

(VIDEO)MEDIJSKA PISMENOST, MANIPULACIJA, OVISNOST

Dževdet Hadžselimović

Pula

Primljeno 19. veljače 2004.

Kao dio šireg fenomena masmedijske kulture (video)medijska se pismenost postavlja u kontekst raznovrsnih umijeća »čitanja« kojima bi čovjek trebao ovladati. Žveći okružen (video)medijima te izložen stalnim, dinamičnim i ubrzavajućim promjenama. Neophodnost i hitnost razvijanja (video)medijske pismenosti proizlazi, prije svega, iz brojnih nepovoljnih posljedica manipulacijske moći (video)medija u životu današnjeg čovjeka: (video)medijska ovisnost, informacijsko zagađivanje i nesnalaženje u poplavi informacija, parcijalizacija svijesti i dezorijentacija, opadanje sposobnosti usredotočivanja pozornosti, slabljenje empatije i navikavanje na patnje i stradavanja drugih, zatiranje autentičnih kultura, jezika i umijeća, ekscesivna potrošnja i ubrzana globalna destrukcija okoliša i sl. Predočavaju se neke od strategija (video)medijske manipulacije i propituju pokušaji, mogućnosti, poteškoće i barijere u sustavnom razvijanju (video)medijske pismenosti ili umijeća »čitanja« (video)medija. Otvoreno je pitanje tko će, na koji način i s kakvim izgledima na uspjeh obavljati taj veliki posao.

Ključne riječi: (video)medijska pismenost, (video)medijska ovisnost, (video)medijska manipulacija, masmedijska emancipacija

Opisujući raznolikost umijeća čitanja u svojoj zanimljivoj knjizi *Povijest čitanja* (1) Alberto Manguel navodi i umijeća »čitanja« iz knjige Žvota, kad čitamo tragove, karte, note, snove, znakove (prometne, zločina, bolesti, vremena ...), zvijezde, geste, pokrete, osjećaje ... Dodali bismo tome ono što je Manguel, po svoj prilici, namjerno zaobišao: »čitamo« i (video)medije, razumije se, ako smo tu vještinu svladali. Nije se on upuštao ni u čitanje u (video)medijima, premda ono (kao vertikalno čitanje na zaslonu televizora ili računala) ima već relativno dugu povijest i jest čitanje u užem smislu. Ovim zapravo dotičemo i bitnu razliku između čitanja u (video)medijima i »čitanja« (video)medija. »Čitanje« (video)medija, odnosno (video)medijska kultura, pismenost ili kompetentnost u stvari je

kritičko gledanje (video)medijskih programa i/ili poruka, kritički odnos i propitivanje skrivenih značenja (video)medijskih sadržaja, da bismo, zahvaljujući toj kompetenciji, pružili manje ili više svjestan otpor (video)medijskom zarobljavanju, ovisnosti i manipulaciji.

Kad je svojevremeno Kafka rekao da čovjek čita da bi postavljao pitanja, istakao je zapravo visok zahtjev svakom čitanju, pa tako i »čitanju« (video)medija. Dijalog s piscem nekog teksta misaoni je proces i napor, a to isto vrijedi i za stalno postavljanje pitanja i dekodiranje, manje ili više skrivenih, poruka tijekom gledanja nekog (video)medijskog sadržaja.

U nastojanju da odredimo i omeđimo pojam (video)medijske pismenosti (u daljnjem tekstu: (V)MP) valja reći da to nije informatička pismenost. Informatička je pismenost dobrodošla, ali nikako dovoljna sastavnica (V)MP. Stavljajući riječ *video* u zagrade, naznačujemo da govorimo prije svega o *videomedijima*, premda većina onog što ćemo reći vrijedi i za ostale masmedije.

Zašto je danas svladavanje (V)MP jedno od temeljnih obrazovnih prava i zadataka u osobnom razvoju? Zašto dakle učiti »čitati« (video)medije? Mogli bismo tome navesti više »pozitivnih« razloga: dobro je biti pismen u bilo čemu pa i u čitanju (video)medija; okruženi smo (video)medijima i utopljeni u svijet njihovih poruka, oni su bitan dio »ubrzan« stvarnosti i stalnih promjena, kojim se moramo prilagođavati itd. Međutim, odgovorit ćemo na postavljeno pitanje navodeći prije svega brojne nepovoljne posljedice nedovoljne (V)MP i dominacije (video)medija u našim životima.

- **(Video)medijska ovisnost i njene posljedice** – ova je vrsta ovisnosti postala u našoj svagdašnjici toliko očigledna da uopće nije potrebno navoditi neke posebne dokaze o općem buljenju u razne vrste zaslona, najčešće u televizijski, a sve češće u zaslone računala i mobitela. Opširnije o uzrocima i posljedicama, opisanim slučajevima i terapiji ove vrste ovisnosti može se pročitati u knjizi *Razgovori o (video)medijskoj ovisnosti* (2), a mi ćemo ovdje, tek kao ilustraciju, navesti nekoliko izjava ljudi koji osjećaju nelagodu zbog ovisnosti o televiziji: *kad je gledam osjećam se hipnotiziranim; televizija mi ispire mozak; televizija je ovisnost, a ja sam ovisnik; kad zaglavim pred ekranom, osjećam se kao glavica zelja; televizija mi um pretvara u kašu; kad je gledaju moja djeca izgledaju kao zombiji; kako da svoju djecu odvojim od nje i vratim ih životu* (3)?

Još jaču nelagodu osjećamo čitajući opise užitaka učenika viših razreda osnovne škole dok igraju nasilne (video)igre, a naveli su ih

u jednom našem nepubliciranom istraživanju: *uŽvam kad ga »rasturam«; osjećam moć, mogu ubijati; uŽtak je kad ga ubijem; osjećam da sam unutra pa ubijam, koljem, reŽem; uŽvam u agresiji i razaranja; uzbuđujem se – nasilje, klanje...* Videomediji doista onečišćuju svijest naše djece prenošenjem dominantno nasilnih modela ponašanja, a to mentalno zagađivanje ljudskog svijeta nije ništa manje opasno od fizičkog i kemijskog zagađivanja svijeta prirode. Ne začuđuje stoga što je (video)medijsko nasilje prepoznato kao jedan od čimbenika porasta nasilja u svijetu općenito, da neki mladi nasilnici izjavljaju da im je već dosta gledanja (igranja), a da u slučaju posljednje »igre« učenika Roberta Steinhäusera (ubio je 16 osoba i potom sebe u gimnaziji Gutenberg u Erfurtu) nije bilo jasno je li on bio svjestan da ubija stvarne ljude ili likove u svojoj omiljenoj videoigri, koju je kao (video)medijski ovisnik igrao bezbroj puta.

- **Obilje, eksplozija, poplava informacija, znanja, podataka...**, pa ipak, prema Billu McKibbenu, Žvimo trenutak dubokog neznanja o tome tko smo, kamo idemo i što doista namjeravamo učiniti sa svojim Žvotima (4). Budući da postoji i informacijsko smeće (smog, toksini, virusi), manipuliranje podacima, zagađenje znanja i sl., manjkaju nam bitne informacije o tome što se stvarno dogodilo ili što se događa: ne znamo, recimo, što i/ili tko doista stoji iza događaja 11. rujna u New Yorku, no ne znamo ni kakvu vodu pijemo u gradu u kojem Žvimo itd. Teško je pronaći prave informacije i doista vrijedno znanje; čak u i nastavnim programima i udžbenicima nerijetko nalazimo informacijske toksine, obrasce netolerancije i mrŽnje, spolne, nacionalne ili vjerske predrasude itd. Ni internet kao svojevrsna virtualna anarhija nije utjeha, ili kako netko reče: *»Ždni smo, a umjesto slavine nude nam se slapovi Nijagare.«* Tako sumnja u svijetu izobilja informacija i svakojakog »znanja« postupno postaje bitan dio našeg identiteta i osnovni alat snalaženja pa je teško ne složiti se s onim što o tome kaže teoretičar medija N. Postman:

Većina informacija odavno je prestala biti od ikakve koristi za nas. Informacije su postale neka vrsta otpada ... Naši obrambeni sustavi protiv obilja informacija zakazali su, naši imunološki sustavi su u kvaru (5).

- **Parcijalizacija, razbijanje, drobljenje svijesti, a potom i dezorijentacija**, kao da su neizbježne posljedice stalnog bombardiranja videomedijskim slikama i podražajima. Zbiva se to kao zbrajanje svega i svačega, kao kaotična usporednost ... (*Love parade* u Berlinu

i masakr u Srebrenici, umiranje u Ruandi i veliki Papin jubilej u Rimu ...), najčešće bez promišljanja, refleksije i bitnih kritičkih pitanja: zašto, kako je moguće i sl. O cinizmu takvog posredovanja svijeta i događaja u njemu izvrsno raspravlja i P. Sloterdijk u svojoj *Kritici ciničnoga uma*:

Masovno umiranje u Trećem svijetu i reklame za šampanjac, reportaže o katastrofi okoliša i salonu najnovije produkcije automobila ... (6)

- **Postupno opadanje sposobnosti usredotočivanja pozornosti.** Usredotočiti se i udubiti duže vrijeme na bilo koju specifičnu stvar, pa i na ono što čitamo, učimo ili slušamo sve je teže, a to posebno vrijedi za djecu. ADD (attention deficit disorder) – poremećaj pažnje bit će po svoj prilici sindrom informacijskog doba. Sve je više djece koja nisu odgledala ni jednu tv-emisiju, ili izvela nešto drugo, od početka do kraja. Izobilje ponuđenog, daljinski upravljač, mobitel, videoigre, hipertekst na internetu i sl. pogoduju prekidanju aktivnosti, ometaju trajniji koncentriran rad, a provociraju stalno mijenjanje programa, sadržaja ili aktivnosti, skokovito čitanje i sl.

J. Healy je iskazala bojazan da se mijenja fiziologija dječjeg mozga što bi moglo uzrokovati sve učestalije poremećaje pozornosti i depresiju kod djece. Učestale videoigre i slične aktivnosti mogle bi, prema njoj, stvoriti generaciju impulzivnih i nerefleksivnih ljudi, koji će imati teškoća s produbljenim, na budućnost orijentiranim i moralnim promišljanjem (7). Naši su stručnjaci nedavno u *Jutarnjem listu* (25. listopada 2003.) upozorili da je svako peto dijete u Hrvatskoj hiperaktivno. Sve izrečeno ima, razumije se, ozbiljne implikacije na rad u školi, učenje kod kuće, razumijevanje djece i mladih itd. U budućnosti se pretpostavlja još nepovoljnije stanje. Ne govori li književnica (k tome urednica i izdavač) Milana Vuković-Runjić svojim primjerom o novoj situaciji i naznačenim tendencijama?

Knjige koje sam pročitala od početka do kraja mogu se nabrojati na prste jedne ruke. Imam koncentraciju kolibrića i svake minute zanima me nešto drugo (8).

- **Navikavanje na patnje i stradanje drugih, slabljenje empatije i sućuti** – prepuštajući se zavodljivoj (video)medijskoj plimi, a bez potrebne kritičke svijesti o njenim učincima, postupno gubimo sposobnost da stvari shvaćamo ozbiljno, da nas potresu užasni prizori,

da se uživimo i suosjećamo s patnjama Žtava. Postajemo neosjetljivi i ravnodušni na nasilje prema drugima, dapače i sami, primjerice u nekoj videoigri, simbolički ubijamo bezbroj puta ... No, sve to, prije ili poslije, ima svoju cijenu i na neki način dolazi na naplatu. Indiferentni, malo buljimo u ratna stradanja u Iraku pa se malo prebacimo na nogomet ili neki kviz, potom još ravnodušniji gledamo palestinsku tragediju itd. Problem jest kako Žvjeti s time: otupjeti i dalje pasivno konzumirati sve što je ponuđeno ili, slično nekim mladima, pokušati pobjeći i zaboraviti, pomažući se pri tome *ecstasyem* i *techno-glazbom*, o čemu govori i jedan sudionik *Love Parade* u Berlinu, kako to bilježi G. Grass.

Upravo mi je maloprije neki mladić, izvrsno raspoložen, rekao: »Svijetu i tako nema spasa, dakle napravimo party ... čak iako se negdje na Balkanu, u Tuzli, Srebrenici i drugdje puca, ubija (9)«.

- **Nestajanje autentičnih lokalnih kultura (jezika, znanja, običaja ...)** – kao dio šireg procesa globalizacije izrasta i McDonalds-kultura (*Mc-culture*). Građani su sve pasivniji, zarobljeni gledatelji i manipulirani potrošači, a (video)medijska zabava kao »droga iz utičnice« služi kao sredstvo za uspavljivanje kritičke svijesti i posreduje temeljni Žvotni stil: radi, zarađuj, kupuj, troši, opusti se, *be cool*, uživaj ... pa ono što Kalle Lasn kaže za Amerikance sve više oblikuje i naše Žvotne.

Reklame su najrašireniji i najopasniji mentalni zagađivači. Od ranog jutra do kasno u noć, sićušne čestice komercijalnih otrovnih tvari ulaze u naše mozgove ... Nama se manipulira na vrlo podmukao način ... Beskrajne poruke o proizvodima utkale su se u samo tkivo naše egzistencije. Većina Amerikanaca vodi programirane Žvotne – spavaju, jedu, voze se automobilima, rade, kupuju, gledaju TV, spavaju ... Ljudski duh, sazdan od ponosnih oprečnosti i žestoke nezavisnosti, pripitomljen je (10).

- **Ubrzana globalna destrukcija okoliša i uvjeta za opstanak** – reklamiranje i oglašavanje potiču ekscesivnu potrošnju kao golemi zamajnjak razorne kapitalističke produkcije. »Kad čujem riječ reklama, mislim: razaranje«, kaže Anders (11). Upravo se globalnim (video)medijskim naturanjem (američkog) Žvotnog stila ekscesivne potrošnje najviše razara i zagađuje biosfera našeg planeta. I djeca su veliki potrošači. Brojnim je vrstama opasnog otpada odne-

davno, primjerice, pridodan i tzv. e-otpad: odbačena računala, mobiteli, videoigre već se nalaze u našim šumama. Do kada će priroda podnositi takvo grubo nasilje? W. Bowen upozorava da korporacije i oglašivači ne poznaju granice pa *naglas sanjaju o pravljenu laser-skih reklama na nebu* (12).

(Video)medijska pismenost – dio širokog otpora opisanim posljedicama

Polazna stajališta u razvijanju (V)MP (modificirano prema E. Thoman):

- Svaka poruka, emisija, (video)igra, film, program, posebice oglas ili reklama, konstruirani su, zamišljeni i načinjeni s određenom svrhom i namjerom (manipulirati, zabaviti, »informirati«, prodati ...).
- Da se ostvari postavljeni cilj koriste se brojna izražajna sredstva (jezik, glazba, montaža, sofisticirane tehnike manipuliranja informacijama ili stvarnošću ...), najčešće da se stvarna namjera što bolje skrije i maskira.
- (Video)mediji posreduju manje ili više skrivene stavove, vrijednosti, životne stilove, ponašanja ... (najčešće: vrijednosti i životni stil konzumerizma).
- U današnjem svijetu (video)medije primarno pokreću interesi kapitala, posla i profita. Ne vrijedi to samo za oglašavanje, već i za zabavni i informativni program. Zarobiti što veći broj gledatelja, zabaviti ih i pasivizirati, dati im »kruha i igara«, dovesti rimske arene u njihove domove.
- Ovisno o znanju, umijećima, kritičnosti i uloženom naporu (video)medijske je poruke moguće razumijevati i drugačije, a ne samo onako kako bi to htio njihov stvaralac. Iz ove konstatacije proizlazi mogućnost učenja »čitanja« i boljeg razumijevanja (video)medijskih poruka, njihovog podteksta i pravog značenja, a potom i mogućnost otpora nepoželjnim učincima. Iz citata Elizabeth Thoman, jasno je da to nije nimalo jednostavan zadatak.

Medijska pismenost nisu gotova znanja, prije su to uvijek prisutni proces, umijeće i način razmišljanja ... Moramo obrnuti jednosmjerni sustav komercijalnih masmedija u dvosmjerni proces rasprave, refleksije i postupanja ... Djeci valja postupno dati umijeća koja će im, kao nove naočale, omogućiti da »čitaju« svoju medijsku kulturu (13).

Dakako da je bit (V)MP kritički stav, postavljanje pitanja i refleksija o primljenim porukama i sadržajima. Mogu se postavljati ovakva i mnoga druga pitanja: *Tko je načinio poruku, emisiju, reklamu ... i s kakvom namjerom? Kakav Žvotni stil, vrijednosti ili stavove posredovani sadržaj promovira? Kakvim se tehnikama i trikovima privlači pozornost? Čiji se autoritet koristi da se poruci osigura veće značenje? Kako ja »čitam« poruku, a kako je mogu razumjeti drugi? Tko će i na koji način zaraditi na ovoj poruci, emisiji, oglasu ...?*

Sofisticirane tehnike oblikovanja poruka i taktike manipuliranja podacima i informacijama ubrzano se razvijaju pa »čitanje« (video)medija pretpostavlja da ih barem djelomice poznajemo. A. Toffler opisuje neke od njih, primjerice, taktike: *označavanja strogo povjerljivim, kontroliranog curenja, selekcije, napuhavanja, nepoznatog ili maskiranog izvora, zamagljivanja, kapaljke, »pravog« trenutka, velike laž* itd. Prema njemu su sredstva za uvjeravanje i socijalnu kontrolu javnosti sve učinkovitija i pri tome je »dopušteno« koristiti sve: nove tehnologije, inteligentne mreže, satelite, simulacije, matematičke modele ... Vode se pravi ratovi informacijama i sve dok je tako govoriti o »transparentnom upravljanju«, »obaviještenom građanstvu« ili »pravu javnosti na znanje« samo je retorika.

Žvimo okruženi medijima, bombardirani slikama i »činjenicama«. Što više tonemo u »informatičko društvo« to je teže znati što se stvarno zbiva ... Političko znanje dospijeva donositelju odluka tek nakon prolaženja labirintom izobličavajućih ogledala (14).

Teško je izbjeći pitanje što potom zapravo ostaje od demokracije.

Praktični savjeti za kritičnije korištenje (video)medija. Razumije se da se, premda nema sustavne brige o (V)MP i odgoju za Žvot s (video)medijima, praktični savjeti, najčešće namijenjeni roditeljima mogu sresti posvuda. Poteškoća je, međutim, u tome što se pretpostavlja da su roditelji već (video)medijski pismeni i osviješteni, a to nažalost uglavnom nije slučaj. Pitanje tko će i kako posredovati savjete, odnosno kako odgojiti odgajatelje za sada je bez odgovora. Navodimo neke od tih savjeta:

- Razvijajte kritička umijeća upotrebe (video)medija, vršite selekciju i kritički odvojite vrijedno od bezvrijednog, »prosjite i odbacite«, kao što se odbacuje smeće u e-pošti.
- Razgovarajte s djecom o učincima (video)medija, a posebice reklama. Pitajte ih što osjećaju prema Žrtvama (video)medijskog nasilja i tragajte zajedno s njima za alternativama toj vrsti nasilja. Ne koris-

tite (video)medije kao *baby-sittere*. Uklonite televizor, videoigre i Internet iz dječje sobe. Postavite granice za korištenje (video)medija, posebice za surfanje na internetu i telefoniranje i naučite ih da to poštuju.

- Budite dobar primjer u kritičkom korištenju (video)medija, odredite vrijeme za Žvot bez njih (prijatelji, obitelj, sport, priroda). Naučite ih opustiti se i reducirati stres koji prati upotrebu tehnoloških noviteta.

Težšte bi, dakako, moralo biti na prevenciji, a ne popravljanju štete koja je već nastala, kako je to u svezi s (video)medijskim nasiljem duhovito primijetila Daphne White, utemeljiteljica udruge *Lion&Lamb*, koja se bori protiv videomedijskog nasilja i prodaje nasilnih igračaka djeci.

Medijski je odgoj značajan i bolja je solucija nego ne činiti ništa, no bit je u tome što pastu za zube ne možete ugurati natrag u tubu, odnosno kad je nasilje već emitirano, ono postaje dio kulture (15).

O »čitanju«, opasnostima i sigurnijoj upotrebi Interneta napisano je već mnogo knjiga. Mi smo već spomenuli onu o videomedijskoj ovisnosti. Ovdje tek nekoliko riječi – Internet je nesumnjivo vrlo koristan tehnološki i komunikacijski izum, ali je i svojevrsna kaotična mreža na kojoj možemo upoznati i svog zlostavljača ili zalutati u druge opasnosti. Ni s izobiljem informacija na Internetu, kao što smo istakli, nije baš lako i jednostavno. O svemu tome valja poučavati i djecu i odrasle pa je razgovor o »čitanju« i sigurnoj upotrebi Interneta značajan aspekt (V)MP. Ne možemo samo unijeti u naš Žvot nešto tako moćno kao što je Internet (ili mobitel), a da ne promišljamo kritički o učincima i posljedicama koje oni proizvode.

Tko pokušava razvijati (V)MP?

Školi kao primarnoj instituciji opismenjavanja trebalo bi pripasti i razvijanje (V)MP, odnosno učenje čitanja slika i poruka (video)medija. O toj zadaći škole jasno govori i *Deklaracija UNESCO-a o odgoju za medije*:

Žvimo u svijetu u kojem su mediji prisutni posvuda ... Škola i obitelj odgovorni su za pripremanje mladih za Žvot u svijetu moćnog utjecaja slika, riječi i zvukova (16).

Škola bi, međutim i sama trebala biti motivirana za razvijanje (V)MP i kritičke upotrebe (video)medija. Naime, *screen-generacije* sve manje či-

taju, a zbog ovisnosti i neprimjerenog korištenja (video)medija ostaje im sve manje vremena za učenje i svladavanje niza drugih bitnih zadataka. No, škole su uglavnom javne ustanove pa se od njih i ne može očekivati da nastoje srušiti vladajući poredak. Zato su većina pokušaja (video)medijskog odgoja u školama, kako kod nas tako i u drugdje u svijetu, pilot-projekti koji ostaju na površini, dapače kao da se razvijanje (V)MP nastoji odvesti na stranputice i bavljenje relativno nevažnim stvarima. Djeci i mladima daju se kamere da snimaju filmove, da prave televizijske emisije i priloge itd. pa sve na kraju završi na oponašanju postojećeg. Ni jedna vlast zapravo nije istinski zainteresirana za razvoj kritičnosti i samostalnosti svojih građana (birača). Čini nam se primjerenim parafrazirati A. Manguela koji kaže da »su diktatori stoljećima znali, da je najlakše vladati nepismenom gomilom.« Današnje vlasti, korporacije i oglašivači znaju da je najlakše vladati i manipulirati (video)medijski nepismenom publikom.

Stoga se ozbiljniji naponi na razvijanju (V)MP mogu očekivati uglavnom od neovisnih institucija civilnog društva. No, i njihova je neovisnost tek relativna, ovisno o tome tko ih sponzorira ili financira. Ozbiljniji naponi i kritičnija nastojanja u razvijanju (V)MP događaju se u kontekstu antiglobalizacijskog pokreta, otpora ekscesivnoj potrošnji, kulturalnim diverzijama (*culture jamming*) usmjerenim na preuređivanje, narušavanje, demaskiranje i ismijavanje reklama i propagandnih oglasa, u zaštiti škola i drugih kulturnih ustanova od oglašavanja u njihovim prostorima, kao i zaštiti škola, sveučilišta, muzeja i sličnih ustanova od sponzorske dominacije korporacija i sl. Ovi su naponi ograničeni po snazi i učincima, protivnik je mnogostruko nadmoćniji korporacijski kapitalizam, no mjesta nadi ipak ima. B. McKibben nadu temelji na paradoksalnoj činjenici o našem potrošačkom društvu, naime da nas ono, unatoč »*svoj svojoj moći i dominaciji u našim životima, nije doista uspjelo usrećiti*« (17).

(V)MP: mogućnost ili tek iluzija? – poteškoće, barijere ... Ako su, dakle, (video)mediji dominantno u službi kapitala, profita, korporacija i države – mogu li naponi »nemoćnih« u razvijanju (V)MP imati izgleda na značajniji uspjeh? Dapače, stanje kao da se iz dana u dan pogoršava i kao da nastupa, kako kaže M. Dery, kultura »odpismenjavanja« (18). Dodatne su poteškoće u složenosti projekta (V)MP. Premda je alfabetska pismenost mnogo jednostavnija, premda je izgubila obilježje negdašnje subverzivnosti (sjetimo se bičevanja Crnaca koji su potajno učili čitati) te premda je postala neupitno obrazovno pravo, ipak u svijetu ima, kako je izvijestio *Glas Istre* (26. kolovoza 2002.), gotovo milijarda nepismenih ljudi; u Hrvatskoj je nepismeno čak 70 000 osoba starijih od deset godina,

a 686 000 ih je bez završene osnovne škole. Dakle, ne uspijevamo izaći nakraj ni s tom najjednostavnijom pismošću. S funkcionalnom pismošću, čak i u razvijenim zemljama Zapada, stanje je još nepovoljnije. Kao što smo već istakli (V)MP nije gotovo umijeće već intelektualni proces i stalni misaoni napor. Da bi primatelj (video)medijskih poruka postavljao pitanja, razobličavao strategije (video)medijske manipulacije, pronalazio njihov podtekst i iskoristio one »ostatke slobode ... **da poruku iščita na drugačiji način**«, kako kaže U. Eco (19), potrebne su mu nesumnjivo određene intelektualne sposobnosti, umijeća i znanja. To nadziranje poruke i iščitavanje brojnih načina njene interpretacije nije, dakle, u intelektualnom pogledu nimalo jednostavno, posebice danas kad (video)mediji vješto skrivaju i maskiraju namjere i stvarna značenja svojih poruka. Tu složenu (video)medijsku situaciju, koju nam je danas Žvjeti i snalaziti se u njoj, D. Franck slikovito opisuje kao trgovinu s vragom. U toj nam trgovini uvijek hoće prodati mnogo nepotrebnog, a (od)uzeti (oteti, ukrasti) ono što bi nam trebalo biti dragocjeno: vrijeme, pozornost i slobodu.

Informacijsko zagađivanje znači da smo izgubili vrijeme i usredotočenost, da trošimo dragocjenu pažnju na stvari koje nismo tražili ... Više od lopova koji pokušavaju uzeti moj novac, oni su tu, pokušavajući me razonoditi, uloviti moje vrijeme i pažnju. Ne potrošiti vrijeme i pažnju na bezvrijednu informaciju teže je nego sačuvati novac u džepu (20).

K tome, neobuzdana akceleracija promjena i tehnoloških inovacija, koju diktira sprega vrijednosno neutralne znanosti, s jedne strane, i korporacijskog kapitala i profita, s druge strane, tražit će od nas nova umijeća u trgovini s vragom, mnoga nova »čitanja«, nove oblike pismenosti, nove otpore i suprotstavljanja, ukoliko ne želimo (p)ostati manipulirani »birači«, nagovoreni i zabavljeni konzumenti, samo lutke na koncu novih vladara svijeta. Naravno, u znatno većoj mjeri nego što smo to danas. Tko će i kako u budućnosti obavljati taj veliki posao masmedijske emancipacije ljudi, kao i hoće li u tome uspjeti, ostaje sasvim neizvjesno.

No, bez obzira na sve izrečene poteškoće, zalagati se danas za (V)MP, kao i sutra za neke druge pismenosti, ima smisla i opravdanja kao što ima smisla zalagati se i boriti za očuvanje okoliša, ljudska prava, prava Žena, djece i manjinskih grupa, za demokratske vrijednosti i slične »utopijske« projekte.

Literatura:

1. Manguel, A. (2001), *Povijest čitanja*. Zagreb; Prometej.
2. Ambrosi-Randić, N. (ur.) (2002), *Razgovori o videomedijskoj ovisnosti ili tko je ubio djeda*. Pula; Gradska knjižnica i čitaonica u Puli.
3. Mander, J. (2002), *Četiri argumenta protiv televizije*. Rijeka; Adamić.
4. McKibben, B., u Dery M. (2001), *Culture Jamming – kulturalne diverzije u carstvu znakova*. Libra Libera, br. 9.
5. Postaman, N., u Lasn, K. (2001), *Culture Jam – kako preokrenuti američku samoubilačku pijanku, i zašto to moramo učiniti?* Libra Libera, br. 9.
6. Sloterdijk, P. (1992), *Kritika ciničnoga uma*. Zagreb; Nakladni zavod Globus.
7. Naisbitt, J. i sur. (1999), *High tech-high tuoch: Technology and our search for meanin*. New York; Broadway books.
8. Vuković-Runjić, M. (2002), *Luda za knjigama*. Libra Libera, br. 10.
9. Grass, G. (2000), *Moje stoljeće*. Zagreb; Sysprint.
10. Postaman, N., u Lasn, K. (2001), *Culture Jam – kako preokrenuti američku samoubilačku pijanku, i zašto to moramo učiniti?* Libra Libera, br. 9.
11. Anders, G. (1985), *Zastarjelost čovjeka*. Beograd; Nolit.
12. Bowen, W. (1995), *Ads, ads everywhere! Are there any limits?* The New Citizen, vol. 2, br. 2.
13. Thoman, E.: *Skills and strategies for media education*, www.medialit.org/ReadingRoom/keyarticles/skillsandstart.htm
14. Toffler, A. (1991), *Powershift: Knowledge, welth, and violence at the edge of 21st century*. New York; Bantam books.
15. Naisbitt, J. i sur. (1999), *High tech-high tuoch: Technology and our search for meanin*. New York; Broadway books.
16. Košir, M., Ranfl, R. (1996), *Vzgoja za medije*. Ljubljana; DZS.
17. McKibben, B. (1995), *Living in a second-hand world*. The New Citizen, vol. 2, br. 2.
18. McKibben, B., u Dery M. (2001), *Culture Jamming – kulturalne diverzije u carstvu znakova*. Libra Libera, br. 9.
19. McKibben, B., u Dery M. (2001), *Culture Jamming – kulturalne diverzije u carstvu znakova*. Libra Libera, br. 9.
20. Franck, D. (2001), *Enigma*. Tvrdá: časopis za književnost, umjetnost, znanost, br. 1–2.

(VIDEO)MEDIA LITERACY, MANIPULATION, ADDICTION

DŽevdet Hadžselimović

As part of the wider phenomenon of mass-media culture, (video)media literacy is placed within the context of the various skills of »reading« which people, surrounded by (video)media and exposed to constant, dynamic and accelerative changes, should master. The necessity and imperative to make people (video)media literate follows, first and foremost, from the numerous unfavourable consequences of the manipulative powers of the (video)media in the life of the people of today: (video)media addiction, informational pollution and disorientation in the flood of information, the partialisation of consciousness and disorientation, the diminishing of our ability to focus our attention, the weakening of our empathy and our getting used to the pain and suffering of others, the eradication of authentic cultures, languages and skills, excessive consumption and the increasing global destruction of the environment, etc.

The author demonstrates some of the strategies of (video)media manipulation, and reflects upon the attempts, possibilities, difficulties and barriers of the systematic development of (video)media literacy and the skill of »reading« the (video)media. Who, how and with what chances of success will manage this extensive task remains an open question.

Key words: (video)media literacy, (video)media addiction, (video)media manipulation, mass-media emancipation