-sufficiency and freedom.* Gabriola Island: New Society Publishers.
- Pasquale, F. (2015). *The Black box society: The Secret algorithms that control money and information.* Cambridge, London: Harvard University Press.
- Pérez Tornero, J. M., P. Celot and T. Varis (2007). *Current trends and approaches to media literacy in Europe.* Brussels: European Commission. [citirano: 2022–03–25]. Dostupno na: http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/literacy-trends-report_en.pdf
- Potter, W. J. (2010). The state of media literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 55, 4: 675–696. doi: <https://doi.org/10.1080/08838151.2011.521462>.
- Schmidt, H. C. (2013). Media literacy education from kindergarten to college: A comparison of how media literacy is addressed across the educational system. *Journal of Media Literacy Education* 5, 1: 295–309. [citirano: 2022–03–26]. Dostupno na: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol5/iss1/3/>
- Shaffer, K. (2019). *Data versus democracy: How big data algorithms shape opinions and alter the course of history.* New York: Appres.
- Singer, P. W. and E. T. Brooking (2018). *LikeWar: The Weaponization of social media.* New York: Houghton Mifflin Harcourt.
- Silver, A. (2009). A European approach to media literacy: Moving toward an inclusive knowledge society. In: D. Frau-Meigs i J. Torrent (eds.). *Mapping media education policies in the world: visions, programmes and challenges.* (Pp 11–13). New York: UN Alliance of Civilizations.
- Sivrić, I. (2020). Medijska pismenost: Oružje u hibridnom ratu protiv lažnih vijesti i dezinformacija. *South Eastern European Journal of Communication* 2, 1: 113–124. [citirano: 2022–03–24]. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/240832>
- Srnicek, N. (2016). *Platform capitalism.* Cambridge, UK: Polity Press.
- Thoman, E. and T. Jolls (2003). *Literacy for the 21st century: An Overview & orientation guide to media literacy education: CML Media Lit Kit.* [citirano: 2022–03–10]. Dostupno na: http://www.medialit.org/sites/default/files/mlk/01_MLKOrientation.pdf
- Timcke, S. (2021) *Algorithms and the end of politics: How technology shapes 21st-century American life.* Bristol: Bristol University Press.

- Tomljenović, R. (2018). *Važnost strateškog pristupa u razvoju i definiranju medijske pismenosti*: Diplomski rad na Specijalističkom diplomskom stručnom studiju. [citirano: 2022–03–10]. Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:146:795185>
- UNESCO (2011). *MIL curriculum for teacher education*. Paris: UNESCO.
- Vajzović et al. (2021). Vajzović, E.; M. Hibert; L. Turčilo; V. Vučetić; L. Silajdžić. *Medijska i informacijska pismenost: Dizajn učenja za digitalno doba*. Sarajevo: Fakultet političkih nauka.
- Veljak, L. (2004). Etičke i političke antinomije demokracije. *Filozofska istraživanja* 24, 1: 165–171. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/202952>
- Vosoughi, S., D. Roy and S. Aral (2018). The spread of true and false news online. *Science* 359, 6380: 1146–1151. doi: 10.1126/science.aap9559.
- Vučetić, V. (2019). Medijska pismenost kao ključna kompetencija 21. stoljeća. *South Eastern European Journal of Communication* 1, 2: 37–36.
- Walsh, M. (2010). Multimodal literacy: What does it mean for classroom practice? *Australian Journal of Language and Literacy* 33, 3: 211–239.
- Wilson, M. (2017) Algorithms (and the) everyday. *Information, Communication & Society* 20, 1: 137–150. doi: 10.1080/1369118X.2016.1200645.
- Worsnop, C. M. (2004). *Media literacy through critical thinking: Teacher materials*. [citirano: 2022–03–22]. Dostupno na: <http://docplayer.net/13775802-Media-literacy-through-critical.html>
- Wu, T. (2016). *The Attention merchants: The Epic scramble to get inside our heads*. New York: Alfred A. Knopfs.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The Fight for a human future at the new frontier of power*. New York: Public Affairs.