ISSN 2466–541X ISSN 2466-5452 (Online)

CM

COMMUNICATION AND MEDIA
KOMUNIKACIJA I MEDIJI

Broj 2, godina XIX 2024 Vol XIX № 2, 2024

Medijska pismenost u eri veštačke inteligencije:
vreme za kritički preokret 217–218
Divna Vuksanović

O potrebi dijalektičkog promišljanja medijske pismenosti 219–234
Dragan Ćalović

Očuvanje pismenosti umesto jačanja medijske pismenosti? 235–258
Damir Smiljanić

Neophodnost redefinisanja pojma medijska
pismenost u vreme vladavine keptoloških alata 259–273
Katarina Šmakić

O nekim problemima koncepta medijske pismenosti 275–289
Dragana Žarić

Medijska i informaciona pismenost starijih osoba –
preduslov za učestvovanje u digitalnoj eri 291–319
Dragana Trninić

Analiza komentara koji prate medijski sadržaj 321–344
Maja Sedlarević

Man-Computer Gestalt And The Noosphere Theory:
Will The Computer Be Humanized Or The Man Computerized? 345–365
Ivana Ercegovac, Tatjana Milivojević, Ljiljana Manić

„Crna hronika" i etika u štampi u Srbiji pre 100 godina i danas 367–390
Bojan Cvejić

Filozofija medija – Mediji i sloboda 391–396
Branko Marković

Uputstvo autorima 399

CM

COMMUNICATION AND MEDIA
KOMUNIKACIJA I MEDIJI

Izdavači/Publishers:
Institut za usmeravanje komunikacija, Novi Sad / Communication Direction Institute
Fakultet političkih nauka, Beograd / Faculty of Political Sciences, Belgrade

Za izdavače/Official representatives:
Darko Nadić
V. D. dekana Fakulteta političkih nauka u Beogradu / Dean of the Faculty of Political Sciences in Belgrade
Boris Labudović
Institut za usmeravanje komunikacija / Communication Direction Institute

Glavni i odgovorni urednik/Editor:
prof. dr Miroljub Radojković
Fakultet političkih nauka u Beogradu / Faculty of Political Science in Belgrade

Lektura/Proofreading:
prof. dr Lidija Mirkov

Redakcija/Editorial Board:
prof. dr Branimir Stojković
Fakultet političkih nauka u Beogradu / Faculty of Political Science in Belgrade
prof. dr Divna Vuksanović
Fakultet dramskih umetnosti u Beogradu / Faculty of dramatic arts, University of Arts in Belgrade
prof. dr Siniša Atlagić
Fakultet političkih nauka u Beogradu / Faculty of Political Science in Belgrade
prof. dr Dalibor Petrović
Saobraćajni fakultet u Beogradu / Faculty of Transport and Traffic Engineering in Belgrade
prof. dr Lidija Mirkov
Fakultet političkih nauka u Beogradu / Faculty of Political Science in Belgrade
doc. dr Neven Obradović
Filozofski fakultet u Nišu / Faculty of Philosophy in Niš
doc. dr Boris Labudović
Visoka škola za komunikacije, Beograd i Institut za usmeravanje komunikacija, Novi Sad /
Communication College, Belgrade and Communication Direction Institute, Novi Sad

Izdavački savet/Publishing Council:
prof. dr Neda Todorović, predsednik / president
Fakultet političkih nauka u Beogradu / Faculty of Political Science in Belgrade
prof. dr Zoran Jevtović, Filozofski fakultet u Nišu / Faculty of Philosophy in Niš
dr Ljubiša Despotović, naučni savetnik / principal research fellow
Institut za političke studije, Beograd / Institute for political studies, Belgrade
dr Srbobran Branković, naučni savetnik / / principal research fellow
Institut za političke studije, Beograd / Institute for political studies, Belgrade
prof. dr Zoran Aracki, Filozofski fakultet u Nišu / Faculty of Philosophy in Niš

Medijska pismenost u eri veštačke inteligencije: vreme za kritički preokret

Medijska pismenost je pojmovna sintagma koja se poslednjih decenija ustalila kao jedna od ključnih komponenti savremenog obrazovanja i kritičkog mišljenja. Međutim, njena široka primena često skriva činjenicu da su značenje i obim ovog pojma ostali nedovoljno istraženi i prilagođeni dinamičnim promenama u medijskom i tehnološkom okruženju. Stoga je, po našem mišljenju, došlo vreme da se zastane i preispita šta zaista znači biti "medijski pismen" u dobu u kojem veštačka inteligencija, algoritmi i digitalni mediji oblikuju ne samo informacije koje dobijamo, već i način na koji ih razumemo.

Umesto da medijsku pismenost tretiramo kao skup unapred definisanih veština i znanja, neophodno je posmatrati je kao proces kritičkog razumevanja medija, pri čemu nije samo reč o tehničkoj kompetentnosti, već i o sposobnosti da se prepoznaju slojeviti odnosi moći, ideologije i manipulacije u savremenom medijskom pejzažu. Upravo zbog toga, možda bi primereniji termin bio "obrazovanje za medije", koji uključuje interdisciplinarni pristup razumevanju tradicionalnih medija, digitalnih platformi i novih tehnologija kao što je veštačka inteligencija.

U kontekstu sveopšte digitalne transformacije društva, stari dogmatizovani pristupi medijskoj pismenosti sve više gube na relevantnosti. Obrazovni programi neretko ostaju vezani za arhaične modele analize medijskog sadržaja, zanemarujući dublje implikacije novih tehnologija koje oblikuju naše informativne i komunikacione horizonte, pa čak i način života. Na primer, algoritmi koji odlučuju šta ćemo videti na društvenim mrežama, chat-botovi kao što su oni koji koriste veštačku inteligenciju, ili globalne kampanje dezinformacija, nisu teme koje se dovoljno obrađuju u okviru klasičnih programa tzv. medijske pismenosti.

Svrha ponuđenog izbora tekstova jeste da prikaže aktuelan i kritički pogled na koncept medijske pismenosti, daleko od šablonskih interpretacija i neproduktivnog sholastičkog okvira istraživanja. Osnovno pitanje, s tim u vezi, jeste – kako osposobiti nove generacije da budu ne samo konzumenti, već i svesni učesnici-ce u medijskom i tehnološkom sistemu mišljenja i delovanja?

Cilj nam je da ovim tematom postavimo temelje za novo, kritičko i fleksibilno promišljanje medijske pismenosti. Pozivamo čitaoce da zajedno s nama preispitaju ustaljene paradigme i otvore novi prostor za dijalog o medijima i tehnologijama koje oblikuju naš svet.

U Beogradu, 26. XI 2024.

Urednica temata
prof. dr Divna Vuksanović

CM : Communication and Media XIX(2) 217–218 © 2024 CDI

ORIGINALNI NAUČNI RAD

Primljeno: 14. III 2024.
Prihvaćeno za objavljivanje: 20. XI 2024.

O POTREBI DIJALEKTIČKOG PROMIŠLJANJA MEDIJSKE PISMENOSTI

Dragan Ćalović[1]
Fakultet savremenih umetnosti, Beograd
ORCID https://orcid.org/0000-0003-1072-3256

DOI: 10.5937/cm19-55614

Apstrakt: *Tekst analizira okvire razumevanja koncepta medijske pismenosti u uslovima dinamičkog tehnološkog razvoja. Autor iznosi stav da bi medijska pismenost trebalo da bude shvaćena kao dijalektički pojam. Povezivanje medijske pismenosti i celoživotnog obrazovanja prepoznato je kao svrsishodno tek ukoliko je sama medijska pismenost konceptualno utemeljena kao skup znanja i veština koje su u promeni. Autor predlaže promišljanje sadržaja i ciljeva medijskog obrazovanja u odnosu na perspektivu budućeg razvoja tehnologija i društvenih potreba, naglašavajući značaj razvitka sposobnosti iskrenog re-povezivanja sa dinamičkim društveno-istorijskim kontekstom. Na početku teksta analiziraju se savremena određenja pojma medijske pismenosti. Nakon toga, dat je kratak osvrt na istorijski razvitak pojma, posle čega su sagledane potrebe i mogućnosti dijalektičkog utemeljenja pojma.*

Ključne reči*: definicija, digitalizacija, mediji, medijska pismenost, obrazovanje, određenje, tehnologije*

Tokom prethodnih decenija, uprkos izmenama dominantnih teorijskih pozicija i interpretativnih okvira, pitanje razvoja obrazovanja za medije i promišljanje medijske pismenosti, nisu gubili na značaju. Rezultat ovoga je prihvatanje mnogobrojnih određenja šta bi ovim pojmom trebalo da bude obuhvaćeno, te koje metode bi u samom obrazovnom procesu bilo najprimerenije primeniti.

[1] Kontakt sa autorom: calovicdragan@gmail.com

Savremeni koncepti nude više definicija medijske pismenosti, te bi se na početku razmatranja ovog pojma valjalo osvrnuti na neke od njih.

UNESCO definiše medijsku i informatičku pismenost kao uzajamno povezan skup kompetencija koje pomažu ljudima da maksimiziraju prednosti i minimiziraju negativne uticaje u novom informacionom, digitalnom i komunikacionom okruženju. Medijska i informatička pismenost, u navedenom određenju, obuhvata kompetencije koje omogućavaju ljudima da se kritički i efikasno bave informacijama, drugim oblicima sadržaja, ustanovama i institucijama koje omogućavaju informisanje i različite vrste sadržaja, kao i kritičkom upotrebom digitalnih tehnologija (UNESCO). Navedeno određenje podržano je stavom da suprotstavljanje dezinformisanju zahteva kombinaciju kritičnih informacija, medijskih i digitalnih kompetencija, odnosno razvoj medijske i informatičke pismenosti, kod svih građana, bez obzira na godine i poreklo.

Ovakvo razumevanje usvaja i Evropska komisija, iznoseći da medijska pismenost omogućava građanima svih uzrasta da se kreću u modernom medijskom okruženju vesti i donose odluke na osnovu dobijenih informacija. Medijska pismenost odnosi se na različite medije i metode distribucije sadržaja, a sagledana je kao ključna veština za sve građane bez obzira na godine, jer ih osnažuje i podiže njihovu svest, te pomaže u suzbijanju efekata kampanja dezinformisanja i prenosa lažnih vesti putem digitalnih medija (European Commission).

Patriša Oufderhajde (Patricia Aufderheide) navodi da bi medijski pismena osoba trebalo da ima mogućnost da postane neko ko je u stanju da dekodira, evaluira i kreira sadržaje jednako u štampanim i elektronskim medijima (Aufderheide 1993:1). Temeljni cilj, ovako koncipirane medijske pismenosti, je razvoj kritičke autonomije u odnosu na sve medije. Aspekti medijskog obrazovanja, kako nastavlja, imaju širok raspon, uključujući kategorije poput informisanog građanstva, estetskog vrednovanja i ekspresije, društvenog angažmana, samopouzdanja i potrošačkih kompetencija (Aufderheide 1993:1). Oufderhajde napominje da je bez obzira na postojeće razlike u pristupima, obrazovanje za medije zasnovano na istim uverenjima. Ovo se odnosi na stav da razumeti na koji način je realnost konstruisana putem medija, znači razumeti tri uzajamno povezana elementa – *proces proizvodnje* (uključujući tehnološke, ekonomske, administrativne i pravne elemente), *tekst*, i *publiku* / *primaoca* / *korisnika*. Uprkos manjim razlikama, obrazovanje za medije polazi od zajedničkih pretpostav-

ki da su 1) medijski sadržaji konstruisani i da konstruišu realnost; 2) mediji ne deluju izvan komercijalnih interesa; 3) mediji ostvaruju ideološke i političke uticaje; 4) forma i sadržaj uslovljeni su svojstvima samog medija, od kojih svaki karakterišu zasebni estetski okviri, način kodiranja i konvencije; i 5) medijska značenja su pregovarana (Aufderheide 1993:2). Konačno, Oufderhajde iznosi da je razvoj medijske pismenosti u velikoj meri utemeljen na bliskom pedagoškom pristupu, koji pretpostavlja razvoj sposobnosti promišljanja, učenje kroz iskustvo i proces, te koji je utemeljen na demokratsko-saradničkom pristupu u prenosu znanja (Aufderheide 1993:2).

Centar za medijsku pismenost (Center for Media Literacy) navodi da najčešće citirana definicija medijske pismenosti u Sjedinjenim Državama ovaj pojam određuje kao sposobnost pristupa, analize, evaluacije i kreiranja medijskih sadržaja u različitim oblicima (Aufderheide 1993), no da je vremenom ovo određenje dobilo razvijeniji oblik, prema kojem se medijska pismenost definiše kao koncept obrazovanja u dvadesetprvom veku, kojim se obezbeđuje okvir za pristup, analizu, procenu, kreiranje i učešće u porukama različitog formata – od štampanih preko video zapisa do interneta. Medijska pismenost obezbeđuje razumevanje uloge medija u društvu, kao i razvoj krucijalnih veština istraživanja i samoizražavanja, neophodnih za građane demokratskog društva (Center for Media Literacy).

Rene Hobs (Renee Hobbs) medijsku pismenost određuje kao promenjiv skup znanja, veština i mentalnih navika, neophodnih za puno uključivanje u savremeno društvo (Hobbs 2021:4). Ona ističe da s obzirom na brzu promenu medijskog okruženja, medijska pismenost ne može biti shvaćena kao konačan skup znanja i veština, već je treba razumeti kao celoživotno usavršavanje. Ona obuhvata osvešćeno razumevanje medija javnog komuniciranja, kao i medijskih i informacionih tehnologija karakterističnih za savremeni društveni kontekst, te razvoj kritičkog odnosa prema medijskom okruženju (Hobbs 2021:4).

Dovodeći u vezu razvoj medijske pismenosti sa očuvanjem vrednosti građanskog društva, Pol Mihailidis (Paul Mihailidis) i Bendžamin Tevenin (Benjamin Thevenin) ističu da je put ka aktivnoj participativnoj demokratiji uslovljen upotrebom medija. U tom smislu, medijska pismenost prepoznata je kao ključna za razvoj inkluzivnog, aktivnog i angažovanog građanskog životnog stila. Kako objašnjavaju, u savremenom hipermedijskom dobu, angažovani građanin mora biti sposoban da razume odnos između ličnog i kolektivnog identiteta, te

medija koji obezbeđuju osećaj za mesto, zajednicu i demokratiju (Mihailidis, Thevenin 2013:7). Razvoj medijskog obrazovanja otuda nužno zahteva primenu snažnog kritičkog i analitičkog pristupa, kao i razumevanje medijske pismenosti kao saradničkog i participativnog pokreta čiji je cilj da osnaži pojedince da iznesu svoje stavove. Na ovaj način koncipirano određenje medijske pismenosti pretpostavlja četiri temeljne kompetencije. Najpre, *participativne kompetencije* (participatory competency), koje obezbeđuju veštine koje omogućavaju prosečnim korisnicima (potrošačima) da arhiviraju, anotiraju, prilagode i recirkulišu medijski sadržaj na uticajne nove načine; zatim *kolaborativne kompetencije* (collaborative competency) koje omogućavaju angažovanom građaninu proširenje socijalnog kapitala i uspostavljanje veza u cilju produktivnog širenja informacija i učešća u javnom životu; *kompetencije medijskog izražavanja* (expressive media literacy competencies), usmerene na sadržaje koje medijski korisnici kreiraju i dele, te na razumevanje uticaja, efekata i ishoda učešća u ovom procesu; i konačno *kritičke kompetence* (critical competency) koje pretpostavljaju razvoj kritičkog pristupa medijskim sadržajima i načinima korišćenja medija (Mihailidis, Thevenin 2013:8).

Oslanjajući se na stavove Mihailidisa i Tevenina, Dženkinsa (Henry Jenkins) i dr, Džozef Kejn (Joseph Kahne) i Bendžamin Bojer (Benjamin Bowyer) posebno skreću pažnju na digitalnu medijsku pismenost kao neophodnu kompetenciju za angažovanje u participativnoj kulturi, odnosno za učešće u participativnoj politici. U okviru ovoga, naročitu pažnju posvećuju *pismenostima za digitalno angažovanje* (digital engagement literacies) koje definišu kao razvoj kapaciteta za kreiranje, komentarisanje i distribuciju sadržaja putem digitalnih medija (Kahne, Bowyer 2019:213).

Neophodnost razvoja kritičkog pristupa u okviru medijskog obrazovanja ističu i Dona Alverman (Donna E. Alvermann) i Margaret Hagud (Margaret C. Hagood), određujući *kritičku medijsku pismenost* (critical media literacy) kao teorijsko-edukativnu poziciju u cilju angažovanja studenata u analizi medijskih sadržaja, promišljanju publike i mapiranju pozicije publike čiji je ishod prevazilaženje nepovrenja (Alvermann, Hagood 2000:194). Unutar spomenutog pristupa medijskom obrazovanju, posebna pažnja data je analizi popularne kulture, ali u pristupu koji ne pretpostavlja njenu valorizaciju ili kritiku, čime se kritička dimenzija samog koncepta već u pretpostavljenim temeljima dovodi u pitanje.

Zasnivajući svoj pristup na kritičkom promišljanju tokova razumevanja medijske pismenosti, Sonja Livingston (Sonia Livingstone) napominje da je razumevanje pojma pismenosti određeno istorijski i kulturno uslovljenim odnosom između tri procesa, od kojih se ni jedan ne može posmatrati izolovano. Reč je o 1) simboličkoj i činjeničkoj reprezentaciji znanja, kulture i vrednosti; 2) širenju interpretativnih veština i kompetencija među populacijom; i 3) institucionalnoj, posebno državnoj, raspodeli moći, koja pristup i upotrebu znanja omogućava onima koji se (prema konvencionalnim kriterijumima) smatraju pismenim (Livingstone 2004:11). Unutar savremenog teorijskog razvoja koncepta medijske pismenosti i njegovog usaglašavanja sa razvojem novih tehnologija, Livingstonova primećuje gotovo potpuno odsustvo problema reprezentacije (prvi proces). Još jednu opasnost ona uočava u tendenciji da se posredstvom medijske pismenosti, odnos prema složenom problemu delovanja medija prenese isključivo u sferu ponašanja medijskih korisnika, napominjući da se uticaji medija moraju razumeti kao njima uslovljeni, odnosno da moraju biti shvaćeni kao određeni uzajanim delovanjem korisnika i tehnologija. Posebnu pažnju, Livingstonova skreće na promišljanje trećeg procesa, naročito u vremenu kada određenje medijske pismenosti postaje deo različitih institucionalnih i nacionalnih strategija. Kao značajnu specifičnost u okviru ovog segmenta Livingstonova uočava tendenciju razvoja medijske pismenosti u okviru paketa mera za rasterećenje medijske regulative odozgo nadole, decentralizacijom odgovornosti za korišćenje medija sa države na pojedince (Livingstone 2004:10-11).

Kako bismo bolje razumeli savremene pristupe konceptu medijske pismenosti, potrebno je, za trenutak, osvrnuti se na razvojne tokove problemskog fokusa obrazovanja za medije, koji su obeležili prethodne decenije. Konceptualizacija terminskog spoja medijske pismenosti tekla je uporedo sa razvojem savremenih medijskih tehnologija, te pretpostavkama, vizijama, strahovimai i idealima koji su pratili tehnološki razvoj. Već u prvim decenijama dvadesetog veka otvoreno je pitanje povezivanja medijskih tehnologija i obrazovanja. Novi mediji javnog komuniciranja i kreativnog izražavanja, poput fotografije, filma, radija te kasnije televizije, prepoznati su kao pogodna sredstva širenja i demokratizacije znanja, odnosno, vremenom, bivali su sagledavani kao pogodni alati u približavanju obrazovnih sadržaja mladim generacijama.

Već je tokom prvih decenija dvadesetog veka bilo pokušaja da se filmska tehnologija uključi u obrazovni proces ne bi li se na taj način unapredilo savla-

davanje nastavnih programa. Tako je, godine 1919, u Sjedinjenim Državama pokrenuto *Društvo za vizuelno obrazovanje* (*The Society for Visual Education*), zahvaljujući čemu je, između ostalog, ovakva nastojanja trebalo uzdići na višinivo. Ipak, ova rana verovanja u usmerenje centralne funkcije (i razvoja) novih medijskih tehnologija u cilju snaženja njihove obrazovne funkcije, vrlo brzo su bila izneverena. Suprotstavljeni interesi upotrebe medija u obrazovne svrhe i novih industrija koje su osvajale ovu oblast, rezulitale su prevagom ovih drugih (Hobbs, Jansen 2009:2). Ishod ovoga ipak nije bilo odustajanje od promišljanja odnosa medija i obrazovanja, ali je prethodna inicijalna vizija sada dobijala nove razvojne perspektive, uključujući kako pozive za razvoj edukativnih medijskih sadržaja, tako i promišljanje korišćenja postojećih sadržaja u obrazovne svrhe, ali, zahvaljujući komercijalnim interesima, i intenziviranje edukacije za korišćenje novih medijskih tehnologija.

Tokom druge polovine dvadesetog veka, sa afirmacijom interdisciplinarnog pristupa u društveno-humanističkim naukama, te zahvaljujući razmišljanjima Valtera Onga (Walter Ong), Luja Mamforda (Louis Mumford), Žaka Elula (Jacques Ellul), Rolana Barta (Roland Barthes), Herolda Inisa (Harold Innis), Maršala Makluana (Marshall McLuhan) i drugih, koncept obrazovanja za medije sve se snažnije počinje da povezuje sa razumevanjem problema komuniciranja (Hobbs, Jansen 2009:2-3). U ono vreme, posebno jačaju pozivi za osnaživanje kritičkog odnosa prema filmu. Zahtevi za razumevanje filmske tehnike i jezika filma, pretežno su bili zasnivani na potrebi izgradnje ukusa, s jedne, ali i želji da se mladi zaštite od negativnih uticaja filmske produkcije, s druge strane (Hobbs, Jansen 2009:3, Alvarado, Gutch, Wollen 1987). Sredinom dvadesetog veka, razumevanje filmskog jezika počinje da se povezuje sa književnošću i istorijom. Tako pitanja poput analize likova, razvoja narativa, konstruisanja stvarnosti, opšte atmosfere itd, zadobijaju centralnu pažnju u koncipiranju sadržaja i planiranju medijskog obrazovanja.

Sedamdesetih i osamdesetih godina dvadesetog veka, dolazi do još jednog zaokreta u definisanju koncepta obrazovanja za medije. Sa širenjem dostupnosti novih medijskih tehnologija, pretežna pažnja počinje da se posvećuje mogućnostima njihove upotrebe u izražavanju stavova i demokratizaciji komunikacijskog procesa. Građanske inicijative i umetnički pokreti na Zapadu ukazali su na izražajne potencijale novih medija, čija se upotreba više ne sagledava kao nužno povezana sa profesionalnim delovanjem. Džesi Dru ističe da je još 1968.

godine Sonijev *portapak* (video-kamera koja radi na baterije) zbog jednostavnog načina korišćenja i priuštivosti, ušao u široku upotrebu (Dru 2010:123). Nove tehnološke mogućnosti su, kako nastavlja, podstakle mnogobrojne umetnike i aktiviste da u novim medijima prepoznaju mogućnosti vaninstitucionalne produkcije sadržaja koji su se mogli masovno distribuirati. Radovi grupa kao što su *Rejndans*, *Mravlja farma*, *Papirnata tigar televizija*, i dr, započeli su novu eru demokratizacije medijskog izražavanja prevodeći na novi nivo pojavu koju je, nekoliko decenija ranije, Benjamin (Walter Benjamin) opisao kao gubljenje elitističkog statusa autora.

Razvoj novog odnosa prema medijskim industrijama i medijski posredovanom javnom komuniciranju, bio je praćen razmišljanjima o širem uključivanju ovih tehnologija u obrazovni proces. Šezdesetih godina dvadesetog veka, korišćenje prenosnih video-rekordera uključuje se u nastavne sadržaje kako bi se ispitale njihove izražajne i kreativne mogućnosti (Moody 1999, Hobbs, Jansen 2009). U to vreme počinje i da snaži stav da obuka za korišćenje medijskih tehnologija može pomoći učenicima da ih dublje razumeju, te da usvoje naročitu *logiku vizuelnog razmišljanja*.

Snaženje tehnicističkog pristupa vremenom nailazi na sve snažniju kritiku akademske zajednice. Len Mastermen (Len Masterman) tako ukazuje na neophodnost povezivanja medijskog obrazovanja sa razumevanjem složenih ekonomskih odnosa kojima je medijska produkcija uslovljena (Masterman 1985). Tokom sedamdesetih godina, medijsko obrazovanje počinje da se dovodi u vezu sa širim konceptima građanskog obrazovanja (Hobbs, Jansen 2009:3). Snaženje kritičkih pedagoških teorija (Paolo Freire, Lev Vygotsky) uticalo je da se ciljevi, ishodi i pristupi obrazovanju za medije sagledaju u odnosu na šire razumevanje društvenog konteksta. Jačanje kritičkog pristupa u studijama kulture podstaklo je uvođenje novih tema, poput razumevanja modela prikazivanja, odsustva ili neravnopravnog prisustva pojedinih društvenih grupa i odnosa u medijskom prostoru itd, te je produbilo povezivanje koncepta medijske pismenosti sa razvojem kritičkog odnosa prema široko postavljenim društveno-kulturnim problemima na koje je intelektualna javnost u ono vreme skretala pažnju.

Snaga radikalnog liberalizma iz šezdesetih godina dvadesetog veka i kritička misao koja je tokom druge polovine dvadesetog veka oblikovala intelektualnu atmosferu, sredinom devedesetih počinju da bivaju potiskivani konzervativnim stavovima. S jedne strane, jačaju zahtevi povezivanja obrazovanja za medije

i interesnih industrija, čime se medijska pismenost počinje da sagledava kao informaciono-tehnološko osposobljavanje radi lakšeg uključivanja u savremene društveno-ekonomske odnose, dok na drugoj strani snaži protivljenje uplivu u obrazovne sadržaje radikalno kritičkih stavova prema društveno-političkim odnosima. Početkom dvadesetprvog veka, ove dve tendencije nastavile su da oblikuju glavne tokove konceptualizacije medijske pismenosti. Povezivanje obrazovanja za medije i razvoja jačanja građanske svesti ovim nije bilo ukinuto, ali je kritička pozicija oslabljena ograničavanjem prostora za sučeljavanje suprotstavljenih političko-ideoloških stavova. Pored toga, uspon industrije digitalnih tehnologija dodatno je osnažio tendenciju usmerenja medijske pismenosti ka savladavanju novih digitalnih alata i fokusiranju na razvoj informatičke pismenosti (Hobbs, Jansen 2009:5). Rene Hobs i Ejmi Dženson (Amy Jensen) posebno podvlače da je usmerenje interesa na razvoj kompetencija za korišćenje novih digitalnih alata i tehnologija potisnuo ranije centralne teme obuhvaćene zahtevom za razvojem medijske pismenosti, kao što su pitanja konzumerizma, kvaliteta izveštavanja, strukture vlasništva medijskih ustanova i industrija, probleme prikazivanja i reprezentacije, te uticaja medija na javno zdravlje (Hobbs, Jansen 2009:5).

Raširenost upotrebe društvenih mreža i njihovo prepoznavanje kao mogućih pratećih formalnih kanala komunikacije, kao i u skorije vreme, širenje softvera veštačke inteligencije, dodatno su usložili promišljanje koncepta medijske pismenosti. Savremeni kontekst produkcije, širenja i korišćenja medijskih sadržaja posebno naglašava pitanja etičnosti i odgovornog postupanja u medijskom prostoru, ali isto tako i razumevanje zaokreta u upotrebama medijskih tehnologija u popularnoj kulturi, koja za razliku od talasa demokratizacije medija iz šezdesetih i sedamdesetih godina dvadesetog veka, više nemaju pretežni političko-ideološki fokus, već su najvećim delom okrenuta zabavi, ličnim svedočanstvima ili subverziji putem parodiranja pojedinih odnosa i modela ponašanja.

Uprkos ukrštanju različitih zahteva i uticaja, u većini zapadnih zemalja, dominantno razumevanje koncepta medijske pismenosti saglasno je sa dokumentom *Osnovni principi obrazovanja za medijsku pismenost u Sjedinjenim Državama* (*Core Principles of Media Literacy Education in the United States*, 2007), kojim je podvučen zahtev da obrazovanje za medije ne treba da utiče na razvoj političko-ideoloških stavova kod učenika, već da im pomogne da u mnoštvu medijskih sadržaja, zasnovanim na različitim pozicijama, prihvate one na osnovu kojih će

razviti sopstvena gledišta. Medijska pismenost sagledana je kao proširenje opšte pismenosti koja pretpostavlja razvoj kritičkog odnosa kako prema primljenim sadržajima, tako i prema onima koje medijski korisnici kreiraju i razmenjuju. Cilj ovako zasnovanog koncepta medijske pismenosti i razvoja obrazovanja za medije je afirmacija informisanih, reflektivnih i angažovanih učesnika u širim procesima demokratskog društva. Očekivani ishod u pretpostavljenom razvoju kompetencija je razvitak sposobnosti upotrebe medija u procesu socijalizacije, te razvoj sposobnosti da se zahvaljujući stečenim veštinama, uverenjima i iskustvu konstruišu značenja iz raznorodnih medijskih poruka. Dokument posebno naglašava zahtev da obrazovanje za medije mora ostati odvojeno od iznošenja radikalno kritičkih političko-ideoloških stavova u cilju izbegavanja nametanja uverenja, već da ono pre svega treba da bude usmereno na osposobljavanje za donošenje odluka koje su konzistentne usvojenim vrednostima učenika.

Na ovaj način postavljen okvir razumevanja medijske pismenosti, uprkos zasnivanju na progresivnim načelima, suočava se sa nekoliko nedostataka. Jedan od očekivanih ishoda, ovako koncipiranog obrazovanja za medije, pretpostavlja razvoj sposobnosti dolaska do značenja postupkom koji podrazumeva ne samo rekonstruisanje medijskog teksta, već i dopunu konteksta ili nedostajućih informacija. Pristup medijskim sadržajima time je približen Bartovom (Barthes) odnosu prema čitalačkom tekstu, koji zahteva dubinski aktivan pristup u razumevanju predstavljenog sadržaja. Iako hipotetički ostvariv, navedeni pristup u praksi bi značio primenu naučne analize primljenih medijskih sadržaja te prikupljanje nedostajućih informacija kako bi se ponovo uspostavilo značenje teksta, ali ovoga puta u obliku njegove neiskrivljene interpretacije. Dostizanje ovakvog ishoda uslovljeno je razvojem znanja i veština kod medijskih korisnika koje odgovaraju onim koje poseduje iskusni medijski analitičar, sposoban da jednakom pažnjom i istrajnošću analizira raznorodne sadržaje prenete putem medija javnog komuniciranja.

Dodatni nedostatak ovakvog zahteva je i to što se razvoj kritičkog stava i analitičkih sposobnosti ne može svesti na domen čitanja medijskih sadržaja. Kritičko razumevanje složenih društvenih odnosa ne može ostati na nivou razumevanja njihovih interpretacija ali ne i njih samih. Još i više, u razvoju kritičkog stava trebalo bi krenuti od razvitka kritičkog odnosa prema samoj pojavi te na osnovu toga izgraditi i kritičko čitanje njene interpretacije. Otuda bi ostvarenje postavljenog cilja, na nivou medijskog opismenjavanja, zahtevalo opšti i šire

koordinisan razvoj kritičko-analitičkih sposobnosti, kojima bi, tek kao jedan njihov deo, bio obuhvaćen i razvoj kritičkog odnosa prema njihovim interpretacijama, uključujući ovde i one koje se prenose putem medija javnog komuniciranja. Iako se možemo složiti da bi razvoj kritičkog stava prema medijskim sadržajima trebalo prihvatiti kao idealitet kojem bi bilo razumno težiti, malo je verovatno da bi medijsko opismenjavanje, bez sveobuhvatne transformacije obrazovnog sistema u cilju razvoja navedenih kompetencija, moglo ovakav ishod u potpunosti i da ostvari (čime na nivou partikulariteta ne umanjujemo doprinose ovakve prakse).

Prethodni nedostatak posebno je opterećen zahtevom da obrazovanje za medije mora da isključi iznošenje radikalno kritičkih pogleda kako se time ne bi uticalo na izmenu stavova i vrednosti učenika. Iznošenje kritike, ili razvoj stavova i vrednosti putem obrazovanja, time je izjednačeno sa indoktrinacijom, uprkos oštrim razlikama koje među ovim postupcima postoje. Suprotno nameri da se izbegne svaka mogućnost eventualnih negativnih posledica razvitka vrednosti i ideoloških pretpostavki putem obrazovnog procesa, navedeni zahtev reflektuje duboki konzervativizam svojim istrajavanjem na očuvanju *statusa quo*. Ovakav koncept, time, ne samo što je suštinski ideološki utemeljen nedovođenjem u pitanje dominantnih društvenih pretpostavki, već je i u svom osnovnom cilju razvoja kritičkog odnosa prema medijskim sadržajima osuđen na neuspeh. U sposobnosti traganja za onim značenjima u medijskim sadržajima koji najviše odgovaraju vlastitim vrednostima nema ničeg kritičkog, niti je reč o postupku koji razvoju ovakvog odnosa doprinosi.

Kako je prethodno napomenuto, koncept medijske pismenosti nije uslovljen samo obuhvaćenim sadržajem znanja i veština, već i pristupom učenju. Pozivajući se na Djuija (John Dewey, *My Pedagogic Creed*, 1910), Vener (Wenner) naglašava da bi učenje, kako bi ostvarilo svoj cilj, trebalo da postane deo životnog iskustva (Wenner 2016:6). Moderan sistem obrazovanja, opterećen modelom pripreme za konvencionalnu proveru ishoda učenja, te usmeren na osposobljavanje učenika da polože test ili upišu viši nivo studija, propušta da ih suštinski pripremi za snalaženje u savremenom društvu (Wenner 2016:6). Djui govori o neophodnosi razvoja sposobnosti za funkcionalno uključivanje u zajednicu, dok Vener, u kontekstu pojavljivanja novih tehnologija, ovaj cilj sagledava kao osposobljavanje funkcionalnih građana globalnog društva.

Idući dalje za Djuijem, možemo postaviti pitanje, ukoliko učenje, da bi suštinski bilo edukativno, treba da bude uključeno u celinu životnog iskustva, kojim bi posebnim iskustvima u samom procesu trebalo dati prednost? Iako se moramo složiti da ubrzan protok informacija i olakšana mobilnost, bez sumnje utiču na razvoj lokalnih društava, u isto vreme formirajući elemente na kojima se na planetarnom nivou začinju veze jedne (moguće) globalne zajednice, čini se da ono što istinski obeležava doba u kojem živimo, nije postojanje ove zajednice, već radikalno ubrzani razvoj medijskih tehnologija. Iako razvoj osećanja zajedništva, uzajamnog razumevanja i uvažavanja, kao i drugih plemenitih osobina ne bi trebalo zanemariti, fokus koji na ovom mestu želimo da istaknemo je razvoj sposobnosti iskrenog prilagođavanja promenama izazvanim razvitkom medijskih tehnologija.

U razmišljanjima mnogih autora nailazimo na podvlačenje društvenog zaokreta koji je u vezi sa uplivom novih tehnologija u svakodnevicu. Tako Džon Sili Braun (Brown) govori o prevazilaženju potrebe da se informacije upamte (ostavljajući ovu veštinu u dvadesetom veku), te njenom zamenom potrebom za razvojem umeća odabira, procene i čitanja dostupnih tekstova (Brown 2012:15). No, aspekt prilagođavanja koji često ostaje zanemaren jeste sposobnost dubinskog povezivanja sa nestalnim okruženjem. Savremeni čovek, poput putnika, biva izmeštan u nove krajeve, znajući da se na mesta, koja je napustio, nikada neće vratiti. Tehnološka revolucija otvorila je prostor *vremenskom nomadizmu*.

Koncept savremenog nomadizma obično se dovodi u vezu sa novim radnim odnosima i društvenim okolnostima, ostajući na nivou njegovog geografskog razumevanja. Vremenski nomadizam, međutim, ne podrazumeva prostorno, već vremensko izmeštanje. To je kretanje kroz istorijska doba obeležena radikalnim društvenim promenama uslovljenim izmenama dominantnih tehnologija. Živeti u dobu tehnološkog prelaza, znači boraviti u graničnoj zoni istorijskih razdoblja. Koncept mesta tako postaje efemeran jer ga prostor, svojim transformacijama, nadvladava. U tom smislu i odnosi koje čovek prema vlastitom okruženju uspostavlja, vremenom bivaju ostavljeni u dobu koje je napustio.

Kako ne bi bio izgnanik, koji večito čezne za krajem u koji se ne može vratiti, čovek tehnološkog prelaska mora razviti sposobnosti koje su sa slabljenjem istorijskog nomadizma nestajale. Autentično živeti u savremenom dobu za preduslov ima razvoj sposobnosti iskrenog re-povezivanja sa okolinom. Promene

okoline, na ovom mestu, pretežno sagledavamo na nivou izmena prouzrokovanih upotrebom digitalnih tehnologija, ne želeći time da umanjimo značaj promena uzrokovanih klimatskim, urbanističkim, demografskim i drugim faktorima.

Koncept medijske pismenosti, otuda bi morao da uključi i vremensko-razvojnu dimenziju. Zamisao celoživotnog učenja danas je postala deo većine edukativnih programa i nacionalnih strategija razvoja kompetencija. Obrazovanje za medije, po ovom pitanju, ne ostaje izuzetak, te u mnogim razmišljanjima nailazimo na podvlačenje potrebe kontinuiranog razvoja komunikacijskih kompetenci. Međutim, samo uvođenje obrazovanja za medije u šire programe celoživotne edukacije još uvek nužno ne reflektuje izmenu pojma.

Da bi dinamička komponenta medijske pismenosti suštinski bila afirmisana neophodno je transformisati razumevanje ovog koncepta kako bi obezbedio potencijale dinamičkog unapređenja i izmene stava. Dva centralna argumenta u prilog ovakvom pristupu su a) dinamičan razvoj medijskih tehnologija i načina njihove upotrebe, i b) relativno brzi zaokreti u koncipiranju sadržaja programa obrazovanja za medije tokom prethodnih decenija. Zasnovanost ova dva argumenta gotovo je nepotrebno dodatno činjenički potkrepljivati. Čak i najpovršniji pregled razvoja medijskih tehnologija tokom prethodne tri decenije jasno svedoči o dinamici promena društvenog konteksta, jednako u sferi poslovnih, privatnih i građansko-žiteljskih odnosa. Izmene konceptualizacije sadržaja programa obrazovanja za medije ne zaostaju za ovim prvim. Prethodno su ukratko spomenute centralne tendencije koje su obeležile proteklih sto godina, iz čega je lako zaključiti da promene u intelektualnoj klimi i izmene dominantnih teorijskih shvatanja utiču na pristup razvoju medijske pismenosti, kako na interpretativnom, tako i na strukturalnom nivou. U takvim okolnostima, koncept medijske pismenosti, kako bi istinski mogao da odgovori zahtevima celoživotnog obrazovanja, trebalo bi da bude shvaćen u dijalektičkom smislu.

Reč je o zaokretu od usmerenosti na određenje obima sadržaja ka fokusiranju na proces teorijsko-tehnološkog samousavršavanja. Iako definisanje znanja i veština, koje bi medijskom pismenošću trebalo da budu obuhvaćene ne treba zanemariti, komponenta koju smatramo nužnim preduslovom dostizanja i održanja medijske pismenosti jeste razvoj naklonosti ka usvajanju novih tehnologija i njihovom kritičkom preispitivanju, pri čemu oba navedena nivo treba sagledati kao jednako važna.

Sposobnost prihvatanja i brzog usvajanja novih tehnologija i alata predstavlja ključnu informaciono-društvenu kompetencu savremenog doba. Zastarevanje kompetenci, u uslovima istorijskog ubrzanja njihovog razvoja, ne može problemski biti zadržano u sferi ažuriranja edukativnih programa, već ga je nužno proširiti i na domen samoedukacije. Prvi korak u tom smeru je prevazilaženje otpora za usvajanje novih tehnologija i alata. Samoedukacijska inertnost ne predstavlja samo prepreku u mentalno-saznajnom napretku, već je i centralni faktor nemogućnosti funkcionalnog prilagođavanja društveno-istorijskom kontekstu i aktivnog učešća u društvenim kretanjima. Dijalektičko razumevanje koncepta medijske pismenosti, u tom smislu je preduslov sagledavanja funkcionalnosti medijskih znanja i veština kao uslovljene konkretnim vremenskim okvirom, izvan kojeg se pojam kompetentnosti redefiniše. Otuda medijsko-informaciono obrazovanje ne treba shvatiti kao usvajanje znanja i veština koje imaju trajno važenje, već kao sticanje kompetencija za ograničeni vremenski period. Medijska pismenost, u tom kontekstu, morala bi da obezbedi sposobnost stalnog samousavršavanja, ali i da razvije sklonost ka korišćenju novih medijskih tehnologija (odnosno onih koje će se tek pojaviti) i njihovom usvajanju. Jedan od njenih temeljnih ciljeva, tako bi morao biti razvoj naklonosti da se nove medijske tehnologije prihvate u kontinuitetu s njihovim transformacijama.

Drugi spomenuti nivo odnosi se na razvoj dinamičkog kritičkog promišljanja medija i tehnologija. Praksa dominacije teorijskih paradigmi na kojima se temelje obrazovni programi, otvara opasnost od usvajanja jednodimenzionalnog misaonog razvitka koji ne korespondira sa postojećom dinamikom njihovih promena. Kritičko promišljanje, kako bi uistinu bilo kritičko, nameće potrebu za preispitivanjem, modifikovanjem, ali i izmenom, polaznih pretpostavki. Bez ove teorijske otvorenosti, kritičnost u promišljanju ustupa mesto dogmatici, koja uvek ostaje na nivou perpetuiranja postojećih pretpostavki. Izmene teorijskih paradigmi i fokusa kritike, tako moraju biti shvaćene kao neminovan proces upotpunjavanja slike, pri čemu svaki od prethodnih misaonih okvira zadržava svoj značaj na putu ka istini. To praktično znači zasnivanje obrazovanja za medije na filozofsko-humanističkim pristupima, koji najsnažnije odolevaju opasnosti zapadanja u dogmatske okvire. Medijska pismenost, tako mora obuhvatiti i razvoj stava da stečena znanja, ma koliko bila produktivna u rešavanju određenih pitanja, obezbeđuju uvid u samo jedan segment kom-

pleksne slike koja može biti sagledana tek u izlaženju iz postojećih okvira, te da kritički stav ne znači samo sposobnost metodološkog analiziranja pojava prema utvrđenim principima, već i naklonost da se iz ovih okvira izađe izmeštanjem pozicije posmatranja i izmenom teorijsko-hipotetičkog okvira.

Razvoj koncepta medijske pismenosti značajan je ne samo zbog nadilaženja trenutnih opasnosti manipulacije putem medija i zloupotreba tehnologija, već i zbog razvojnih potencijala medijski posredovanog obaveštavanja, komuniciranja, te uključivanja u procese društvenog reagovanja i odlučivanja, a u skladu sa razvojnim vizijama procesa digitalizacije. Obrazovanje za medije tako prevazilazi razvoj poželjnih ličnih kompetenci, ulazeći u domen preduslova šireg društvenog razvoja, te planiranih transformisanja ekonomskih, političkih, bezbednosnih, kulturnih i dr. procesa. Ipak, samo naglašavanje značaja medijske pismenosti i njeno uključivanje u različite institucionalne platforme i nacionalne strategije, tek je prvi korak ka njenoj suštinskoj afirmaciji. Da bi obrazovanje za medije moglo da odgovori izazovima budućih promena i snažne dinamike tehnološkog razvitka, medijska pismenost bi trebalo da bude shvaćena kao dijalektički pojam koji prevazilazi okvire trenutnog obrazovnog fokusa, zarad razvoja sklonosti ka kontinuiranom tehnološkom i teorijskom samousavršavanju kao osvešćenom preduslovu iskrenog re-povezivanja i aktivnog učešća u *društvenom kontekstu u promeni*.

Literatura

CENTER FOR MEDIA LITERACY. *Media Literacy: A Definition and More*. Dostupno na linku https://www.medialit.org/media-literacy-definition-and-more/. Pristupljeno 20.07.2023.

Donna E. Alvermann, Margaret C. Hagood (2000). Critical Media Literacy: Research, Theory, and Practice in "New Times". In *The Journal of Educational Research*, January / February 2000, Vol. 93 No 3, 193-205.

Džesi Dru, Kolektivni kamkorder u umetnosti i aktivizmu. U: Blejk Stimson, Gregori Šolet (2010). *Kolektivizam posle modernizma: umetnost društvene uobrazilje posle 1945. godine*. Clio: Beograd.

EUROPEAN COMMISSION. *Media literacy*. Dostupno na linku https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/media-literacy. Pristupljeno 20.07.2023.

John Seely Brown (2012). Learning in and for the 21st Century. *CJ Koh Professional Lecture Series* No. 4.

Joseph Kahne, Benjamin Bowyer (2019). Can media literacy education increase digital engagement in politics?. In *Learning, Media and Technology*, Vol 44, No 2, 211-224, ROUTLEDGE.

Len Masterman (1985). *Teaching the Media*. Comedia: London.

Manuel Alvarado, Robin Gutch, Tana Wollen (1987). *Learning the Media: An Introduction to Media Teaching*. Macmillan Education: London.

Patricia Aufderheide (1993). *A Report of The National Leadership Conference on Media Literacy*. The Aspen Institute Wye Center Queenstown, Maryland. December 7-9, 1992.

Paul Mihailidis, Benjamin Thevenin (2013). Media Literacy as a Core Competency for Engaged Citizenship in Participatory Democracy. In *Amecican Behavioral Scientist*, XX (X), 1-12, SAGE.

Renee Hobbs (2021). *Media Literacy in Action*. Rowman & Littlefield: Maryland

Renee Hobbs, Amy Jensen (2009). The Past, Present, and Future of Media Literacy Education. In *Journal of Media Literacy Education*, 1 (2009), 1-11. The National Association for Media Literacy Education.

Sonia Livingstone (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. In *LSE Research Online*. Originaly published in: *Communication review*, 1 (7), 3-14. Taylor & Francis Group.

UNESCO. *About Media and Information Literacy*, last udate 20 April 2023. Dostupno na linku https://www.unesco.org/en/media-information-literacy/about. Pristupljeno 20.07.2023.

Wenner, R.M. (2016). *Media Literacy Definitions: Ambiguity and Problems in Media Pedagogy*. Thesis. Old Dominion University.

Dragan Ćalović
Faculty of Contemporary Arts, Belgrade

ON THE NEED FOR DIALECTICAL THINKING OF MEDIA LITERACY

***Abstract**: The text analyzes the frameworks of understanding the concept of media literacy in the time of dynamic technological development. The author expresses the view that media literacy must be understood as a dialectical concept. Connecting media literacy and lifelong learning is recognized as expedient only if media literacy itself is conceptually grounded as a set of knowledge and skills that are in constant change. The author suggests rethinking the content and goals of media education in relation to the perspective of the future development of technologies and social needs, emphasizing the importance of developing the ability to being sincerely re-connected with the dynamic socio-historical context. At the beginning of the text, contemporary definitions of the concept of media literacy are analyzed. After that, a brief overview of the historical development of the term is given, after which the needs and possibilities of dialectical foundation of the term are reviewed.*

***Key words**: definition, digitalization, digitization, education, media, media literacy, technologies.*

ORIGINALNI NAUČNI RAD

Primljeno: 14. III 2024.
Prihvaćeno za objavljivanje: 20. XI 2024.

OČUVANJE PISMENOSTI UMESTO JAČANJA MEDIJSKE PISMENOSTI?

Damir Smiljanić[1]
Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet
ORCID https://orcid.org/0000-0002-5791-620X

DOI: 10.5937/cm19-55616

Sažetak: *U današnjem filozofskom i naučnom diskursu o medijima sve više se pominje pojam medijske pismenosti. Pod njime se podrazumeva umeće efektivnog korišćenja novih elektronskih medija koje treba da uključuje i kritički odnos prema ovima. 'Medijska pismenost' tako postaje borbena parola jednog novog kritičkog mišljenja u humanističkim naukama. Međutim, prilikom pomnijeg ispitivanja tog pojma pokazuje se da on ima svoje slabosti: ili je tautološki koncipiran ili se pak suviše proširuje domen njegovog značenja. Autor polazi od stava da je već fenomen pismenosti dovoljno elementaran da bude ponovo predmet istraživanja u filozofiji medija i naukama o medijima jer se na njemu bazira i onaj (proširene) medijske pismenosti. Glavno polazište istinski kritičke refleksije o medijima u današnjim uslovima trebalo bi da bude razmatranje razloga krize upravo te elementarne (jezičke) pismenosti. U prilog tome autor razmatra četiri aspekta te krize – primat taktilnosti, nedostatak pažnje, opadanje nivoa jezičke kulture i neizdiferenciranost izraza – i formuliše očuvanje pismenosti u smislu poznavanja jezika i umeća individualnog izražavanja kao budući zadatak filozofije i humanističkih nauka.*

Ključne reči: *medijska pismenost, kriza pismenosti, taktilnost, pažnja, jezička kultura, izraz*

[1] Kontakt sa autorom: dr_smiljanic@ff.uns.ac.rs

1. Medijska pismenost – o upotrebi jedne „plastične reči"

Već izvesno vreme u akademskim krugovima, što u studijskim programima, ponudi nastavnih predmeta, sadržaju kurseva, što u mnogobrojnim naučnim publikacijama, posebno onim koje se tiču pedagogije, u opticaju je termin *'medijska pismenost'*. Neretko se i izvan akademskih krugova toj reči pripisuje veliki značaj, štaviše, moglo bi se reći neka vrsta volšebnog dejstva, kao da će njome neka neprozirna stanja stvari da se razjasne, a određeni problemi od socijalnog značaja zauvek da se reše. Kao da preuzima mesijansku funkciju. Nije ona jedina reč u kontekstu upotrebe medija u današnjem društvu kojoj se pripisuje to dejstvo, što usled površnog baratanja njome može dovesti do toga da se ustali kao „plastična reč" (Uve Perksen [Uwe Pörksen]).[2] Vremenom se i prvobitno potentna reč može otrcati i izgubiti svoj naučno relevantni smisao. A pošto i nauka poznaje svoje mode, onda ne čudi da neke reči izvesno vreme zaokupljaju pažnju onih koji se bave naukom sve dok se ne pokaže neprimerenost ili čak ispraznost te reči. Da li će i reč 'medijska pismenost' doživeti istu sudbinu – od niti vodilje u diskusiji o uticaju medija na društvo postati obična poštapalica kojom se samo simulira naučnost, a izbegava pronicanje složenih fenomena na polju upotrebe medija?

Šta se uopšte smatra pod medijskom pismenošću? Preuzeću definiciju iz jedne publikacije:

> Pod medijskom pismenošću podrazumevamo okvir za pristupanje, analizu, procenu i kreiranje medijskih poruka u različitim formama – počevši od štampe, preko videa, do interneta. Medijska pismenost gradi razumevanje o ulozi medija u društvu, kao i suštinske veštine istraživanja i samoizražavanja građana u demokratiji. (Thoman, Jolls, 2003: 21)[3]

Ono što ovde upada u oči jeste da je medijska pismenost određena u širem smislu. Prema takvom shvatanju medijska pismenost pokriva široko polje promišljanja socijalne funkcije medija i njihove uloge u očuvanju demokratskog poretka. U užem smislu medijska pismenost je sposobnost korisnika određenih (uglavnom tehničkih) medija da se svrsishodno služe njima pri rešavanju odre-

[2] Pod *plastičnom rečju* (nem. *Plastikwort*) ovaj nemački lingvista smatra onu reč što se često koristi u svakodnevnoj i reklamno-propagandnoj komunikaciji, ali ne sa baš jasnim značenjem kao u stručnom kontekstu. Upor. o tom konceptu Pörksen, 1988; na primeru reči 'komunikacija' upor. Кремер, 2020, posebno: 36.

[3] Prevedeni citat preuzet iz Kecman, 2023: 32.

đenih zadataka i da umešno upravljaju njihovim funkcijama. Primera radi, u tom užem smislu onaj korisnik kompjutera je „medijski pismen" koji zna kako se izvode određeni softverski programi (recimo koriste alati i funkcije u okviru programa obrade tekstova kao što je *Word*), kako se kreiraju i razmenjuju poruke i slično. S obzirom da komunikacioni mediji poput „pametnih telefona" postaju vrlo rano dostupni i najmlađijim generacijama, pretpostavlja se da bi jedan od glavnih zadataka školskih ustanova – a time i metarefleksije celog procesa na nivou pedagogije – trebalo da bude što ranije osposobljavanje učenika i učenica za primerenu upotrebu medija u skladu sa uzrastom, čime bi se sprečilo proizvoljno, nesistematsko i nemetodično baratanje medijima, a isto tako predupredila njihova zloupotreba kojom bi se narušila socijalizacija učenika i učenica. Otuda ne čudi da se koncept medijske pismenosti posebno promišlja u kontekstu *pedagogije* i sličnih primenjenih nauka.

Medijska pismenost treba da nam olakša orijentaciju u digitalnom svetu prepunom raznoraznih podataka. Neki od zagovornika koncepta medijske pismenosti uzdaju se doslovno u *automatizam*[4] obrade podataka što upravo putem ispravnog baratanja medijima treba da se ustali u svesti korisnika medija.

> U svakodnevnom životu – kao kad ulazimo u supermarket – u svojoj svesti uključujemo *automatski program* [kurziv koristio D. S.] koji nam govori šta treba da tražimo a da ne obraćamo pažnju na druge stvari. Automatska obrada informacija upravlja najvećim delom našeg korišćenja medija, ali svakako ne celokupnim. Automatska obrada nam omogućava da se upoznamo s velikim brojem medijskih poruka a da na to ne gubimo mnogo vremena; tako imamo osećaj da ih filtriramo jer im ne posvećujemo svesnu pažnju. (Poter, 2011: 29)

Odatle jasno sledi šta je primarni zadatak medijske pismenosti:

> Stoga je neophodno da povremeno preispitamo šifre programirane u našoj svesti. U tome je veliki značaj medijske pismenosti. (Poter, 2011: 31)

Kao što se vidi i po odabiru terminologije, u pojašnjavanju koncepta medijske pismenosti koriste se izrazi iz informatike. Međutim, upravo to može da iritira. Izraz 'programirati' ima pomalo manipulativni prizvuk – nešto što se programira u izvesnom smislu je determinisamo odlukom programera. S druge strane, programi su nešto što se sledi, a ne nešto što se preispituje. Ako program

[4] „Automatizam je situacija u kojoj naša svest dela bez naših svesnih napora." (Poter, 2011: 29)

ne funkcioniše, onda sistem staje. Takođe i analogija sa supermarketom[5] u kojem konzumenti biraju životne namirnice i ostale produkte što onda zahteva sposobnost selektovanja zdravog od nezdravog, korisnog od beskorisnog, jeftinog od skupog itd. može da ima negativne konotacije. Korisnik medijskih poruka trebalo bi da bude nešto više od razmaženog konzumenta razvijenih društva koji ima luksuz da po svom ukusu (ili dubini džepa) bira što bolje robne artikle. Iz tog razloga više neutralni pojam izbora dopunjuje se perspektivom procenjivanja (dakle, da se u obzir uzme i vrednost onoga što se posreduje medijem). Otuda se ne tako retko kao ključan za ispravno baratanje medijima pokazuje „proces preispitivanja", tako da pojam medijske pismenosti dobija i jaku *evaluativnu* crtu.

> Medijska pismenost podrazumeva nekomforan odnos prema medijskoj poruci, kritičku autonomiju i polaznu distancu. [...] Medijska pismenost za cilj ima pravilno rasuđivanje o medijima i odgovorno kreiranje poruke, umesto povlačenja pred medijskim porukama i odluke o prekidanju veze sa pošiljaocem poruke. (Kecman, 2023: 32)

Tako se pojam medijske pismenosti vidi u uskoj vezi sa *kritičkim mišljenjem*.[6] Pretpostavlja se da ona(j) ko je medijski pismen(a) ujedno ume kritički da prosuđuje o medijima što ih koristi. Time sam pojam medijske pismenosti dobija kritički prizvuk, a izgleda da se želi pokazati da prihvatanje pojma nije puko sleđenje neke intelektualne mode i povinovanje novim trendovima na tržištu. Sama upotreba tog pojma treba da ima socijalno kritički smisao, a ne da se njime naprosto afirmiše momentalno stanje u društvu kao neki nepopravljivi *status quo*. No koliko god na taj način progresivno i kritički osmišljen, čini mi se da je pojam medijske pismenosti proširen izvan domena njegove prvobitne intencije, naime, da je u stvari samo reč o jednom vidu *pismenosti*. Kada za nekoga kažemo da je pismen, time želimo reći da ta osoba poseduje elementarne kompetencije poznavanja jednog jezičkog koda i načina kako se elementarne jedinice tog jezika označavaju pismenim putem i na taj način čini mogućim kreiranje i prepoznavanje kombinacije pojedinačnih znakova (glasova, slova, fonema,

[5] „Naša kultura je jedan veliki supermarket medijskih poruka." (Poter, 2011: 28)

[6] Jednu od najširih definicija medijske pismenosti daje komunikolog Art Silverblat [Art Silverblatt], objedinjujući u njoj sedam momenata: (1) veština kritičkog mišljenja, (2) razumevanje masovne komunikacije, (3) svest o individualnom i socijalnom uticaju medija, (4) strategija analize i dešifrovanja medijskih poruka, (5) prepoznavanje kulturnog konteksta medijskih prezentacija, (6) svest o pozitivnim stranama medija i (7) odgovornost prilikom kreiranja medijskih poruka. (Upor. Рељић, 2018: 232–233).

grafema itd.) zahvaljujući kojoj je moguće produkovati gotovo beskonačan broj rečenica i drugih sintaksičkih jedinica na dotičnom jeziku. Pismenost u tom smislu ne implicira nužno spremnost kritičkog promišljanja sadržaja onoga što je napisano ili što se pročita, već se tiče mogućnosti elementarne komunikacije na nekom jeziku.[7] Osnovni oblik pismenosti jeste onaj što se stiče u školskim klupama, kada učenici i učenice prvo nauče da čitaju i pišu. U tu vrstu pismenosti ne ubraja se i sticanje viših kompetencija kao što je razumevanje smisla nekog teksta (npr. neke pesme) jer je to nešto što pretpostavlja izvesnu uvežbanost u čitanju nekog štiva i pristup koji zahteva sticanje dodatnog znanja što je onda zadatak kasnijih vremenskih faza i formi školskog obrazovanja. Na isti način osoba koja je medijski pismena ume da se služi nekim medijskim pismom kao semiotičkim sistemom, bilo da se radi o alfabetskom ili slikovnom pismu na kojem se bazira komunikacija nekog određenog medija, kao što je npr. smartfon. Ali rekao bih da je ključan binarni shematizam *pismen/nepismen*: pomalo tautološki može se reći da je pismena ona osoba koja nije nepismena, dakle koja elementarno poznaje kod na kojem počiva određen semiotički sistem. Analfabeta ne može kritički da prosuđuje sadržaj nekog teksta pošto uopšte ne ume ni da ga pročita. U tom smislu je pismenost *preduslov* za sve složenije operacije kakva je između ostalog ona razumevanja ili kritičkog rasuđivanja. Ukoliko neko insistira na kritičkom mišljenju kao sastavnom (možda čak i glavnom!) delu medijske pismenosti, onda bi trebalo koristiti drugu oznaku za takvu kompetenciju – pre bi trebalo govoriti o *medijskom rasuđivanju* ili – gotovo kantovski formulisano – o *medijskoj moći suđenja*. Možda bi ovde trebalo jasnije diferencirati između pojmova kojima se označavaju različiti stupnjevi upoznatosti i izvežbanosti korišćenja određenog (medijskog) koda. U svakom slučaju, medijsko rasuđivanje pretpostavlja (elementarnu) medijsku pismenost, ali od medijske pismenosti se previše traži ako treba da bude odmah i medijsko rasuđivanje.

Međutim, šta je ono iritantno na tom pojmu iz filozofske perspektive? Pre svega dve stvari: svojevrsna redundantnost izraza i previđanje značaja pisma. ‚Medijska pismenost' je svojevrsni pleonazam – pismenost je već *eo ipso* medijski koncipirana. Ona sama po sebi znači vladanje veštinom pisanja, dakle jednim – može se onda reći: elementarnim – medijem. S druge strane, previđa se značaj ovladavanja tehnikom pisanja za obrazovanje individue ili se on ne-

[7] Svakako – kako bih mogao nekoga ili nešto da kritikujem, moram kao prvo umeti uopšte da se smisleno jezički artikulišem.

dovoljno ne razmatra, ako se već uviđa njegov značaj. Razlog tome je jednostavan – sama pismenost se danas nalazi u krizi! A ako je ugrožena elementarna pismenost, onda svaki koncept sprovođenja medijske kompetencije dospeva u drugi plan, ako sam nije deo svojevrsne kulturno političke taktike da se upravo zamaskira gubitak ili makar slabljenje elementarne pismenosti. O ovoj temi se ne priča toliko u okviru terminološkog *boom*-a što je kumovao uspehu pojma medijske pismenosti, iako ona komplementarno prati pohod novih digitalnih tehnologija i ne može da se previdi kao naličje naizgled pozitivnog procesa sticanja medijskih i ostalih kompetencija i veština. Ukoliko danas neko želi da važi za „medijski pismenu" osobu, prvo bi trebalo ustanoviti da li je on(a) dovoljno pismen(a) u elementarnom smislu, dakle da li ume da čita i izražava se običnim pismom. Bez te elementarne pismenosti nema nikakve druge („medijske") pismenosti – to je glavna teza ovog priloga.

2. Kriza pismenosti u digitalnom dobu

U okviru filozofije medija često se ukazuje na značaj *pisma* za razvoj kulture. Posebno su se u tradiciji tzv. *Kanadske škole* (dakle u delima teoretičara medija kao što su Maršal Mekluan [Marshall McLuhan], Erik A. Hevlok [Eric A. Havelock], Volter Dž. Ong [Walter J. Ong], Džek Gudi [Jack Goody] i dr.) promišljale posledice nastanka i razvoja pisma za društvo u celini, posebno u vezi sa promenama što ih je onda u novom veku štampa donela sa sobom. Posebno Mekluan prednjači sa svojim provokativnim tezama, neobičnim analogijama i efektnim metaforama. Pismo je značilo etabliranje novog načina opažanja stvarnosti, izdvajanje čula vida u odnosu na druga čula, trijumf linearnog mišljenja i geometrijskog poimanja prostora. Međutim, sa prelazom iz „Gutenbergove" u „Markonijevu galaksiju", kako to po običaju metaforički izražava kanadski teoretičar medija, kultura pisma dospeva u svojevrsnu krizu: novi (elektronski) mediji restrukturiraju perceptivne, kognitivne i delatne navike ljudi, tako da se menja čitava kulturna matrica jednog društva. S druge strane, Mekluan napominje da je istorija medija kontinuirani proces dopune, asimilacije i nadgradnje starog medija novim – tako je npr. govor ušao u sastav pisma, pismo u sastav tipografije, fotografija u sastav filma, a film u sastav televizije itd. Dakle, ne radi se o međusobnom potiskivanju medija, nego pre o njihovoj metamorfozi i daljoj evoluciji. Ali menja se karakter medijske kompetencije – pismenost se

razlikuje u tipografskom i u digitalnom društvu. I to je ono što je ovde od interesa: kakav je karakter pismenosti u digitalnom dobu?

Sticanje osnovnih jezičkih kompetencija, čitanja i pisanja, i dalje je osnov svakog obrazovanja i *conditio sine qua non* individualnog duhovnog razvoja – ništa se po tom pitanju nije promenilo niti će se menjati u bliskoj budućnosti. Ali pisanje i čitanje više nisu glavne kulturne tehnike u današnjem društvu, barem ne uzete za sebe. One se više ne kultivišu, dešavaju se uzgred ili pak ulaze u sastav drugih tehnika nametnutih upotrebom drugih medija, pre svega kompjutera i „pametnog telefona"[8]. Upravo pod uticajem upotrebe novih medija menja se način kako njihovi korisnici čitaju ili pišu poruke i ostale suvisle sadržaje. Pokušaću ukratko da prikažem te promene s tim što ovaj predlog tumačenja transformacije pismenosti u digitalnom dobu nema pretenziju da bude potpun niti ovde mogu biti razvijene sve sistematske implikacije ovde skiciranih uvida.[9] Biće reč o sledećim transformacijama kulture u okviru kojih se menja i obrazac pismenosti: (1) primat taktilnosti, (2) nedostatak pažnje, (3) opadanje nivoa jezičke kulture i (4) neizdiferenciranost izraza.

2.1. Primat taktilnosti

Upotreba medija dešava se u uskoj interakciji s *čulima*. Nekada preovlađuje jedan čulni kanal, nekada pak dva ili više kanala, a moguća je sinteza svih čula kojom se onda obogaćuje doživljaj određenog medijskog sadržaja. Na to su ukazivali teoretičari medija poput Mekluana. Poznata je njegova klasifikacija medija prema stepenu angažovanosti čula: mediji preko kojih je intenzivno aktivirano samo jedno čulo on naziva „vrućim", a one što zahtevaju involviranost većeg broja čula „hladnim". Različiti tipovi medija različito deluju u okviru društva. Tako Mekluan ilustruje razlike između različitih vrsta pisama na sledeći način:

> Hladno opštilo [tj. medij – D. S.] poput jeroglifskih ili ideogramskih znakova sasvim drukčije deluje od vrućeg i eksplozivnog opštila fonetskog pisma. Dovedeno do jednog visokog stupnja apstraktne likovne snage, pismo je postalo tipografija. [...] Zagrevanje opštila pisma do stupnja ponovljivog tiska dovelo je do nacionalizma i verskih ratova šesnaestog veka. Teška i glomazna

[8] Tzv. *smartfon* je u stvari hibridni medij, spoj mobilnog telefona i kompjutera.

[9] Ovde bi od koristi bilo potkrepljivanje prezentovanih teza rezultatima empirijskih istraživanja, kako se ne bi radilo samo o mekluanovskim intuicijama i neproverljivim spekulacijama. Ono ovde mora biti izostavljeno, pošto je moja namera fundamentalno filozofska, dakle da se ukaže na neke principijelne stvari u vezi s krizom pismenosti.

> opštila, kao što je kamen, predstavljaju vremenske spone. Kada se upotrebe za pisanje, ona su odista veoma hladna i služe spajanju vekova; dok hartija predstavlja vruće opštilo namenjeno horizontalnom spajanju prostora, kako u carstvu politike tako i u carstvu razonode. (Makluan, 1971: 58/59)

Kad su u pitanju elektronski mediji, televizija je hladan medij zato što usled specifičnog ustrojstva svoje slike od gledaoca zahteva da je s visokim stepenom pažnje sâm dopunjava:

> Tajna taktilne moći televizije je u tome što je video slika niskog intenziteta ili definisanosti i na taj način, za razliku od fotografije ili filma, ne pruža detaljne informacije o posebnim objektima već umesto toga uključuje aktivno učešće gledaoca. [...] Tako svaki gledalac nesvesno biva slikar pointilista kao što je Sera (Seurat), crtajući nove oblike i slike dok ikonoskop preplavljuje čitavo njegovo telo. (Mekluan, 2012: 33)

Prema njegovom mišljenju u tzv. „Markonijevoj galaksiji" što sledi iza one „Gutenbergove", taktilnost dobija preimućstvo u odnosu na vizuelnost. To svakako može da se razume i tako da elektronski mediji, kako bi se pomoću njih izvodile semantički suvisle operacije, zahtevaju upotrebu *tastature* putem dodira prstiju. Dodirivanje tastera postaje glavni način aktiviranja smisla. O tome je pisao i Vilem Fluser [Vilém Flusser], nabrajajući redom sve kulturne relevantne gestove zahvaljujući kojima je čovek postao kreator svetova umesto pukog ogledala sveta:

> Prvi gest što čoveka oslobađa od sveta života jeste radnja. Drugi je imaginativno posmatranje. Treći pojmovno objašnjenje. A četvrti gest što čoveka oslobađa od sveta života jeste komputirajući dodir. Čovek postaje subjekt sveta zahvaljujući ruci, on postaje pregledač (nadzirač) sveta zahvaljujući oku, postaje vladar sveta zahvaljujući prstu i davalac smisla svetu zahvaljujući vrhovima prstiju. Savremena revolucija kulture može da se posmatra kao prenošenje egzistencije na vrhove prstiju. Rad (ruka), ideologija (oko) i pričanje (prsti) bivaju potčinjeni programirajućem komputovanju (vrhovi prstiju).[10] (Flusser, 2018: 31/32)

Na taj način dodir čini mogućim da svetu damo i smisao, a ne samo da ga menjamo, posmatramo i objašnjavamo.

[10] Citat s nemačkog preveo D. S.

U prilog tezi o primatu taktilnosti u današnjem digitalnom dobu govori i ustrojstvo medija kojima se subjekti svakodnevno služe jer oni obično sadrže tipke ili tastere čijim aktiviranjem se primaju, šalju ili preusmeravaju određeni sadržaji ili poruke. Makar u minimalnom smislu medijska pismenost pretpostavlja umešno baratanje takvim načinom kreiranja sadržaja, odn. poruka. Pripadnicima starijih generacija – posebno onim koji ne prate najnovije medijske trendove – možda je potrebno više vremena da izvrše ove radnje, ali poenta leži u stalnom praktikovanju jer jedino se tako mogu usavršiti određene medijske tehnike. Za razliku od njih mlađe generacije su se brzo navikle na novi način rukovanja medijima, a to se svakako može potkrepiti eksperimentalno psihološkim i pedagoškim istraživanjima. No da li je brzina korišćenja tastature prilikom čitanja i pisanja od koristi za proces obrazovanja pitanje je što ga svakako valja postaviti u kontekstu diskusije o onome šta podrazumeva medijska pismenost. Verovatno je ovde od većeg značaja *kvalitet* onoga što se sastavlja (u slučaju pisanja) ili razume (u slučaju čitanja), smislenost napisanog i dubina razumevanja pročitanog sadržaja. Sigurno je brzo procesuiranje poruke od važnosti, posebno u nekim delikatnim situacijama, ali ključno je *da li* i *šta* se u stvari prenosi putem određenog medija.

2.2. Nedostatak pažnje

Već kao obeležje percepcije modernog čoveka Valter Benjamin [Walter Benjamin] je u svom čuvenom članku o umetničkom delu iz 1935. godine istakao nedostatak koncentracije, ono što je nazvao *rasejanošću* ili *rastresenošću* (nem. *Zerstreuung*). Takav modus opažanja može se dobro ilustrovati na primeru filmske recepcije: upravo pojava medija kao što je film pokazuje da je došlo do epohalne promene u načinu kako se opažaju (ili bolje reći: ne opažaju) sadržaji: površno, bez udubljivanja u smisao, hektično, preletajući pogledom preko objekata posmatranja. Ali nemački teoretičar medija u tome ne vidi nedostatak, nego – naprotiv – upravo specifični karakter percepcije modernog čoveka, jer on se upravo na taj način navikava na upotrebu novih medija poput fotografije i filma. Zanimljivo, on kaže da se to dešava taktilno (!), anticipirajući tako Mekluanovo i Fluserovo tumačenje medijske kulture:

> Taktilna recepcija ne odvija se toliko putem pažnje koliko putem navike. [...] *Zadaci koji se u prevratnim razdobljima istorije postavljaju čovekovom*

> *opažajnom aparatu ne daju se čak ni rešiti putem proste optike, dakle kontemplacijom. Pod vođstvom taktilne recepcije, oni su postepeno nadvladavani navikom.*
>
> I onaj ko je rastresen, može da se navikne. Još više: ovladavanje izvesnim zadacima u rastresenosti moglo bi dokazati samo da se njihovo rešavanje pretvorilo u naviku. [...] *Recepcija u stanju rastresenosti, koja postaje sve izrazitija na svim područjima umetnosti i simptom je dubokosežnih promena apercepcije, nalazi u filmu svoj pravi instrument za vežbanje.* Film sa svojim šok-dejstvom izlazi u susret toj formi recepcije. (Benjamin, 2011: 282)

Dakle, novi medij obično zahteva i određen način percepcije koji se razlikuje u odnosu na onaj što je bio dominantan u pređašnjoj fazi istorije medija. I to je u izvesnom smislu jedna koncepcija medijske pismenosti, ali ona za razliku od današnjih pedagoških, u okviru kojih se polazi od mogućnosti *svesnog* učenja načina kako se koristititi medijima, ukazuje na važnost *nesvesnog* navikavanja na nove obrasce opažanja i ponašanja.[11]

Očigledno medijska pismenost u punom kapacitetu, dakle kao u određenoj (pedagoškoj) praksi naučena upotreba nekog medija ili kompetencija razumevanja njime prikazanih sadržaja pretpostavlja izvestan period kulturne adaptacije pre nego što baratanje tim medijem uopšte može biti prepoznato kao pedagoški relevantan faktor u načinu kako čovek preko tog medija obogaćuje svoje opažanje stvarnosti, u mekluanovskom maniru „produžava" svoja čula i ostale organe saznanja. Na primeru filma to znači da je posle početne skepse prema tom mediju što je od strane kulturne elite smatran običnom vašarskom atrakcijom bez ikakvih estetskih kvaliteta postao respektabilan medij kako prikazivanja materijalne i istorijske stvarnosti, narativnih scenarija i ideja, tako i sagledanja ljudski relevantnih problema, konflikata i situacija iz jednog posebnog ugla. Filmski „pismen" gledalac ume da razgraniči stvarnost od fikcije (npr. da ne pobegne pred prizorom na platnu kao gledaoci tokom prve filmske projekcije braće Limijer [Lumière]), da prepozna estetski kvalitet slike, montaže, fabule i drugih tehničkih elemenata, kao i da diskusijom određenih filmova ukaže na nekad, sad i ubuduće postojeće individualne i socijalne probleme što se mogu ilustrovati i kroz ovaj medij. Kao što pokazuje primer filma, posle određenog vremenskog perioda rasejani modus percepcije se stabilizuje i ustaljuju se forme

[11] Upor. o „otkriću optičko nesvesnog" zahvaljujući filmskoj kameri Benjamin, 2011: 276–277.

svojstvene mediju kroz koje se posmatra i oblikuje stvarnost, a kao što su one bile nadgradnja recepcije prethodnog medija, naime fotografije, isto tako i kroz filmski medij razvijan oblik percepcije čeka na svoje „proširenje" i „dopunu" drugim medijima.

I današnja medijska pismenost zahteva prevazilaženje određenog vida „rasejanosti" ili „rastresenosti". Taj problematični modus percepcije što ga valja pretočiti u valjanje perceptivne forme ima dva vida – jedan više neutralno izraženi (pošto se radi o jednoj tehničkoj prepreci), a drugi negativno konotirani (jer se njime ukazuje na jedan patološki momenat u ustrojstvu perceptivno-kognitivnog aparata jedne individue). Pod izrazom *multitasking* poima se sposobnost gotovo istovremenog obavljanja određenih paralelnih radnji npr. putem koordinisanih pokreta prstiju po nekoj tastaturi. Neko može u istom trenutku da gleda televizor, sluša muziku preko slušalica i dodirom aktivira polja na *touch screen*-u, a da ipak ima jedinstven doživljaj smisla sadržaja što ih recipira na taj način (i da razume smisao filma, razazna muzički relevantne detalje tokom slušanja muzike ili pak ume u isto vreme da nekom poznaniku otkuca poruku). *Multitasking* takođe može da se odnosi na korišćenje jednog te istog uređaja, recimo kada se na jednom te istom računaru istovremeno koristi više programa, što je specifičnost delatnosti procesora tog kompjutera. Korisnik ili korisnica ume onda da se snađe sa otvorenim prozorima i zadržava pregled situacija dok obavlja potrebnu operaciju. Problem s kojim se on(a) suočava jeste da je lako moguće izgubiti pregled ili da je za prelaz s jednog „zadatka" (engl. *task*) na drugi potrebno više vremena ili pak da preti neka vrsta „praznog hoda" ili šta god drugo – zahtev za ekonomičnošću ovde može da se nametne, pa su onda potrebne odgovarajuće strategije za efikasan utrošak vremena ili druga umeća efektivne „redukcije kompleksnosti", kako bi to rekli predstavnici teorije sistema.

Drugi vid „medijske rasejanosti" daleko je problematičniji. Već izvesno vreme on se u medicinskom kontekstu razmatra kao *hiperkinetički poremećaj*[12] (engl. *Attention Deficit Hyperactivity Disorder*, skraćeno: ADHD). Iako u skraćenom prevodu engleskog termina ta značenjska dimenzija ostaje skrivena, ono glavno kod ove vrste poremećaja jeste nedostatak pažnje, nesposobnost ili – blaže rečeno – slabo izgrađena sposobnost bolesnika da održi fokus pažnje na jednom ili više (povezanih) zadataka. Pažnja ovakvog bolesnika luta od jednog

[12] Potpunije bi bilo reći: *poremećaj deficita pažnje i hiperaktivnosti*. Ili kraće: *nepažljivo-hiperkinetički* ili *rasejano-hiperkinetički poremećaj*.

predmeta do drugog, previđaju se detalji tokom njihovog opažanja, nedostaje fokus na jednom segmentu ili čitavom zadatku (ili baš suprotno: fokus je izrazito izražen, ali samo kod onih aktivnosti koje se subjektu čine zanimljivim), započeti poslovi često ne budu završeni, takođe se zaboravljaju informacije itd. Uz to ide preterana motorička aktivnost, nemir, raspričanost, intenzivno gestikulisanje, impulzivnost prilikom donošenja odluka i sl.[13] Jedna klasa simptoma ide uporedo s drugom, a nekad je jedna klasa izraženija od drugih, pa tako postoje više nepažljivi i više hiperaktivni tip (ipak najviše dominira „mešoviti" tip). No ovde nas ne zanima složeni psihofizički profil osoba koje pate od ovog poremećaja, nego da li u ponašanju današnjeg „prosečnog" korisnika medija mogu da se prepoznaju crte ADHD-a. Očigledno postoje paralele u ponašanju, a čini se da česta upotreba medija poput „pametnog telefona" navikava njegovog korisnika na nefokusiranost pažnje i hiperaktivno ponašanje. Sve više smo svedoci toga kako ne samo pripadnici mlađih generacija imaju problema da isprate partnera tokom razgovora ili iščitaju (a kamoli razumeju) neki tekst – ono što pak, s druge strane, upada u oči jeste prilična spretnost u koordinaciji pokreta rukama, odn. prstima prilikom rukovanja uređajem (što su stariji korisnici ili pak što manje koriste ove uređaje trebaće im više vremena da npr. otkucaju neku poruku). Makar hiperaktivnost ovde može imati pozitivan efekat.

Filozofski sagledano, problem leži u „dubini" recepcije, a ne u njenoj brzini. Na primeru čitanja i učenja to znači sledeće:

> Misli čitalaca obično lutaju 20 do 40 posto vremena u toku kojeg su zaokupljeni tekstom. Što za učenika [učenike? – D. S.] znači, nimalo čudno, da će slabije razumevati gradivo što im misli više lutaju.
>
> Čak i kad nam misli ne lutaju, ako tekst postane besmislen – na primer *Moramo da zaradimo malo cirkusa za pare*, umesto *Moramo da zaradimo malo para za cirkus* – u 30 posto slučajeva čitaoci će nastaviti još veoma dugo da čitaju (u proseku još sedamnaest reči) pre nego što shvate pročitano.
>
> Dok čitamo knjigu, blog ili bilo kakav narativ, naš um formira mentalni model koji nam omogućava da pojmimo smisao tog štiva i povezuje ga sa sferom istih modela koje već posedujemo u vezi s istom temom. Ta rastuća mreža razumevanja jeste srž učenja. Što nam više misli lutaju dok pletemo

[13] U jednom više popularnom prikazu ove tematike, mađarsko-kanadski lekar Gabor Mate glavne simptome ovog psihičkog oboljenja sažima na sledeći način: „Poremećaj pažnje definišu tri glavne karakteristike, od kojih su već dve dovoljne za dijagnozu: slaba pažnja, nedovoljna kontrola impulsa i hiperaktivnost." (Mate, 2021: 25)

> tu mrežu i što nam pre pažnja popusti pošto smo počeli da čitamo, to će biti više rupa u njoj.
> [...] Deluje da je zasipanje tekstovima, snimcima, slikama i raznovrsnim porukama koje dobijamo preko Interneta neprijatelj potpunijeg razumevanja poteklog iz ... ‚dubinskog čitanja'. Takvo čitanje zahteva održavanje koncentracije i udubljivanje u temu, nasuprot skakanju s jedne zamisli na drugu, u jurnjavi za nepovezanim i nepouzdanim činjenicama. (Goleman, 2016: 24)

Ovo nas već priprema za razmatranje sledećeg koraka koji je vrlo važan u sagledavanju promena u opažanju što ih upotreba medija danas povlači za sobom, a on je povezan s poznavanjem (maternjeg) jezika kao osnovom medijske pismenosti.

2.3. Opadanje nivoa jezičke kulture

Kriza pismenosti u današnjem multimedijalnom dobu usko je povezana s degradacijom opšte jezičke kulture, štaviše, ona prva i jeste posledica ove druge. Iako se na tu krizu već ukazuje i u pedagoškom kontekstu (npr. sve manje izražene čitalačke navike kod današnjih mlađih generacija), čini se da još uvek nisu dovoljno duboko istraženi njeni razlozi. Najlakše je ukazati na pojavu novih medija kojima se barata pre svega taktilno (putem dodira na tastaturu ili ekran); ali s obzirom na to da i programi kojima se ovi služe počivaju na jezičkim kodovima i značenjima, odnosno služe komunikaciji između više korisnika, potrebno je dublje proniknuti u srž problema – a to je upravo opadanje nivoa jezičke kulture. Filozofija medija ovde može imati od koristi i od istorijske perspektive. Iz nje se nazire svojevrsna *platonistička kontrarevolucija*: jačanje govornog jezika spram pisanog. Već su teoretičari Kanadske škole ukazali na tendenciju jačanja uloge pisanog jezika posle izuma štampe; ali čini se da na kraju „Gutenbergove galaksije", podstaknuto pojavom akustičnih medija poput fonografa, telefona i radija, ponovo jača uloga usmene komunikacije i izgovorenog jezika.[14] Nizozemski lingvista Jôp van der Horst [Joop van der Horst] u tome vidi zaokret od

[14] Jedan od novijih zagovornika primata govornog jezika bio je manje poznati nizozemski učenjak Tako Rôrda [Taco Roorda], koji se posebno bavio gramatikom izvanevropskih jezika poput arapskog i javanskog. U jednom svom predavanju iz 1855. godine pod naslovom „O razlici između govornog i pisanog jezika" on se zalagao za izbacivanje svega onoga što je bilo karakteristika „mrtvih" jezika iz upotrebnog jezika i smatrao da govor treba da bude model za pisanje, a ne obratno. Time je oduševio svoje istomišljenike, ali isto tako naišao na otpor oficijelnih akademskih proučavalaca jezika – ono što je za one prve delovalo „revolucionarno", za druge je bila puka „jeres". No čini se da je ovaj nizozemski učenjak time anticipirao prevrednovanje izgovorenog jezika što će svakako da se desi u okviru „Markonijeve galaksije" (mogli bi reći i „Edisonove galaksije", pošto će upravo pojava fonografa i gramofona mar-

renesansne jezičke kulture u kojoj je dominirao pisani jezik k novoj paradigmi izgovorenog jezika s kojom su ustaljeni drugačiji pristupi učenju stranih jezika. To se vidi i na sve manjem korišćenju latinskog jezika u školskoj nastavi:

> Sad možemo razumjeti zašto je latinski kao predmet jedva mogao preživjeti u novom kontekstu. Dok je pisani oblik jezika imao glavnu ulogu, latinski je još mogao biti prisutan. Didaktički pristup nije bio puno drukčiji od onog u poučavanju modernih jezika. Ali čim su govor i slušanje došli na prvo mjesto, a da ne spominjemo intenzivne tečajeve metodom „uranjanja" u jezik koji se uči, latinski se, kao „mrtvi jezik", morao povući. (van der Horst, 2016: 158)

Gubitak monopola što ga je od renesanse imao pisani jezik vidi se i na sve većem uprošćivanju i zapuštanju *pravopisa*. Indicije simplifikacije pravopisa između 1860. i 2000. godine mogu jasno da se prepoznaju i danas:

> Rečenice postaju kraće. Upotrebljava se sve manje surečenica i pasivnih konstrukcija, sažimanja su umjerenija i dopunjuje se inventar veznika zavisno složenih rečenica. Usto, ništa manje važno: mijenja se izbor riječi. Riječi koje se ne rabe u govoru ubuduće se sve više izbjegavaju u pismu. (van der Horst, 2016: 170)

Taj trend približavanja pisanog jezika onom govornom sve je izraženiji u poslednjih nekoliko decenija. Uprošćivanje može da se ilustruje i na sve češćoj upotrebi skraćenica u pisanom jeziku, s tim što se ta tendencija može istorijski povezati s pojavom takvih medija kao što je telegraf, pa bi moglo biti govora o *telegrafskom* stilu pisanja. Ovaj dominira u današnjoj komunikaciji mobilnim telefonima ili preko interneta, s tim što se skraćenice ne moraju koristiti u svojoj normiranoj formi (recimo s tačkama ili se zanemaruje forma pisanja velikim slovima i sl.).

O dubinskoj promeni odnosa prema jeziku svedoči i sâm način pisanja. Pisanje rukom je takoreći „izašlo iz mode" – iako deluje da je to relikt iz predgutenbergovskog doba, pisanje rukom se dugo održalo i u kasnijim vremenima. Međutim, ako se u obzir uzmu novije tendencije, može se reći da je korišćenje tekstualnog editora zadalo poslednji udarac ovoj kulturnoj tehnici. Ovo se može povezati sa onim što je rečeno o prelazu na taktilni modus percepcije i gubitak

kirati prekretnicu unutar novije istorije medija). Upor. o Rôrdinoj „revolucionarnoj" teoriji: van der Horst, 2016: 148–150.

fokusa pažnje. Jer pokazuje se da je implementiranje programa za autokorekturu u okviru softvera za elektronsko pisanje poput *Word*-a dodatno doprinelo da se današnji korisnik kompjutera ne brine toliko o karakteru onoga što otkuca preko tastature svoga PC-a. Sada program radi za njega: automatski ispravlja slovne i ostale greške ili podvlači manjkave tj. sumnjive reči ili delove rečenice. Tasteri se sve brže aktiviraju, a pažnja na otkucano još više gubi. Posledica toga je gubitak osetljivosti za greške. Dok je onaj ko je pisao rukom mogao regulacijom tempa pisanja da izbegne greške, pa čak i onaj ko je kucao tekst na pisaćoj mašini imao veću kontrolu nad potencijalnim greškama, današnji korisnik medija se prilično opustio, oslanjajući se na mogućnost (samo)korekture u okviru programa za obradu tekstova obično implementiranih u uređajima, te polako gubi prefinjen osećaj za prepoznavanje grešaka.[15] Ono što je loše u svemu tome jeste da se na taj način gubi i jezički senzibilitet, štaviše, trud oko forme napisanog (otkucanog). To nas već navodi na poslednju tačku ovde skicirane krize pismenosti: na zakržljalost ekspresivnih potencijala jezičke komunikacije.

2.4. Nedovoljna diferenciranost izraza

Analiza jezika pored njegovog semantičkog i pragmatičkog aspekta takođe obuhvata i ekspresivni momenat: jezikom se ne kazuje samo nešto smisleno o nečemu u određenom kontekstu, nego se njime takođe izražavaju emocije, lične preference i vrednosni stavovi. Dakle, kao što postoji ekspresivna strana jezičke komunikacije, tako je i prilikom upotrebe određenih medija moguće izraziti određena afektivna stanja, raspoloženja i emotivno obojene stavove. Istina, repertoar znakova kojima se ova stanja izražavaju prilično je shematizovan i uprošćen jer je teško grafički uhvatiti sve nijanse složenog ljudskog izraza. Alternativa može biti upotreba tzv. GIF-ova ili drugih fotografskih ili filmskih prikaza neke određene facijalne ili telesne ekspresije. Ali koju svrhu ima upotreba ekspresivnih znakova ili slika? Ona može da upotpuni komunikaciju, recimo između dva (ili više) korisnika mobilnih telefona, da nadomesti opise intendiranih stanja, dakle da služi ubrzanju prenosa informacija i efektivnom ostvarivanju kontakta, a doprinosi i makar prividnom obogaćivanju komunikacije, da se u izvesnom smislu oseti živost ostvarenog kontakta sa drugim osobama. Ali

[15] Ukoliko bi se služili Poterovom terminologijom, mogli bi reći da je program za automatsko prepoznavanje grešaka iz naše glave potpuno prešao u kompjuter i ostale „pametne mašine". To samo pokazuje šta se desilo s našom pameću.

dodavanje ekspresivnih znakova je nešto drugo od *ostvarivanja* ekspresivnih potencijala što leže u sposobnosti komuniciranja. Uporedo s time, jedno je *izraziti nešto* kroz neki medij, a nešto sasvim drugo *izraziti sebe* u nekom mediju. Drugim rečima, izraz može biti puki dodatak komunikaciji, ali isto tako i obeležje nečije individualnosti.

U kontekstu istorije medija može da se dijagnostikuje izvesno zanemarivanje ekspresivnih potencijala ljudske komunikacije. To se vrlo dobro može ilustrovati na primeru tehnike *pisanja rukom*. Nekada je kao autentičan izraz nečijeg individualnog karaktera uziman rukopis te osobe. Različitost između individua može se možda najočitije ustanoviti poređenjem tekstova što su ih ove napisale svojom rukom. U okviru školskog obrazovanja se – makar na njegovom početku – velika pažnja poklanja rukopisu, pre svega određenim kvalitetima istog, kao što su čitkost i razgovetnost. Postoji i nešto kao estetski ideal *lepog* rukopisa, ali je ipak primarni cilj da učenici pišu tako da se slova jasno razaznaju i da svako može da pročita njihov rukopis. Koliko je ranije rukopis bio stavljen u kontekst prepoznavanja karakternih crta jednog čoveka pokazuje *grafologija* kao zasebna disciplina. Ona se smatrala naukom koja nam daje mogućnost razumevanja nečijeg karaktera i crta ličnosti na osnovu analize njegovog ili njenog rukopisa. Makar u tom deskriptivnom smislu ona bi se mogla smatrati naukom, ali ukoliko se smatra da se na osnovu analize rukopisa mogu davati iskazi o tome šta tu osobu iščekuje u budućnosti, dakle šta je njena „sudbina" i sl., ona prekoračuje prag naučnosti i postaje u metodološkom pogledu sumnjiva. U *dijagnostičkom* smislu grafologija može da ispunjava izvesne kriterije naučnosti, ali nikako u *prognostičkom* (ukoliko neko grafologiju tretira kao neku vrstu „životnog vodiča" ona postaje nadrinauka slično astrologiji). Među filozofskim autorima koji su isticali značaj analize rukopisa prilikom rekonstrukcije nečijeg psihološkog profila posebno se ističe predstavnik nemačke filozofije života Ludvig Klages [Ludwig Klages]. Njegovi brojni spisi iz grafologije zajedno sa onim iz karakterologije i nauke o izrazu (nem. *Ausdruckswissenschaft*) čine jednu tematsku celinu u okviru njegovog obimnog opusa. Iako je u pozadini Klagesove filozofske orijentacije primetno metafizičko shvatanje duše koje njegov psihološki pristup čini pomalo anahronim u odnosu na današnje poimanje psihičkog istraživanja gde dominira funkcionalističko poimanje psihe i orijentacija ka prirodnonaučnim i matematičkim modelima saznanja, prouča-

vanje njegovih psiholoških spisa može itekako biti od koristi za jednu filozofiju medija, posebno kada se bavi posledicama krize pismenosti u našem dobu.

Klagesovu grafologiju valja sagledati u širem kontekstu njegovog kulturnog pesimizma uslovljenog dominacijom principa *duha* nad onim *duše* što se očitava u razvoju zapadne civilizacije, primatu racionalizma i vladavini tehnike. Samim time, menja se profil čoveka koji se sve više racionalizuje, a sve više se smanjuje uloga emocija u njegovom životu. Posledica toga jeste i *osiromašenje* čoveka u ekspresivnom pogledu. Ukoliko se pod svakom vrstom nadarenosti smatra *moć oblikovanja* (nem. *Gestaltungskraft*), ova se takođe može poimati kao „sposobnost ... neuobičajenog pojačavanja izraza" (upor. Klages, 1921: 152). Dve negativne tendencije, što ih Klages prepoznaje kao posledicu jačanja svrsishodnosti spram udela instinkta u delanju kao i osamostaljenja principa volje, jesu „*sputavanje* izražajne *sposobnosti*" i „*mehanizacija* izraza" (upor. Klages, 1921: 157).

> Svaka natprosečno povećana sputanost izraza osuđuje njenog nosioca na trajni trud volje i usled toga pak na onu neprekidnu svesnost što ga neprestance vraća samom sebi i upravo prilikom izvođenja potpuno lišava zaokupljajuće „ljubavi prema stvari". (Klages, 1921: 157)

Onaj ko je sputan u svom izrazu prepoznaje se po tome što ne prihvata u potpunosti određen šablon pisanja, tako da se u njegovom rukopisu makar mogu prepoznati tragovi „karakterne čvrstine", za razliku od „učenjačkog" tipa koji brzo prihvata određen način pisanja, ali čiji se estetizovan rukopis odlikuje bezizražajnošću; ovom poslednjem je suprotstavljen „nadareni" tip kojem nedostaje vešta istančanost, ali čiji rukopis zato odaje znake pravog karaktera.[16] Tipologiji bezizražajnog, u izrazu sputanog i izražajno nadarenog „rukopisca" odgovaraju načini govorenja: bezdušna veština govorenja (povezana sa „brbljivošću") kod prvog, suvoparni govor praćen „ukočenošću mišljenja" kod drugog i, najzad, pesnički način izražavanja „s neprevaziđenom nežnošću rasta znâčenja" (Klages, 1921: 183) kod trećeg tipa.

Klages je bio svestan promena što će ih nova tehnika kucanja na pisaćoj mašini imati za modernog čoveka, jer s modernim dobom na scenu stupa novi me-

[16] Klages kao primer ovog poslednjeg navodi Fridriha Ničea [Friedrich Nietzsche] čiji rukopis je u više navrata analizirao.

dij kojim će biti potisnut stariji način izražavanja individualnosti.[17] Verovatno bi to iz njegove kritičke vizure govorilo u prilog stalnom napredovanju tehnike koja i na taj način doprinosi uniformisanju individua, uskraćujući im jednu mogućnost samooblikovanja sopstvenog karaktera. Današnji čovek gotovo da i ne piše, pa bi se i u tom smislu moglo govoriti o njegovoj nedovoljnoj pismenosti (doslovno: u smislu zapostavljanja sposobnosti svojeručnog pisanja). Grafologija – ionako ni ranije nije prihvaćena kao naučna disciplina – u današnjem digitalnom dobu postaje u potpunosti opsoletna. Na kraju krajeva, čime bi se ona i bavila ako nedostaje glavni predmet njenog istraživanja – rukopis? Izgleda da bi trebalo revidirati i Klagesovu tipologiju: „izrazom sputani" je silom prilika evoluirao u „bezizražajnog" s obzirom da je ekspresivna tehnika pisanja rukom što ju je naučio u svojim školskim danima gotovo potpuno zakržljala, čime je otpala jedna mogućnost kultivisanja sopstvenog individualnog izraza. Od karaktera su ostali samo oni slovni, atomizovani, prisutni na tasterima novih uređaja kojima se danas besomučno služi njihov „bezlični" korisnik.[18] Jedino u pomalo karikaturnoj formi današnji *media user* izražava svoje potisnute emocije – putem *emotikona* i *emodžija*, ali ovi nikako ne mogu da se smatraju autentičnim izrazom njegovog ili njenog karaktera.[19] Nekad autentični izraz ljudskih emocija tako je postao puki šablon u jednom – u svakom pogledu – „beskarakternom" svetu.[20]

---

[17] Tako u poslednjoj fusnoti navedenog dela on govori o „uticaju na stil autorā" „ukoliko bi sve više prevladao običaj da se diktira na mašini za pisanje" – upor. Klages, 1921: 205, fus. 42.

[18] Možda nam je jedino preostalo da se bavimo strukturom karaktera dizajnera određenog fonta, mada možda ni to nije dovoljno za ozbiljniju karakterološku analizu: „Stilizovana slova imaju veze sa dizajnerom fontova, a ne sa onim ko objavljuje tekstove u tom fontu. Može se suditi samo o povezanosti onoga ko je dizajnirao određeni font i samog fonta, ali ni tada stilizovani oblik slova nije izraz karaktera ili psihičkog stanja, već potrebe za specifičnom vrstom stilizacije, pokazatelj umetničkog talenta ili estetskog ukusa. Dakle, ne možemo govoriti o karakteru osobe koja je dizajnirala određeni slovni stil u istom smislu kao kada se procenjuje karakter osobe koja je napisala i oblikovala tekst rukom." (Radovanović, 2023: 95 – citat s engleskog preveo D. S.)

[19] Oni su pre izraz *infantilizacije* što sve više prodire u sve pore današnjeg multimedijalnog društva: „Emodžijima prožeti i funkcijom prepoznavanja propraćeni žargon *real-time messenger*-a nesumnjivo je najniža tačka jezičkog regresa s kojim se u međuvremenu mora suočiti svako od nas. [...] Fiksne ponude jezičkih komponenata *real-time messenger*-a sprovode infantilizaciju korisnika – a pošto ih svi koriste – i čitavog društva. Postajemo sve infantilniji u izvornom, doslovnom smislu. Sveopšti gubitak jezičnosti upisuje se kroz široko rasprostranjenu i permanentnu upotrebu uređaja duboko u nesvesno korisničke zajednice. I mada nova oruđa za komunikaciju (svima jasno uočljivo) redukuju, pa čak i rastvaraju jezik, a s njim i individualnost, retko kad sveukupni razvoj situacije, od koje se podiže kosa na glavi, podstiče kritiku." (Schmitt, 2021: 90/91)

[20] Postoji jedna mogućnost kako bi se ipak mogla „osigurati" ekspresivna autentičnost današnjeg taktilnog korisnika medija – tako što ovaj na ekranima uređaja koje koristi u komunikativne i druge svrhe ostavlja otiske svojih prstiju što je još uvek siguran način da se identifikuje kao određena osoba.

3. Obnavljanje pismenosti kao kulturni imperativ

Ako sažmemo prethodna razmatranja o transformaciji pismenosti u digitalnom dobu, dobijamo sledeći profil prosečnog korisnika ili korisnice medija: On (ona) se sve više oslanja na svoju taktilnu senzibilnost, teško mu (joj) pada da fokusira svoju pažnju na određeni zadatak, previđa greške prilikom pisanja, odn. kucanja, brzo i površno čita (ako uopšte čita!) i ne mari za izraz onoga što napiše (u stvari: otkuca). Dakle, on(a) je uglavnom taktilno orijentisan(a), dekoncentrisan(a), polupismen(a) (u klasičnom smislu) i bezizražajan (bezizražajna). S druge strane, ono što deluje negativno može da se prikaže i kao prednost u odnosu na ranije korisnike medija: današnji korisnici kompjutera, tableta, smartfona i drugih medija bolje se snalaze prilikom pregleda mnoštva informacija, pošto imaju izvežbanije motoričke sposobnosti, mogu u isto vreme da rade više poslova, brže procesuiraju i dele informacije sa drugima i nisu opterećeni stilizacijom sadržaja što ih razmenjuju u digitalnom prostoru. Što bi se reklo na engleskom: *What were once vices are now habits*. Ali šta od toga odgovara idealu medijski pismene osobe? Spretnost, *multitasking*, brzina, uniformisanost izraza omogućuju efektivnije baratanje medijima od temeljitosti, fokusiranosti, preterane samokontrole i stilizacije izraza. Ali ukoliko se koncept medijske pismenosti ne poima isključivo tehnički, nego evaluativno – pošto onda uključuje sposobnost kritičkog promišljanja –, jasno je da će veća važnost morati da se dodeli „starim vrlinama" pismenosti. Da su one zapostavljene, posledica je – kako je to gore pokazano – svojevrsne krize u koju je upravo upala elementarna kompetencija pismenosti (u smislu poznavanja maternjeg jezika, njegove gramatike i pravopisa). Ne može se nikakva nova medijska pismenost ustaliti kao ključna kulturna kompetencija, ukoliko se zanemari elementarni nivo pismenosti u smislu poznavanja jezika i umeća pisanja. Bez ostvarenosti tog nivoa pismenosti postoji opasnost da se kultura raspadne – ili da imamo posla s nekim novim, digitalno izvežbanim varvarstvom.

Otuda bi glavni zadatak današnjeg obrazovanja trebalo da bude očuvanje bazične pismenosti. Shodno aspektima ovde *in nuce* prikazane krize pismenosti potrebno je učiniti sledeće: (a) jačati interakciju između čula vida i čula dodira, (b) selektovati zadatke po smislenosti (umeti razdvojiti važnije zadatke od manje važnih), (c) izvežbati pažnju tako da se detalji i greške ne previde uz uvažavanje neophodnih znanja i pravila koja određuju šta je valjano, a šta nije, (d) težiti autentičnosti izraza u komunikaciji sa drugima. To nisu naprosto samo opšti

aspekti obrazovanja nego i *samooblikovanja*, deo jednog složenog procesa kojem bi mogli dati naziv *'rad na sebi'*. Koncept medijske pismenosti bi stoga trebalo da ima i etičke implikacije: biti medijski pismen znači preuzeti odgovornost za ono što se kaže (piše ili kuca) i truditi se da to što se kaže bude adekvatno[21] izraženo. Time se ne želi ignorisati značaj medija poput smartfona ili interneta jer potrebno je umeće baratanja raznim aplikacijama i programima, kako bi se korisnici snašli u obilju informacija i dezinformacija kojima su svakodnevno izloženi i kako bi bili u stanju da selektuju bitne informacije od manje važnih i u razmeni podataka sa drugim osobama održali onaj nivo komunikacije na kojem su ispoštovani maločas navedeni „zahtevi važenja" imanentnih neideologizovanoj komunikaciji. Ali nijedan od tih medija nije lišen pisma, u svakom od njih se koriste reči i rečenice, sa svakim od njih je povezan određeni diskurs, a time je svaki od korisnika na terenu elementarne pismenosti, što znači da njegovo čitanje i pisanje mora da bude u skladu sa određenim standardima čije poznavanje je pretpostavka valjanog razumevanja onoga što se razmenjuje u medijski posredovanoj komunikaciji. Od načina da li i kako se pridržava tih standarda zavisiće i „kvalitet" njegove (njene) komunikacije. Ovim se ne zagovara neki „legocentrizam"[22] ili „skribocentrizam"[23] – naprosto, reč je o tome da je minimalni nivo obrazovanosti dostignut ako se barem vlada veštinama čitanja i pisanja. Sve iznad toga je onda suvisla nadgradnja, (dodatna) „medijska pismenost".

Na kraju treba da se zapitamo: šta je sa kritičkim mišljenjem? Već je napomenuto da ono treba da bude sastavni deo medijske pismenosti. Podrazumeva se da korisnik nekog medija ume da sagleda uticaj društva na upotrebu tog medija, ali i – *vice versa* – kako taj medij može da utiče na druge, svestan da obostrani uticaj može imati pozitivni, ali isto tako i negativni predznak. U idealnom slučaju medijski pismena osoba može da prepozna ideološku zloupotrebu medija i odbrani se od te ideologije – barem u teoriji to tako izgleda. Makar na teoretskom planu pokušava se osigurati kritički pristup, kako govor o medijskoj pismenosti ne bi dospeo u blizinu retorike neoliberalnog modela obrazovanja po kojem je poznavanje medija jedna od ključnih „kompetencija"

[21] Recimo u duhu Habermasove [Jürgen Habermas] *teorije komunikativnog delanja*: da se ispoštuju „pretenzije na važenje": *istinitost*, *(normativna) ispravnost*, *primerenost* i *razumljivost*. (Vidi Habermas, 2017: 60)

[22] U smislu primata *čitanja* u odnosu na druge aktivnosti.

[23] U smislu primata *pisanja* spram drugih suvislih delatnosti.

obrazovanog čoveka danas.[24] Ali sve je više kritičkih glasova koji ukazuju na problematični status tako propagiranog obrazovanja i razotkrivaju ovo kao *poluobrazovanje* (Adorno) ili čak *neobrazovanje* (Lisman [Liessman]).[25] Govor o „medijskoj pismenosti" počiva dobrim delom na *instrumentalnom* shvatanju znanja. No znanje *kako* nešto treba upotrebiti da bi valjano funkcionisalo mora da bude upotpunjeno znanjem *čemu* ono treba da služi, onda i *razumevanjem* njegovog *smisla* i *svrhe*. Ali upravo taj aspekt – zapostavljanje razumevanja pokazuje se upravo kao glavno obeležje današnje poluobrazovanosti – ili čak neobrazovanosti:

> Danas neobrazovanje ... niukoliko nije intelektualni deficit, nedostatak informisanosti ili kvar kognitivne kompetencije – mada će i dalje svega toga biti – već predstavlja odricanje od volje da se uopšte razume. Gde god se danas govori o znanju, ne radi se o razumevanju nego o nečemu drugom. Ideja razumevanja, nekada osnova delatnosti duhovnih nauka, u najboljem slučaju prezimljuje se u politički korektnoj frazi o razumevanju drugog kao izrazu iznuđene tolerancije. Inače je reč o razvoju tehnologija koje olakšavaju gospodarenje prirodom i ljudima, ili o proizvodnji identifikacionih brojeva koji imaju sve manje veze sa stvari kojom se navodno bave. (Lisman, 2020: 149)

Umesto forsiranja instrumentalnog znanja (kako se snaći u svetu medija) trebalo bi stoga postaviti pitanje svrsishodnosti takvih tehničkih znanja, da li ona mogu da se opravdaju ako je njima ugrožena neka elementarnija sposobnost, kao što je npr. ona (jezičke) pismenosti. A mi se nalazimo možda i na prekretnici istorije obrazovanja – da li će buduće generacije učenika i učenica, studenata i studentkinja, prosvetnih radnika i radnica biti eksponenti nekog novog „instrumentalnog uma" ili će da odbrane jednu od najvećih tekovina ljudske civilizacije – umeće pisanja i čitanja bez kojeg jednostavno nema kulture. Možda ovo zvuči suviše dramatično, ali medijski pismen čovek koji ne ume da čita i piše ili to radi vrlo loše mogao bi postati karikatura samoga sebe,

[24] Time se, istorijski gledano, pokušava održati priključak na dostignuća kritičkog mišljenja u tradiciji Frankfurtske škole.

[25] Upor. takav kritički stav prema obrazovanju u kapitalističkom i neoliberalnom društvu: Humbolt, Adorno, Lisman, 2020: 71–118 (Teodor V. Adorno, „Teorija poluobrazovanja"), 119–150 (Konrad Paul Lisman, „Obrazovanje, poluobrazovanje, neobrazovanje"). Lismanova kritička studija može biti od koristi za istraživače na našim prostorima iako je ona svojevrstan odgovor na učenjačku frazu o „društvu znanja" koja dominira u zapadnim društvima – vidi Liessmann 2021.

dokaz kako je civilizacija ponovo regredirala u neko novo varvarstvo.[26] Obnova ili barem jačanje pismenosti trebalo bi da bude ne samo prvi zadatak opšteg obrazovanja nego i zahtev kojem bi svaki pojedinac u našem društvu trebalo da pokloni punu pažnju. Stoga naš zaključak glasi: *jezička pismenost je medijska pismenost par excellence*!

Literatura

Benjanim, V. (2011). „Umetničko delo u razdoblju njegove tehničke reproduktivnosti", u: Benjamin, V. *Izabrana dela* 1. Jednosmerna ulica. Berlinsko detinjstvo. O fotografiji i umetnosti. Beograd: Službeni glasnik, 246–285.

Flusser, V. (2018). *Ins Universum der technischen Bilder*. Siebte, durchges. Auflage. Berlin: European Photography.

Goleman, D. (2016). *Fokusiranost*: neprimetni pokretač izuzetnosti. Beograd: Geopoetika izdavaštvo.

Habermas, J. (2017). *Teorija komunikativnog delovanja* I: racionalnost delovanja i društveno racionalizovanje. Novi Sad: Akademska knjiga.

Humbolt, V. f., Adorno, T. V., Lisman, K. P. (2020). *Od obrazovanja do neobrazovanja*: tri teorije. Novi Sad, Beograd: Akademska knjiga, Institut za filozofiju i društvenu teoriju.

Kecman, V. (2023). *Medijska pismenost i kritičko mišljenje*. Beograd: Clio.

Klages, L. (1921). *Ausdrucksbewegung und Gestaltungskraft*. Grundlegung der Wissenschaft vom Ausdruck. Mit 41 Figuren. Zweite, wesentlich erweiterte Auflage. Leipzig: Verlag von Wilhelm Engelmann.

Liessmann, K. P. (2021). *Theorie der Unbildung*. Die Irrtümer der Wissensgesellschaft. 13. Auflage. München: Piper.

Makluan, M. (1971). *Poznavanje opštila* – čovekovih produžetaka. Beograd: Prosveta.

Mate, G. (2021). *Rasuti umovi*: poreklo i lečenje poremećaja pažnje. Beograd: Kontrast.

Mekluan, M. (2012). *Elektronski mediji i kraj kulture pismenosti*. Loznica: Karpos.

[26] Kristof Tirke [Christoph Türcke], jedan od najžešćih kritičara današnjeg obrazovnog sistema u Nemačkoj, polemički govori o novoj *plemenskoj* svesti korisnika društvenih mreža – ovi ulaze u sastav jedne nove plemenske zajednice, „digitalne horde". Upor. Türcke, 2019.

Pörksen, U. (1988). *Plastikwörter*. Die Sprache einer internationalen Diktatur. Stuttgart: Klett-Cotta.

Poter, Dž. V. (2011). *Medijska pismenost*. Beograd: Clio.

Radovanović, B. (2023). "Is Klages' Graphology Still Topical?", in: *Synthesis philosophica* 75. Vol. 38. No. 1. Zagreb: Croatian Philosophical Society, 85–97.

Schmitt, P. (2021). *Postdigital*. Medienkritik im 21. Jahrhundert. Hamburg: Felix Meiner.

Thoman, E., Jolls, T. (2003). *Literacy for the 21st Century*: An Overview and Orientation Guide to Media Literacy Education, Malibu, CA: Center for Media Literacy (CML).

Türcke, Ch. (2019). *Digitale Gefolgschaft*. Auf dem Weg in eine neue Stammesgesellschaft. München: C. H. Beck.

van der Horst, J. (2016). *Propast standardnoga jezika*. Mijena u jezičnoj kulturi Zapadne Europe. Zagreb: Srednja Europa.

Кремер, З. (2020). „Пренос и/или преношење: о 'поштанском' или 'еротском' принципу комуникације", у: *Нова мисао* 40, 35–38.

Рељић, С. (2018). *Буквар медијске писмености*. Како проживети живот у доба „екраноида". Нови Сад, Београд: Академска књига, Учитељски факултет.

Damir Smiljanić
University of Novi Sad, Faculty of Philosophy

PRESERVING LITERACY INSTEAD OF STRENGHTENING MEDIA LITERACY?

Abstract: *In today's philosophical and scientific discourse on media, the concept of media literacy is increasingly mentioned. That term implies the art of effective use of new electronic media, which should also include a critical attitude towards them. 'Media literacy' thus becomes the fight slogan of a new critical thinking in the humanities. However, a closer examination of that term shows that it has its weaknesses: either it is tautologically conceived or the domain of its meaning is extended too much. The author starts from the position that the phenomenon of literacy is already elementary enough to be the subject of research in media philosophy and media science, because (extended) media literacy is also based on it. The starting point of a truly critical reflection on the media in today's conditions should be the consideration of the reasons for the crisis of elementary (language) literacy. In support of his thesis, the author considers four aspects of that crisis – primacy of tactility, lack of attention, declining level of language culture and undifferentiated expression – and formulates the preservation of literacy in the sense of knowledge of language and the art of individual expression as a future task of philosophy and humanities.*

Keywords: *media literacy, literacy crisis, tactility, attention, language culture, expression*

PREGLEDNI NAUČNI RAD

Primljeno: 31. VIII 2023.
Prihvaćeno za objavljivanje: 22. XI 2024.

NEOPHODNOST REDEFINISANJA POJMA MEDIJSKA PISMENOST U VREME VLADAVINE KEPTOLOŠKIH ALATA

Katarina Šmakić[1]
Fakultet za diplomatiju i bezbednost, Katedra za produkciju dramskih i audiovizuelnih umetnosti i medija
ORCID https://orcid.org/0009-0003-3838-9525

DOI: 10.5937/cm19-45775

Sažetak: *Ovaj rad istražuje kompleksnost i različite aspekte medijske pismenosti, naglašavajući njenu evoluciju i važnost u savremenom digitalnom okruženju. Definicije medijske pismenosti obuhvataju širok spektar, od osnovne sposobnosti kreiranja i razumevanja medijskog sadržaja, do kritičkog promišljanja i analize metajezika medija. Rad uvodi koncept keptologije, discipline koja proučava uticaj sofisticiranih algoritama i računarskih programa na korisničke odluke i ponašanje, i dodatno naglašava kompleksnost savremenog medijskog okruženja i potrebu za proširenjem tradicionalnih definicija medijske pismenosti. Uvođenje koncepta keptologije može pružiti teorijski okvir za kritičko razumevanje i analizu savremenih medijskih praksi, dopunjujući tradicionalni pristup medijskoj pismenosti. Novi keptološki alati utiču na vrednosti korisnika nezavisno od sadržaja poruka, što širi prostor za manipulaciju van interpretacije teksta, direktno utičući na vrednosne sisteme i ideologije. S obzirom na to da svaki medijski tekst nosi vrednosno opterećenje koje utiče na korisnike, koncept keptologije naglašava potrebu za unapređenjem medijske pismenosti, kako bi se prepoznali novi nivoi manipulacije koji oblikuju svest i ponašanje korisnika. Uvođenje keptologije kao teorijskog okvira omogućava kritičko razumevanje i analizu savremenih medijskih fenomena, dopunjujući tradicionalni pristup medijskoj pismenosti. Završno, rad ističe potrebu za redefinisanjem pojma medijske pismenosti kako bi se adekvatno odgovorilo na izazove*

[1] Kontakt sa autorom: katarinasmakic@gmail.com

današnjeg medijskog pejzaža, naglašavajući važnost istraživanja u novoj disciplini keptologije za praktičnu primenu u medijskoj praksi.

Ključne reči: *medijska pismenost, keptologija, keptološki alati, sociologija, marketing.*

UVOD

Sintagma „medijska pismenost" postala je sinonim ukupnog obrazovanja za medije u našem vremenu. Ona ujedno ukazuje na važnost medija za ukupni život građana i građanki određene zajednce, ali i neophodnost adekvatnog razumevanja i interpretiranja medijskih tekstova. Pritom, pri određenju obima pojma 'medijska pismenost' neretko se insistira na razlikovanju ovog pojma u odnosu na tehničko poznavanje ili korišćenje medija, odnosno tzv. tehničku pismenost. Ukoliko „medijska pismenost", kao predmet istraživanja, spada u društveno-humanističke okvire istraživanja, onda ona podrazumeva minimum tehničkih znanja, koja je neophodno upotrebiti kako bi se na temelju tih znanja dosegao interpretativni horizont u kome se procesi medijskog „opismenjavanja" događaju. Međutim, današnja tehnologija koja se upotrebljava u medijskoj produkciji, distribuciji i recepciji, nije u dovoljnoj meri ili uopšte praćena teorijskim interpretacijama koje bi odgovarale stepenu moguće manipulacije od strane medija. Rečju, da bi medijska pismenost u aktuelnom trenutku dala svoj pun doprinos odbrani suvereniteta svesti korisnika, neophodno je da u sebe uključi i najnovija saznanja koja počivaju na novim tehničkim mogućnostima medija. Stoga je osnovna namera teksta da ukaže na nedostatnost tradicionalnog pojma medijske pismenosti da zahvati one medijske fenomene koji počivaju na novim tehnologijama koje su, pre svega, sračunate na artikulisanje vredonosnih obrazaca ponašanja korisnika. Na temelju istorijata PR-a, a danas uveliko i neuromarketinga, novi mediji donose i mogućnost usmeravanja svesti korisnika u željenom pravcu, a da oni toga nisu svesni. U tom smislu, relevantno je kada se govori o medijskoj pismenosti danas, u taj diskurs uključiti i keptologiju, koja, kao nova disciplina, vraćajući stvar analize na tehničke mogućnosti savremenih medija, može poslužiti kao povod za novo promišljanje medijske pismenosti, što ne znači restart, već kritičko-analitičku dopunu ove oblasti istraživanja.

U istraživanju definicije termina medijske pismenosti i njenog evolutivnog puta u savremenom digitalnom okruženju, u radu su korišćene različite metode kako bi se postigli ciljevi istraživanja. Analiza postojećih definicija, teorijskih okvira i istraživanja vezanih za medijsku pismenost su omogućila razumevanje osnovnih pojmova i koncepta u oblasti medijske pismenosti, kao i identifikaciju razlika između tradicionalnih i savremenih pristupa. Kvalitativna studija slučaja je primenjena za detaljnu analizu specifičnih slučajeva iz prakse koji ilustruju uticaj novih tehnologija poput neuromarketinga i digitalnih medija na korisničko ponašanje. Ova metoda je omogućila dublje razumevanje konkretnih mehanizama manipulacije i uticaja na korisnike. Zatim, konceptualna analiza keptologije, tj. uvođenje novog koncepta keptologije kao teorijskog okvira za razumevanje uticaja algoritama i računarskih programa na korisničke odluke i vrednosne sisteme, je omogućila teorijsko osvetljavanje novih aspekata manipulacije u medijskom okruženju. Integracija rezultata deskriptivne analize, studija slučaja i konceptualne analize je identifikovala ključne izazove i potrebe za unapređenjem medijske pismenosti. Ova metode su omogućile sagledavanje kompleksnosti savremenog medijskog pejzaža i identifikaciju prostora za dalje istraživanje. Nadalje, razvoj preporuka i smernica za proširenje tradicionalnih programa medijske pismenosti kako bi se uključili novi aspekti kao što su keptologija i savremeni tehnološki trendovi, te omogućilo konkretno identifikovanje koraka za poboljšanje obrazovnih strategija i praksi medijske pismenosti.

DEFINICIJE MEDIJSKE PISMENOSTI TOKOM ISTORIJE

Poslednjih pedeset godina pojam medijske pismenosti traži svoj put do jasne definicije, a u poslednjih deset godina mu se pridružuje i pojam digitalne pismenosti usled ubrzanog tehnološkog napretka i upotrebe digitalnih tehnologija. Brojne definicije pojma medijska pismenost ciljaju na različite oblasti same pismenosti u medijskom prostoru, od njenog osnovnog pojma, tj. sposobnosti pojedinca da kreira medijski sadržaj i da ga razume, pa do metajezika samih medija i kritičkog promišljanja njihovog sadržaja. Pitanje za uspostavljanje jasno definisanog pojma medijska pismenost dato je u okviru određenih sposobnosti kreiranja medijskog sadržaja, njegovog tumačenja, a potom i kritičkog promišljanja. Šta je zajedničko svim definicijama pojma medijska pismenost? Veliki broj istraživanja rađeno je na temu jasne definicije medijske pismenosti, te samim tim i analize definicija medijske pismenosti kojima je pokušavano

doći do ovog odgovora. Istraživanje Džejmsa Potera (Potter, 2022) otkrilo je više od 400 elemenata koji čine definicije pojma medijska pismenost i ti elementi su organizovani u šemu koju čine šest kategorija, a koje pokrivaju čitav opseg mišljenja datih za definiciju pojma medijska pismenost tokom proteklih decenija u radovima objavljenim u Časopisu medijske pismenosti.[2] Kategorije su podrazumevale veštinu razumevanja i kreiranja medijske poruke, zatim znanje o istinitosti samog sadržaja, verovanje (odnosi se na ličnu interpretaciju i subjektivnu percepciju), ponašanje (koliko puta određena akcija mora da se izvede da bi se taj isti pojedinac smatrao medijski pismenim), motivacija koja definiše element želje i koja je pokazana kao relevantna za medijsku pismenost, i poslednja je makro ideje koje specifikuju izjave autora o šablonima, trendovima, karakteristikama koji oni koriste da definišu medijsku pismenost, te i njihove stavove o svrsi same medijske pismenosti, njenoj organizaciji i prirodi uopšte (Potter, 2022). Kako sam autor ove studije kaže da je „[] termin medijska pismenost na nekoj čudnoj poziciji. Akumulirao je veliki broj elemenata neophodnih za definisanje koji nam predlažu da sam termin ima veoma složeno značenje. U isto vreme, mnogi istraživači pretpostavljaju da svi oni koji čitaju literaturu o medijskoj pismenosti dele zajedničko značenje termina na način njegovog primitivnog značenja – ne dajući bilo kakvu definiciju ili dajući sugestivne definicije ... čini se da ovaj termin ima magične moći – kao da je kulturni arhetip koji je uopšteno razumevan od strane svih ljudi bez obzira na njegovu kompleksnost, dubinu i bezvremenost koja prkosi pokušajima da se ovaj termin definiše ... ova studija je pokazala da se na medijsku pismenost ukazuje kao na konglomerat velikog broja veština uključujući sposobnost čitanja, procene, analize, zamišljanja mogućnosti, dekonstrukcije poruka, prepoznavanja šablona, izazivanja značenja, procene kredibilnosti, dešifrovanja namere pošiljaoca, protiv argumenata, kopanja za istinom, izbegavanja uticaja...“ (Potter, 2022). Sonja Livingston (Sonia Livingstone) u svom definisanju pojma medijska pismenost ubraja sve gore navedeno sa izuzetkom da njena definicija može da se primeni kako na tradicionalne, tako i na digitalne medije, te navodi da je njena definicija medijske pismenosti „sposobnost pristupa, analize, procene i kreiranja poruka širom različitih konteksta“ (Livingstone, 2004). Sajad Malik navodi da je definicija pojma medijska pismenost „informisanje, kritičko promišljanje mas

[2] *Journal of Media Literacy Education.* The official publication of the National Association for Media Literacy Educaton (NAMLE). www.jmle.org

medija koje uključuje proučavanje tehnika, tehnologija i institucija koje su uključene u proizvodnju medijskog sadržaja, kao i sposobnost kritičke analize medijskih poruka i prepoznavanje uloge publike u kreiranju značenja tih poruka" (Malik, 2008). Sedamdesetih godina prošlog veka veliki broj autora je davao definicije medijske pismenosti, te su tako Bentiš, Konih i Rozenbaum (Beentjes, Konig, Rosenbaum, 2008) vršili analizu definicija medijske pismenosti u raznim naučnim radovima i knjigama. Oni su pošli od uporišta da medijska pismenost ima dva ključna koncepta, medijsku produkciju i samu upotrebu medija. Njihova tvrdnja je bila da mediji utiču na to kako autori kreiraju svoj medijski sadržaj i kakav će to sadržaj biti, a u isto vreme mediji su uticali na krajnje korisnike koji su davali odgovor kakav proizvod/sadržaj žele. Iz navedenog vidimo da je relacija proizvođač-medij-korisnik dvosmerna komunikacija i da su kreatori medijskog sadržaja mogli da na osnovu odgovora korisnika predviđaju sadržaje koji su bili adekvatni. Tvrdnja navedenih autora je proizilazila iz procesa uticaja koju su oni preveli u četiri kategorije znanja koje su nazvali dimenzijama. Svaka dimenzija se bavila izučavanjem međusobnog odnosa na relaciji proizvođač-medij-korisnik, kao i na odnosima u okruženju svakog od njih. Pod prvom dimenzijom autori su postavili kategoriju za organizaciju znanja o tome kako mediji utiču na same ideje proizvođača u medijskoj produkciji. Sledeća dimenzija, tj. druga, je sadržala ideje o tome kako stejkholderi konstruišu medijski sadržaj usled uticaja kulturnih, ekonomskih i političkih konteksta. Treća dimenzija sadrži ideje o tome kako mediji utiču na korisnike u grupi i pojedinačno, a četvrta dimenzija se bavi znanjem o tome kako ljudi rukuju i razumeju medije. Hans Martens navodi da postoji mnogo predloga same definicije medijske pismenosti i da uprkos mnoštvu i različitosti njihovog značenja postoji dovoljno saglasnosti da „[...] u suštini medijska pismenost zavisi od znanja i veština. Posebno, pojedinci treba da steknu znanja o ključnim aspektima fenomena masovnih medija, kao što su medijske industrije, medijske poruke, medijska publika i medijski efekti" (Martnes, 2010). On navodi da je ovo neophodno prvenstveno kao zaštita od potencijalno negativnih efekata, a i da bi ljudi samosvesnije koristili masovne medije i donosili odluke koje mogu da poboljšaju živote uopšte. Biti imun na manipulaciju jeste konstantno se obrazovati, tj. inicijativa pojedinca da mu život bude konstantan proces samoobrazovanja, te samim tim i da ima veštine i znanja koje će mu omogućiti da bude misleće biće je još jedan koncept definicije medijske pismenosti u moru

već citiranih. Koliko god elemenata uključivala definicija medijske pismenosti ona se bazira na relaciji proizvođač-medij-korisnik, ali u vreme digitalnih tehnologija se taj odnos znatno izmenio, a da većina nije svesna takvih izmena. Manipulacija je dobila sasvim novi oblik i novo sredstvo koje koristi kompjuterske programe kao tehnologiju za ubeđivanje, te da li je odabir korisnika njegov, uslovljen medijskom porukom ili je korisnik psihološki promenjen da bi njegov odgovor bio onakav kako je to kompjuterski softver želeo? Razumevanje značaja o interaktivnim tehnologijama i o njihovom uticaju na promenu mišljenja, stavova i vrednosti kod auditorijuma, kao i njihovom uticaju na promenu ponašanja i pouzdanost u predviđanju istog, je u današnje vreme značajnije nego samo promišljanje definicije medijske pismenosti. Istraživanja o načinima ubeđivanja potiču još iz antičke Grčke, od sofista koji su predavali retoriku i eristiku, zatim Aristotela koji je izučavao oblast retorike kao umetnosti određivanja načina kako ubediti nekoga u datoj situaciji (Fogg, 2002). Oni su podrazumevali da javni govor značajno utiče na auditorijum, tako da su privilegovani članovi grčkog društva toga vremena učili o tome kako da veštinama javnog govora utiču na mišljenja ili motivaciju slušalaca. Grci su smatrali da je umetnost javnog govorenja ključni deo održavanja zdrave demokratije (Fogg, 2022). Današnja demokratska društva su izgubila svest o značaju pojmova kao što su „manipulacija“ ili „propaganda“, ovi termini danas zvuče arhaično i kao da nisu ni u kakvom srodstvu sa današnjim vremenom, vezujemo ih za istorijske događaje i mišljenja smo da su iščezli, ali su u suštini izmenili svoje oblike. Uljuljkani u svojoj stereo realnosti, oslanjajući se na zaštitu koju pružaju demokratske procedure, živimo u nerealnom svetu koji je daleko od naše stvarnosti, a u kom se ne biraju sredstva kada je u pitanju borba za profitom.

EVOLUCIJA MEDIJSKE PISMENOSTI U DIGITALNOM DOBU

Početkom prošlog veka počinje se sa intezivnim istraživanjima iz oblasti ubeđivanja kroz domen socijalne psihologije, grane psihologije koja se bavi socijalnim interakcijama, njihovim poreklom i efektima na pojedince. Uprkos radu klasičnih filozofa, modernih psihologa i stručnjaka iz oblasti marketinga, nikada se nije došlo do jedinstvene definicije o tome šta je ubeđivanje. Mnoge teorije i gledišta su proizvedene iz oblasti retorike, psihologije, marketinga i sličnih disciplina, ali nikada nije data definicija koja potpuno objašnjava šta je to što motiviše ljude i menja njihovo ponašanje na određeni način (Fogg,

2002). Kao što smo već napomenuli tradicionalni mediji funkcionišu na relaciji proizvođač-medij-korisnik, dok je pojavom digitalne tehnologije socijalna interakcija dignuta na nivo nijedne druge tehnologije pre upotrebe kompjuterskih programa. Čovek današnjice ne može zamisliti svoj život bez mobilnog telefona, pametnog televizora ili kompjutera, te je digitalna tehnologija ušla u svaki kutak života korisnika, kao nijedan medij pre toga u istoriji čovečanstva. Prvobitna uloga kompjuterske tehnologije je bila da služi kao alat u obradi velikog broja podataka, da olakša čovečanstvu u izvedbi zadataka za koje je neophodno mnogo vremena i velika količina ljudstva. Iako je ovaj primarni zadatak kompjuterske tehnologije i dan danas veoma važan aspekt delovanja već početkom ovog veka kompjuterske tehnologije postaju neizostavan medij društva, delujući u simboličkom i senzornom domenu. U simboličkom domenu grafikom i slikama, u senzornom domenu pružajući korisniku video materijal, simulaciju i virtualnu realnost (Fogg, 2002:64).

Fog (Fogg) započinje svoja pionirska istraživanja u oblasti interakcije tehnologije sa korisnicima i promenu obrazaca ponašanja kod istih tokom 1997.godine, a samu oblast naziva „keptologija" (Captology) što je akronim izveden iz reči „kompjuteri kao tehnologija za ubeđivanje" (Computers As Persuasive Technologies). On definiše kompjuterske tehnologije koje koristi za promenu obrazaca ponašanja kod korisnika kao „kompjuterske sisteme, aparate ili aplikacije koje su namerno dizajnirane da utiču na stavove ili ponašanje korisnika na predviđeni način" (Fogg, 1999). Ubeđivanje korisnika na planski organizovani način putem određenih kompjuterskih programa definitivno otkriva nameru kreatora da planski utiče na slobodu mišljenja i izbora korisnika, bez obzira o kom domenu se radi i da li je ovakav uticaj etički i u skladu sa demokratskim principima. Oblast keptologije koristi postojeća znanja iz socijalne psihologije, studija komunikacija, marketinga i ostalih oblasti, a udruženo sa razvijanjem novih kompjuterskih softvera u cilju izazivanja predviđanih odgovora korisnika. Ukoliko kažemo manipulacija korisnika kompjuterskim programima, opet nećemo dati detaljan opis ovakvog instruisanja korisnika, zato što je manipulacija zavođenje i davanje određenih dezinformacija, uticanje na činjenice, dok keptologija to radi na mnogo višem nivou, uticanjem na ljudske instinkte i ono nesvesno u čoveku, te ciljano izaziva već predložene odgovore korisnika. Baveći se etičkim pristupom keptologiji napomena je velikog broja dizajnera mrežnog sadržaja da ubeđivanje ne sme da bude neetičko i da kreatori moraju da snose

odgovornost za sve što može biti posledica po korisnika, te da se poštuje privatnost korisnika i da se ne prosleđuju lični podaci o korisniku, tj. da se poštuje njihova privatnost, da se sve namere jasno iskažu, kao i metode i očekivani rezultati, da korisnici ne budu dezinformisani i „zlatno pravilo" – da nikada ne ubeđuju korisnike u nešto što ni sami ne bi prihvatili (Berdichevsky, 1999:54). Sva ova pravila su definisana raznim zakonima i pravilnicima, ali poenta keptologije je delovati na ljudsku psihu izazivajući emocije, instiktivne radnje i upotrebu simbola, svih elemenata kako patosa, etosa i logosa, samo unapređenu sada odnosom koji su ljudi razvili prema kompjuterima i maglovitom predstavom da su zaštićeni u digitalnoj sferi. Kako Divna Vuksanović navodi „savremena pećina proširuje se i dizajnira ne po meri čoveka, već tehnologije koja obezbeđuje profit. Svako apstrahovanje, u svrhu razdvajanja ovih fenomena, ukoliko se kritički ne dovede u pitanje čitav sistem posredovanja, postaje izlišno, pošto podržava veštačku konstrukciju stvarnog, egzistirajućeg na estetski način, i to isključivo u cilju reprodukovanja sveta kapitalizma" (Vuksanović, 2020:124). Svaka informacija dobijena od korisnika, ma kako ona bila beznačajna, uveliko znači korporacijama koje zavise od istih tih korisnika, jer u kapitalističkom dobu znati htenja i želje svakog potencijalnog kupca je ono što prodaje proizvode i usluge. Ovakvi pristupi su decenijama izučavani u okviru marketinga, a sada su dobili mogućnost mnogo složenije i detaljnije analize zahvaljujući raznim softverima za praćenje korisnika, te samim tim i ciljanom oglašavanju. Marketing se razvio u kompleksnu poddisciplinu psihologije sa specijalnim akcentom na studije donošenja odluka i stavova potrošača, a masovno sakupljanje korisničkih podataka je ograničilo pravo na slobodu izbora korisnika digitalnog medijskog sadržaja usled korišćenja tehnika nesvesnog uticaja na naizgled svesni izbor samog korisnika. Kao što je komjuterska tehnologija bila prvobitno alat za obradu podataka, tako je i kasnije internet pronašao svoj put u socijalnoj interakciji među ljudima, postao je mesto slobodne reči, davao je mogućnost da pojedinac pošalje svoju poruku, a kasnije razvojem društvenih mreža i raznoraznih platformi pojedincu je dato da kreira sopstveni sadržaj bez odobrenja institucija, te možemo reći da je taj prvobitni sklop društvenog umreženja u digitalnoj sferi bio sveti gral demokratije, slobode govora i izražavanja, mesto gde cenzura ne može dopreti. Svedoci smo vremena gde je digitalni domen institucionalizovan, gde se preselila prodaja, obrazovanje, zabava, svaki segment društvenog života, pogotovo tokom godina vladavine pandemije

korone. Postalo je nezamislivo živeti bez pametnih telefona, generacijski jaz je kritično smanjen, većina je postala korisnik, u manjoj ili većoj meri. Nakon višedecenijskog korišćenja, a evidentno poslednje decenije, shvatamo da smo upali u mrežu fantastično konstruisanog planskog ubeđivanja zahvaljujući brojnim algoritmima kreiranim za potrebe velikih korporacija, da je digitalna sfera postala mesto kontrole i cenzure, da služi isključivo interesima kojima se rukovodi sistem kao što je kapitalizam. Korisnici uglavnom ne promišljaju o izvorima sadržaja na internetu, tj. nekritički pristupaju percepciji digitalnih sadržaja, razvijajući sopstvene sisteme odbrane kada je lažni sadržaj u pitanju. Informacije koje su poslate u digitalnu sferu u većini slučajeva nemaju utemeljenje u samo poreklo i izvor, u njen kvalitet i verodostojnost, što može dovesti i dovodi do ozbiljnih društvenih, zdravstvenih, obrazovnih i ostalih posledica po korisnike samog digitalnog sadržaja. Miroljub Radojković navodi da je „jedna od opasnosti svakako anonimnost kao izvora informacija u građanskom novinarstvu. Medijski pismeni građani znaju da postoji kreiranje lažnih profila ili avatara kojima se lažno predstavlja onaj koji šalje informaciju. Protiv ovoga nema zakonskih ograničenja niti sankcija. Stvar je samih građana da li će (po)verovati u identitet komunikatora. Drugo, otvoreno je pitanje istinitosti informacija koje ne dolaze od institucionalizovanih medija. Digitalni mediji, osim ako nisu onlajn verzija institucionalnih, mogu bez rizika da prenose dezinformacije i glasine“ (Radojković, 2017). Fog u svojoj knjizi navodi da je „ubeđivanje definisano, u domenu keptologije, kao pokušaj da se promene stavovi ili ponašanja“ (Fogg, 2002) te navodi da su prednosti kompjuterskih programa namenjenih ubeđivanju njihova upornost, anonimnost koju pružaju korisniku, obrada velikog broja podataka, upotreba mnogih načina uticaja, lako skaliranje (pozicioniranje i grupisanje podataka na osnovu obrade istih), kao i činjenica da mogu dopreti do najintimnijih prostornih delova gde ljudi nisu dobrodošli (na primer korišćenje mobilnog telefona u kupatilu). Keptologija definiše one kompjuterske programe čija je intencija da u sebi sadrže algoritme koji će na osnovu podataka iz drugih disciplina kao što su socijalna psihologija i marketing biti inkorporirani u iste, te da će namera ubeđivanja biti deo samog tog proizvoda. Keptologija se fokusira na promeni ponašanja ili stava usled interakcije kompjutera i čoveka, a ne posredstvom kompjuterski medijatizovane komunikacije. U ovom slučaju kompjuter nije medij, niti je sredstvo prenosa, već je kompjuterski program u funkciji keptoloških alata kreiran sa ugrađenim algoritmima

koji deluju na ponašanje i stavove korisnika kao krajnji proizvod. Oni se baziraju na algoritmima koji izazivaju planirane efekte ubeđivanja, a ne na posledične efekte koji mogu proizići iz korišćenja ovih programa. Principi na kojima se baziraju keptološki alati su isti kao kada ljudi utiču jedni na druge, sistemom nagrade, modeliranja ciljanog ponašanja ili stavova, koristeći psihološke znakove inkorporirane u program što dovodi do toga da ljudi često emotivno, tj. nesvesno, prihvataju da kompjuteri imaju emocije i empatišu se sa njima. Prost primer upotrebe fonta u ove svrhe je činjenica da kada imamo boldovan tekst više obraćamo pažnju na značenje samog teksta, dok tekst napisan u kurzivu sam po sebi daje neke dodatne činjenice koje nam nisu od tolikog značaja. Dodavanjem avatara tokom poslednje decenije nam je omogućilo da kompjutere smatramo svojim prijateljima, a u poslednje vreme razvojem veštačke inteligencije dolazimo i do ChatGPT[3] modela koji je najnovija i najrazvijenija komunikacija sa kompjuterom do danas. Keptologija kao disciplina se bavi tehnologijom koja može da ubeđuje ljude, i istražuje razvoj, upotrebu i dizajn tehnologija čija je namera da utiču na stavove, delanja i ponašanja ljudi. A šta se dešava sa keptološkim alatima? Da li smo sa svakim klikom mi postali proizvod? Alati keptologije delaju kroz kognitivne pristrasnosti (averzija prema riziku usled nedostatka vremena i dobijanjem adekvatne ubedljive poruke), zatim „teorija prihvatanja autoriteta" i „princip oskudice", produktivna lenjost gde spada činjenica o lenjosti ljudskog uma i nepažljivo čitanje, zamor usled donošenja odluke, tj. linija manjeg otpora. Predavec Davor (Predavec, 2017) u okviru svoga istraživanja postavlja pitanje da li je moguće da se mozak razvija i uči ukoliko ovi alati postanu uniformisani i neodvojivi deo svakodnevnice, te navodi da veštačka inteligencija, koja je grana u oblasti računarstva, poseduje jedan od svojih proizvoda koji se naziva ekspertski sistem, a koji se prikazuje kao baza podataka, baza znanja i mehanizam zaključivanja. Veštačka inteligencija je simulacija procesa ljudske inteligencije pomoću mašina, posebno računarskih sistema, dok specifične primene veštačke inteligencije uključuju ekspertske sisteme, obradu prirodnog jezika, prepoznavanje govora i mašinski vid, te se često dovodi u paralelu sa ljudskom inteligencijom i intuicijom, zato što je zasnovana na simboličkom predstavljanju i identična je ljudskoj inteligenciji. Ali da li su nas ovi keptološki alati zaveli u tolikoj meri da se ljudska inteligencija ne koristi na način kojim se ljudska vrsta održala do danas, jer u moru interfejsa, stereo

[3] https://openai.com/blog/chatgpt.

realnosti i informacija obrada primljenih poruka korisniku više nije tako jednostavna, razumevanje ekonomskog, političkog, socio-kulturološkog aspekta svake poruke je u današnje vreme nemoguće. Pridodajući tome i namenske alate za uticanje na nesvesno kod čoveka u cilju iznedrivanja adekvatnog odgovora, ponašanja ili stavova uvodi nas u zonu sumraka potencijalnog transhumanističkog sveta. Početak prošlog veka je obeležen jedinstvenim tehnološkim napretkom u ljudskoj istoriji, mašine i tehnologija su obezbeđivale ljudima olakšane procese rada i mogućnost napredovanja u obrazovnom i kulturnom smislu "[...] međutim, nakon što je prošla kroz nekoliko godina društveno-ekonomskih promena, tehnologija je postepeno negovala svoj transhumanistički cilj da sada ljudi budu bolji za svet" (Bostrom, 2003). Ukoliko na medijsku pismenost gledamo kao na jednu izrazito humanu disciplinu uvidećemo da je u velikom zaostatku u odnosu na pojave koje se isključivo interesno vode i bore za tržište, gde smo mi oblikovani shodno potrebama velikih korporacija i gde je privatnost nestala u svakom segmentu života. Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima u članu 18. navodi da „svako ima pravo na slobodu misli, savesti i veroispovesti; ovo pravo uključuje slobodu promene veroispovesti ili uverenja i slobodu da čovek sam ili u zajednici s drugima, javno ili privatno, ispoljava svoju veru ili uverenje podučavanjem, običajima, molitvom i obredom".[4] Tehnologije za ubeđivanje sa velikim uspehom manipulišu slobodom mišljenja i izražavanja u digitalnom prostoru, te promenom obrazaca ljudskog ponašanja i izmenom stavova, a da korisnik nije svestan konačnog ishoda. Bihejvoralne tehnike koje se koriste su danas konvertovane u algoritme koji sa velikom preciznošću predviđaju ishode delanja korisnika, kreiraju potrebe korisnika i zarobljavaju ga u čarobnom krugu kojim vladaju. Neophodnost redefinisanja pojma medijska pismenost je od izuzetnog značaja u današnje vreme, podizanje svesti o značaju keptologije, kao i istraživanja u domenu praktične primene keptoloških alata danas, zahteva neophodnost nastavljanja istraživanja u ovoj novoj naučnoj disciplini. Istraživanja u domenu filozofije medija, psihologije medija, same keptologije i ostalih socijalnih disciplina, kao i formulisanje pravne zaštite i upotrebe ovakvih alata je od presudne važnosti za generacije koje dolaze, zato što imunizacija na manipulaciju ne postoji u konačnom obliku, već samo usavršavanjem i obrazovanjem novih naraštaja može se doći do iste.

[4] Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima – https://www.poverenik.rs/images/stories/dokumentacija-nova/medjunarodna-dokumenta/UJEDINJENE-NACIJE/Univerzalnadeklaracijacir.pdf.

UMESTO ZAKLJUČKA

Svet medija je, kako je poznato, promenljiv. Ako je medij poruka, onda je tehnologija ta koja strukturalno definiše način oblikovanja poruka, te je poznavanje tehnologije od izuzetne važnosti za delovanje medija u celini, pa i kritičko čitanje i interpretaciju medijskih poruka. Novi keptološki alati, međutim, upravo su tako osmišljeni da utiču na vrednosti korisnika, i kao takvi se samo delimično mogu tražiti u medijskim sadržajima, jer proističu iz same tehnologije, a ne sadržaja (forme) poruka. Dakle, prostor za medijske manpulacije moguće je tražiti izvan konkretnog medijskog teksta, ne u polju njegove interpretacije, već vrednosti i ideologije. Otuda pitanje medijske pismenosti nije samo stvar struke, već ono objedinjuje interdisciplinarna znanja iz oblasti savremene psihologije, PR-a i marketnga, s jedne strane, i novih tehnoloških dostignuća u domenu medija, s druge strane. A kako je svaki medijski tekst vrednosno impregniran, i uz to se te vrednosti prepoznaju, prihvataju ili ne prihvataju u odnosu na stečeni imunitet koji omogućava poznavanje medija u celini, to keptologija ukazuje na činjenicu da je sadašnji koncept medijske psmenosti nedostatan da prepozna više nivoe manpulacije, koji se događaju u domenu shematizovanja svesti, njenom vrednosnom preoblikovanju i usmeravanju tako dautču na ponašanje korisnika, a da oni toga nisu svesni. Namera je bila da ovim tekstom skrenemo pažnju na opasnosti zloupotrebe koršćenja ovih alatki u medijima i postavimo novi zadatak obrazovnim strategijama u oblasti medijske kulture.

Literatura

Altbach, P. (2006). The dilemmas of ranking. International Higher Education, 42.

Altiser, L. (2009). Ideologija i državni ideološki aparati (Beleške za istraživanje). Karpos.

Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). Transformational Leadership (second edition). Mahwah, NJ: Erlbaum.

Bernays, E. (1928). Propaganda. Retrieved from http://wikispooks.com/w/images/1/1f/Propaganda.pdf

Berdichevsky, D., & Neuenschwander, E. (1999). Toward an Ethics of Persuasive Technology. Communications of the ACM, 42(5), 51-58.

Bostrom, N. (2003). The Transhumanist FAQ. Faculty of Philosophy Oxford University. Version 2.1. Published by the World Transhumanist Association.
Breton, F. (2000). Izmanipulisana reč. Beograd: Clio.
Bubonjić, M. (2010). Sajber svetska alegorijska paradigma nove civilizacije. Časopis za upravljanje komuniciranjem, 17, V, Beograd: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu.
Callaghan, E., McPhail, M., & Yau, O. H. M. (1995). Dimensions of a relationship marketing orientation: An empirical exposition. In Proceedings of the Seventh Biannual World Marketing Congress, Vol. VII–II, Melbourne.
Callahan, E. (2006). Cultural Similarities and Differences in the Design of University Web Sites. Journal of Computer-Mediated Communication. doi:10.1111/j.1468-2958.2006.00012.x.
Fogg, B. J. (2003). Persuasive technology: Using computers to change what we think and do. San Francisco: Kaufmann.
Gone, Ž. (1998). Obrazovanje i mediji. Beograd: Clio.
Habermas, J. (1987). The Idea of the University: Learning Processes. New German Critique, 41, Ithaca, New York: Cornell University.
Hartli, J. (2007). Kreativne industrije. Beograd: Clio.
Illouz, E. (2007). Cold Intimacies, The Making of Emotional Capitalism. Oxford and Malden, MA: Polity Press.
Jaspers, K. (2003). Ideja univerziteta. Beograd: Plato.
Jaspers, K. (1987). Filozofska autobiografija. Novi Sad: Bratstvo i jedinstvo.
Jevtović, Z. (2003). Javno mnenje i politika. Beograd: Mas media.
King, P., & Terster, J. (1999). The Landscape of Persuasive Technologies. Communications of the ACM, 42(5), 38-43.
Le Bon, G. (1989). Psihologija gomila. Zagreb: Globus.
Livingstone, S. (2004). What is media literacy? Intermedia, 32(3).
Malik, S. (2008). Media Literacy and Its Importance. Islamabad: Society for Alternative Media and Research with cooperation of Friedrich Ebert Stiftung (FES).
Manovich, L. (2001). The Language of New Media. Massachusetts: MIT.
Matulić, T. (2009). Metamorfoze kulture. Zagreb: Tertium mullenium.
Martens, H. (2010). Evaluating media literacy education: Concepts, theories, and future directions. Journal of Media Literacy Education, 2(1).

Potter, W. J. (2022). Analysis of definitions of media literacy. Journal of Media Literacy Education, 14(2).

Potter, J. (2022). Analysis of definitions of media literacy. Journal of Media Literacy Education Pre-Prints. Retrieved from https://digitalcommons.uri.edu/jmle-preprints/41.

Predavec, D. (2017). Kaptologija inteligentnih sustava. Thesis nr. E697, Zagreb University of Applied Sciences, Polytechnic specialist graduate studies – Electrical Engineering department, Intelligent Systems course, mentor: Ph.D. Zdenko Balaž, mag.ing.el., Zagreb, March.

Radojković, M. (2017). Digitalni mediji u Srbiji – Koristi i opasnosti. Politeia, 7(13).

Rosenbaum, J. E., Beentjes, J. W. J., & Konig, R. P. (2008). Mapping media literacy key concepts and future directions. Annals of the International Communication Association, 32(1).

Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima. Retrieved from https://www.poverenik.rs/images/stories/dokumentacija-nova/međunarodnadokumenta/UJEDINJENENACIJE/Univerzalnadeklaracijacir.pdf

Vuksanović, D. (2020). Estetsko i stvarno: Mediji–umetnost–život. Zbornik radova FDU br. 37, Fakultet dramskih umetnosti u Beogradu, ISSN 1450–5681.

Katarina Šmakić
Fakultet za diplomatiju i bezbednost, Katedra za produkciju dramskih i audiovizuelnih umetnosti i medija

THE NECESSITY OF REDEFINING THE CONCEPT OF MEDIA LITERACY IN THE ERA OF CAPTOLOGICAL TOOLS

Summary: *This paper explores the complexity and various aspects of media literacy, emphasizing its evolution and significance in the contemporary digital environment. Definitions of media literacy encompass a wide spectrum, from basic abilities in creating and understanding media content to critical thinking and analysis of media metalanguage. The introduction of the concept of "captology," a discipline studying the influence of sophisticated algorithms and computer programs on user decisions and behaviors, further underscores the complexity of the modern media landscape and the need to expand traditional definitions of media literacy. Introducing the concept of captology can provide a theoretical framework for critically understanding and analyzing contemporary media practices, complementing traditional approaches to media literacy. New captological tools influence user values independently of message content, thereby expanding the scope of manipulation beyond textual interpretation, directly impacting users' value systems and ideologies. Given that every media text carries ideological weight affecting users, the concept of captology highlights the need to enhance media literacy to recognize new levels of manipulation shaping user consciousness and behavior. Introducing captology as a theoretical framework enables critical understanding and analysis of contemporary media phenomena, supplementing traditional approaches to media literacy. Finally, the paper emphasizes the necessity of redefining the concept of media literacy to adequately respond to the challenges of today's media landscape, highlighting the importance of research in the emerging field of captology for practical application in media practice.*

Key words: *media literacy, captology, captological tools, sociology, marketing.*

ORIGINALNI NAUČNI RAD

Primljeno: 22. II 2024.
Prihvaćeno za objavljivanje: 10. III 2024.

O NEKIM PROBLEMIMA KONCEPTA MEDIJSKE PISMENOSTI

Dragana Žarić[1]
Univerzitet umetnosti u Beogradu – Fakultet dramskih umetnosti
ORCID https://orcid.org/0009-0000-4997-1981

DOI: 10.5937/cm19-49390

Sažetak: *U radu se ukazuje na izazove i probleme s kojima se suočava medijska pismenost kao obrazovni i uopšte javni strateški koncept, s fokusom na upotrebu samog pojma i pojedine terminološke nejasnoće, zatim na redukcionističke prakse u sprovođenju obuka za medijsku pismenost, te političku i ideološku instrumentalizaciju ideje. Izazov pred medijskom pismenošću i je stvarnost determinisana tehnološkim razvojem i tendencija kvantifikacije, šematizacije i automatizacije vještina medijske pismenosti tako da poprimaju računarsku logiku, bez utemeljenja u kritičkom mišljenju.*

Ključne riječi: *medijska pismenost, medijsko obrazovanje, kritičko mišljenje, ideologija, tehnologija*

1. Uvod

Pojam „medijska pismenost", u obliku i kontekstu u kome danas postoji, počeo je da se razvija tokom XX vijeka, a u posljednjih par decenija naročito je popularan u naučnim i stručnim krugovima i civilnom društvu. Medijska pismenost se najčešće definiše kao sposobnost pojedinca da razumije, analizira i interpretira medijski sadržaj, te da efikasno komunicira putem različitih medijskih platformi. U ovom radu ukazaćemo na neke probleme koji prate ideju medijske pismenosti, najprije u polju određenja pojma, a onda i u odnosu na savremeni ideološki i tehnološki kontekst. U radu polemišemo s definicijama koje se pojavljuju u javnom diskursu i praksama koje ih prate, a koje centralnu

[1] Kontakt sa autorkom: zaricdragana@hotmail.com

zamisao medijske pismenosti svode na njene pojedine djelove, najčešće tehničke prirode, zanemarujući suštinu koncepta i izvorišta ideje.

U naslovu rada odabran je pojam „koncept" u značenju ideja, zamisao[2], kako bismo napravili distinkciju od kurikuluma ili nastavnog plana, budući da se nećemo baviti dubljom analizom školskih ili akademskih programa za predmet medijska pismenost. Cilj je, dakle, da uočimo izazove s kojima se koncept suočava u aktuelnom društveno-političkom okruženju. Pokušaćemo da ukažemo da upotreba pojma medijske pismenosti, bilo da potiče iz akademskog ili civilnog sektora, nerijetko sadrži suženi pogled na ono što bi trebalo da bude ishod medijskog opismenjavanja – pojedinca sposobnog da kritički tumači medijski konstruisanu stvarnost.

Pomenute probleme, iako međusobno povezane i isprepletane, klasifikovali smo u tri polja. Najprije, osvrnućemo se na pojmovne i strateške dileme, gdje ćemo ukazati na nepodudarnost među definicijama medijske pismenosti i nejasnoće u vezi pravca razvoja ovog koncepta, zatim na ideološko pozicioniranje koncepta medijske pismenosti koje, po našem sudu, varira između sužavanja ideje o medijski pismenom čovjeku i neke vrste hiperbolisanja vještina koje su, navodno, uslov demokratije. Najzad, prikazaćemo ograničenja koja u procesu učenja i sticanja znanja i vještina nameće hipertehnološka stvarnost.

Cilj ukazivanja na ove probleme ne predstavlja negaciju ideje o medijskoj pismenosti, već poziv na kritičnije sagledavanje praksi koje se nerijetko tretiraju kao obrazovne a u biti su antipodne suštini obrazovanja. Njihovo preispitivanje trebalo bi da bude dio reformističkih nastojanja da medijska pismenost kao praksa zaista ostvaruje prvobitnu zamisao – kritičko čitanje medija, ali tako da se „kritičko" razumije u punom smislu, a ne njegovim popularnim i nerijetko izvrnutim derivatima.

2. Pismenost bez mišljenja? Pojmovne i strateške dileme

Pogled na obrazovanje i pismenost uslovljen je, kako pojedinačnim, ličnim svojstvima, tako i kulturnim i društveno-političkim okolnostima, što za posljedicu ima i mnoštvo mišljenja o evoluciji i suštini ovih pojmova i praksi. Pomenutu raznolikost mogli bismo, radi pojašnjenja početnih pretpostavki o

[2] Prema: Klajn, I., Šipka, M. (2010). *Veliki rečnik stranih reči i izraza*. Novi Sad: Prometej/Zavod za kulturu Vojvodine.

problematičnoj redukciji medijske pismenosti, svrstati u dvije perspektive: prvu ćemo označiti kao pragmatičnu, a drugu kao idealističku. Prva perspektiva predstavljala bi pogled na obrazovanje kao usvajanje znanja i vještina koje je determinisano (različitim društvenim okolnostima) i time upotrebno, uvijek u okvirima datih determinanti. Pod drugom perspektivom podrazumijevamo shvatanje obrazovanja kao procesa izgradnje i promjene ličnosti (što uključuje i vaspitanje) mimo ili uprkos spoljašnjim ograničenjima.

U literaturi pronalazimo definisanje obrazovanja „u širem i užem smislu", pri čemu bi šire definicije bile bliske pomenutoj idealističkoj perspektivi, a uže pragmatičnoj perspektivi. Šire definicije se često poklapaju sa antičkom idejom obrazovanja (paideja) po kome obrazovan čovjek živi u harmoniji duše i tijela, „duhovnih i fizičkih snaga ličnosti" (Gvozdenović, 2011: 83). Uže definicije su, pak, mlađe i promovišu funkcionalnost znanja, uz isključivanje ili ignorisanje ideje o obrazovanju kao samosvrhovitosti.

S druge strane, u razvoju pojma pismenosti ne nalazimo ovakve dihotomnosti već prije nadogradnju i stalno dopunjavanje definicija uslovljeno, najviše, tehnološkim okruženjem. Tako se od pismenosti kao sposobnosti čitanja, pisanja i računanja, dolazi do definicije o pismenosti kao sredstvu identifikacije, interpertacije i komunikacije u sve digitalnijem svijetu.[3]

Uz istaknutu polifoniju u pojmovnicima i tumačenjima, kada je riječ o medijskom obrazovanju i medijskoj pismenosti uočavamo još neke nejasnoće i disparitetne upotrebe pojmova. Medijsko obrazovanje se definiše kao kritička društvena analiza medija čiji je cilj svjesnost i razumijevanje načina na koji mediji funkcionišu, ko ih kontroliše i u njima/pomoću njih ostvaruje ciljeve, te načina na koji javnost/društvo/publika reaguje, a sve u svrhu ostvarenja vrijednosti zajednice – pravde, slobode, humanosti... (Popović, 2015: 349).

Među najčešće citiranim definicijama medijske pismenosti je Poterova, po kojoj je medijska pismenost „skup gledišta koje u korišćenju medija aktivno primenjujemo da bismo protumačili značenje poruka koje primamo" (Poter, 2011: 47). Prema brojnim definicijama, cilj medijskog opismenjavanja je informisan i kritički nastrojen pojedinac, sposoban za donošenje političkih i društvenih odluka. Kada je u pitanju medijska pismenost kao nastavni predmet, ona se različito imenuje: u SAD, Kanadi i Australiji naziva se medijska pismenost, u

[3] Unesko (UNESCO) definicija, dostupna na: https://www.unesco.org/en/literacy/need-know posjećeno 16.2.2024.

Velikoj Britaniji medijsko obrazovanje, u Holandiji audiovizuelno obrazovanje, u Njemačkoj medijske kompetencije... (Kecman, 2019: 59).

Vještine koje se najčešće navode kao dio spektra medijske pismenosti su: analiza medijskih poruka (jezika, slika, zvukova) i njihovog uticaja na publiku (prepoznavanje propagande, manipulacija, stereotipa itd.); sposobnost preispitivanja kvaliteta i pouzdanosti medijskih sadržaja; kreiranje sadržaja (pisanje, snimanje, uređivanje) i njegova distribucija. U širim definicijama u ovaj spektar vještina ulaze i poznavanje prava i odgovornosti medija (sloboda izražavanja, pravo na privatnost, autorska prava itd.), kao i razumijevanje etičkih pitanja i dilema vezanih za djelovanje medija. Dodatno, doba tehnološkog (a i opštedruštvenog) ubrzanja učinilo je da „pratilja" medijske pismenosti postane informaciona pismenost koja podrazumijeva sposobnost prepoznavanja, ocjenjivanja i korisnog korištenja informacija. Informaciona pismenost uključuje i vještine pretraživanja (knjige, baze podataka, veb-stranice itd.) i odgovorne upotrebe informacija (citiranje, redistribucija).

Uočavamo, dakle, sličnost u definisanju pojmova medijsko obrazovanje i medijska pismenost, uz napomenu da prvi pojam zahvata širi idejni raspon, naročito u dijelu ciljeva i svrhe. Nejasno je, međutim, gdje su granice ili razlike u „kritičkoj analizi medija" koja je komponenta oba pojma. Među pokušajima razrješenja pronalazimo razlikovanje između pojmova: obrazovanje za medije, medijsko opismenjavanje i medijska pismenost (Zindović Vukadinović, 2008: 167). Obrazovanje za medije ovdje predstavlja proces sticanja znanja za razumijevanje fenomena masovnih medija i „delotvorno ponašanje s njima i u odnosu na njih" (ibid). Medijsko opismenjavanje je „podučavanje jeziku i pismu medija", dok je medijska pismenost „proizvod obrazovanja za medije i medijskog opismenjavanja" (ibid, 168).

Danas se medijska pismenost smatra jednom od ključnih komponenti obrazovanja (dakle, ne samo „proizvodom" već i praksom), a obrazovne institucije i civilne organizacije rade na razvoju programa i resursa koji promovišu pomenute vještine kako bi pojedinci bili „bolje pripremljeni" za život u digitalnom društvu. No, kako je uočeno u jednoj od analiza stanja medijske pismenosti u našem regionu, „uprkos deklarativnoj podršci medijskom opismenjavanju ne postoji jasna vizija o tome zašto je to potrebno" (Petković i Bašić-Hrvatin, 2019: 65). Dodatno, nejasan je način na koji se provjerava da li napori obrazovnog sistema, medijskih regulatora i civilnog društva daju rezultate. „Problem je

u tome da ne znamo ni kako se određuje ko je medijski pismen, a ko nepismen (...), niti znamo da li programi medijske pismenosti koji se trenutno sprovode stvarno obrazuju pismene pojedince" (ibid, 66).

Problem utvrđivanja efikasnosti medijske pismenosti istraživači navode kao jedan od izazova obrazovnog sistema. Pri tom se imaju u vidu metodološke nejasnoće i nemogućnost kontrolnih ispitivanja i testiranja, mali broj studija koje dovode u direktnu vezu obrazovanje/obuke sa stepenom medijske pismenosti, te veliki broj studija koje obuhvataju tek jednokratne, kratkoročne efekte. Kao primjer uspješnijih poduhvata u ovom polju navode se aktivnosti britanskog regulatora (Ofcom) čije su ankete i longitudinalne studije uspjele da prikažu pozitivnu korelaciju između školskih programa i vještina medijske pismenosti i to kod mladih uzrasta 12-15 godina (Bulger & Davison, 2018: 9).

Kao još jedan od izazova medijske pismenosti navodi se premještanje odgovornosti sa institucija na pojedinca (lična odgovornost). Zagovornici većeg upliva regulatora u borbi za medijski pismenije društvo ističu da ovakvo premještanje težišta može kod pojedinaca da stvori lažni osjećaj povjerenja u sopstvene vještine, te da teret praćenja medijskih efekata sada snosi publika, dok kretaori sadržaja i regulatori osjećaju olakšanje (ibid).

Kada je na Unesko konferenciji 1982. usvojena Deklaracija o medijskom obrazovanju, 19 država potpisnica saglasilo se da je koncept medijske pismenosti praktičan i iskustven, a da je kritičko mišljenje zasnovano na istraživanju.[4] Takođe je istaknuto da je medijska pismenost interdisciplinarna, te da je diverzitet vještina koje ova oblast podrazumijeva – njena snaga. U javnom diskursu, međutim, medijska pismenost se često svodi na borbu s dezinformacijama i lažnim vijestima, dok su manje prisutni, primjera radi, analize filma ili globalno sve popularnijih serija ili, pak, analize podteksta video igara, ukazivanje na krizu učenja i pamćenja kao posljedice pretjerane upotrebe medija, rad na problemima apatije i nedostatka empatije itd. Ako analiziramo projekte koji se bave promocijom medijske pismenosti u okruženju (u Crnoj Gori projekti Instituta za medije, u Bosni i Hercegovini akcije Regulatorne agencije za komunikacije, u Srbiji projekti Novosadske novinarske škole itd.) uočićemo da je fokus na problemu dezinformacija.

Uz prethodno uočene stavove o potrebi za mjerljivošću rezultata i insistiranju na empirijski provjerljivim podacima, čini se da je strateško opredjeljenje

[4] Izvještaj sa konferencije dostupan na: https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED365294.pdf , posjećeno 18.2.2024.

koncepta medijske pismenosti sasvim u skladu sa široko prihvaćenom kvantifikacijom i merkantilizacijom znanja. Matrice, kodiranja i šeme koje se koriste na obukama za sticanje vještina medijske pismenosti nerijetko su samo to – logičke strukture bez temelja u dubljem poznavanju prirode medija i sistema kome su mediji glavni podupirači. Kontrolne liste za evaluaciju sadržaja na portalima i veb-sajtovima, koje se često koriste kao mjerilo vjerodostojnosti i pouzdanosti informativnih medija, „zastarjele su, zapravo narušavaju utvrđivanje kredibiliteta, oduzimaju mnogo vremena i mogu se olako shvatiti" (Bulger & Davison, 2018: 10). Kontrolori (fektčekeri, od eng. *fact-checking* – provjeravanje činjenica) mogu provesti vrlo malo vremena na veb-stranici prije nego zaključe da nije kredibilna, ako se u kontrolnoj listi pojave „upozoravajuća svojstva" ili čak neželjene riječi. Na taj način se kao vještina medijske pismenosti servira nešto sasvim suprotno, bez razumijevanja strukturne pozicije određenog medija/glasila.

> „Očito, vladine i nevladine birokratizovane strukture, kako se vidi, o medijima brinu tako što uzroke i efekte njihovog delovanja uklapaju u unapred iscrtane koordinate matričnog mišljenja, koje je obojeno buržoaskim filistarstvom i onom analitikom što ideju i praksu slobode svodi na kolone u upitnicima, ispunjavanje zadatih tabela, i, uopšteno, 'dežurstvo' nad emancipatorskim procesima kao da je reč o rastu paradajza, u manje povoljnim ili nepovoljnim klimatskim uslovima" (Vuksanović, 2022: 189).

U odnosu na početni ugao promatranja ove problematike, rekli bismo da je koncept medijske pismenosti danas izrazito pragmatičan. Ipak, tezi da "medijska pismenost predstavlja uslov *sine qua non* našeg opstanka u ovom vremenu" (Todorović, 2020: 13), možemo suprotstaviti mišljenje da medijska pismenost, naročito ako se shvati „automatizovano i jednoznačno" ne može biti uslov za razvoj građanskih demokratskih vrijednosti jer su mas-mediji „pseudodemokratska alatka građanskog društva" (Vuksanović, 2008: 37).

Svođenje medijske pismenosti na razvoj vještina uz ignorisanje kritičkog mišljenja može imati suprotne efekte od deklarativno zacrtanih ciljeva. Za pojavu da koncept medijske pismenosti sadrži tendenciju sužavanja, osiromašenja, pa i obesmišljavanja ideje, krivica se može pripisati i obrazovnom sistemu koji podržava i čak generiše pomenuto sužavanje i time, suprotno svojoj primarnoj funkciji, djeluje isključivo pragmatično (monetizujuće), umjesto u korist istine. Kritički stav da se obrazovanje svelo na proizvodnju profesija odnosi se i na obrazovanje za medije, dok se neformalni kursevi i „radionice" koji se navodno

bave razvojem kritičke svijesti zapravo bave perifernim pojavama i pukim računskim operacijama.

> „Istinski kritički sadržaj, nažalost, nestaje u ždrelu jednog novog varvarstva koje zarad nekontrolisanog profita multunacionalnih korporacija, proždire sve što podseća na bilo kakav autentični otpor reflektujuće, misleće ljudske jedinke" (Dimić, 2016: 21).

Kao potvrdu nestajanja kritičkog mišljenja iz sistema obrazovanja možemo navesti primjer da studenti novinarstva ne slušaju filozofiju ili istoriju političkih teorija[5] ili da, recimo, studenti sociologije nemaju filozofiju u nastavnom planu[6]. Medijsko obrazovanje se, međutim, „ne može ostvarivati bez uporednih procesa edukacije koji se tiču promovisanja univerzalnih kulturnih vrednosti" (Vuksanović, 2008: 40).

Upitno je, najzad, da li pojam medijske pismenosti raskida svaku vezu s pismenošću u klasičnom smislu, budući da upravo zbog preplavljujućih medija sve manje pišemo i čitamo.

3. Vještine za održavanje statusa kvo

U pokušaju da razlučimo pojmove medijskog obrazovanja i medijske pismenosti uviđamo da je prvi pojam stariji, dok se medijska pismenost pojavljuje u prošlom vijeku. Dejvid Bakingem (David Buckingam), kritikujući praksu da se medijska pismenost razumije isključivo kao kurs za jednokratnu upotrebu, ističe da se ovom konceptu mogu pripisati političke funkcije. To se, prema ovom autoru, naročito dešava u vezi sa onlajn sferom. Internet je „rebrendiran u 'participativni' medij" a takva „utopijska ideja" postala je dio novog poslovnog modela – digitalnog kapitalizma (Buckingam, 2020: 231). Ovu utopiju, prema Bakingemu, koriste tehnološke kompanije, prodajući parolu o tehnologiji koja će olakšati učenje, osloboditi nove forme kreativnosti ili riješiti društvene probleme. U te svrhe koristi se pojednostavljivanje pitanja koje proizvodi narastajuće informaciono društvo kroz kreiranje sintagmi poput „internet zavisnost" ili „lažne vijesti". U pokušaju da se pozabave tim problemima, javne politike

[5] Nastavni plan smjera Medijske studije i novinarstvo na Univerzitetu Crne Gore, dostupan na: https://www.ucg.ac.me/studprog/18/13/1/2023-medijske-studije-i-novinarstvo-2023 , posjećeno 20.2.2024.

[6] Nastavni plan smjera Sociologija na Univerzitetu Crne Gore, dostupan na: https://www.ucg.ac.me/studprog/3/10/1/2023-sociologija-2020 , posjećeno 20.2.2024.

i stručnjaci posežu za brzim rješenjima kakvi su kursevi o bezbjednosti na internetu, obuke protiv onlajn nasilja ili već pomenuti fekt-čeking. Ovaj autor ukazuje da je takvo koncipiranje medijske pismenosti bavljenje simptomima uz zanemarivanje uzroka. A uzroci su u samoj prirodi sistema u kome živimo (ibid, 234).

Politička upotreba medijske pismenosti ogleda se i u pokušajima da ovaj koncept zamijeni medijsku regulativu. Vlade ne mogu da kontrolišu globalne medije i tehnološke gigante, a to postaje još teže ako korisnici sami generišu sadržaj. Regulacija, shvaćena kao prijetnja po ogromni profit, istiskuje se upravo kroz promociju medijske pismenosti kao alternative pri čemu se velika odgovornost pripisuje i nastavnicima. Čak i na pojavu socijalnih problema (zloupotreba droga, nasilje) odgovor je uvijek – više obrazovanja (ibid).

Problem na koji je ukazao Bekingem pokazuje da je čak i ideje čija je zamisao humana moguće pervertirati tako da služe ideologiji. Medijska pismenost tako postaje moderan, poželjan koncept, koji prati mnogo više reklame i slogana nego razgovora o realnim dometima, izazovima i problemima. Tako se i popularno „raskrinkavanje manipulacija" pretvara u ideološki bič za neistomišljenike. Ovo se, takođe, očitava na primjeru tzv. standarda zajednice na društvenim mrežama, gdje pod dejstvom kontrolnih lista pojedine informativne platforme (portali) bivaju cenzurisane. Postupci fektčekera su u tim situacijama „krajnje diskutabilni, kako profesionalno, tako i sa stanovišta ličnog morala" (Vuksanović, 2022: 186). U krajnjem, ostaje metodološki nejasno kako se prosuđuju kompetencije „razotkrivača" i koja se metodologija razotkrivanja može smatrati odgovarajućom.

Još jedna opasnost krije se u pretpostavci da je medijska pismenost nešto što se može jednostavno naučiti ili da je lako razlikovati istinu od laži. Većina medijskog sadržaja zapravo je interpretativna, odnosno rezultat je niza filtera i uređivačkih pogleda. Kritičko mišljenje je više od kontrolne liste ili šeme i nemoguće ga je isključiti u traganju za istinom. Brza rješenja još više se čine apsurdnim ako se uzme u obzir dubina istine kao takve, njena slojevitost i kompleksnost. Primjera radi, novinarski principi kakvi su uravnoteženost, pravičnost, izbalansiranost i sl. jesu podložni ispitivanju, ali medijski tekst uvijek sadrži slojeve emocionalnog ili simboličkog u koje se ne može pronići brzim potezima.

Navođenje medijske pismenosti kao univerzalnog rješenja za probleme nastale pod razornim svojstvima medijske mašinerije ili njeno isticanje kao uslova

demokratije kritičari koncepta smatraju brzim i površnim odgovorom. Medijska pismenost bez razumijevanja nadzornog ili digitalnog kapitalizma, tehnoideologija i uočavanja i razobličavanja centara moći koji ovakav sistem „hrane" nije moguća. U obrazovnim kurikulumima medijska pismenost ne može postojati kao cilj, ako ti kurikulumi ne sadrže dubinsko preispitivanje društva, odnosno ako ne njeguju discipline koje imaju moć u razotkrivanju poretka.

Utabanu stazu za održavanje statusa kvo stvorili su upravo mediji, praveći od čovjeka kao znatiželjnog bića potrošača koji gaji pervertirani hedonizam. Zato je za kritičko razumijevanje medija potrebno, ne samo mjerenje njihovog uticaja i raspoznavanje spoljašnjih obličja, već prodiranje u suštinu poretka čiji su nosioci. Ako medijska pismenost, time što se bavi jezikom medija i tehnologije, pristaje na uslovljavanja pred koja nas mediji postavljaju, odnosno ako se shvati usko i tehnički, zapravo podržava svijet u kojoj je ključna riječ profit.

Upitno je, dakle, može li takav koncept medijske pismenosti (a i medijskog obrazovanja kao šireg pojma), doprinijeti ostvarivanju slobode shvaćene kao „proces oslobađanja iz nepravedne situacije i ideološkog okvira koji se smatra izopačenim" (Fuzaro, 2020: 14), imajući u vidu prilagođavanja tom istom okviru. Ako je već „raskidajuće neslaganje" koje je revolucionarno (ibid, 26) nemoguće ili teško ostvarivo, onda cilj medijske pismenosti treba da bude reformistički.

4. Tehnologija kao gospodar znanja

Teza da se postindustrijsko društvo transformiše u takozvano „društvo znanja" čini se još jednom tržišnom parolom. Usljed hiperdinamičnog razvoja tehnologije dolazi, naprotiv, do komercijalizacije znanja. Ono postaje sluga ekonomije i „privrednog rasta". U takvim okolnostima kritičko mišljenje postaje „retrogradno, konzervativno i ekscentrično, jer je neefikasno, sporo, i po svojoj prirodi predstavlja opoziciju profitu, pa je samim tim i odbačeno kao nepoželjno" (Vučetić, 2022: 60).

Tehnološki solucionizam, sa euforičnim stavom u vezi uloge digitalnih tehnologija u društvu, vjeruje da se nesavršenosti ljudskog svijeta mogu „srediti" pomoću računarske logike i inteligencije (ibid, 55). Posljedično, nesavršenost ljudskog mišljenja, kulture, obrazovanja, potrebno je zamijeniti savršenim matricama robotske pismenosti. U takvom kontekstu čini se sasvim opravdanim upozorenje da medijska i informaciona pismenost mogu postati „trojanski konj

liberalne politike koja prava ljudi relativizira na mogućnost odabira različitih identitetskih oblika medijske potrošnje" (Petković i Bašić-Hrvatin, 2019: 69). U naletu tehno-optimističkih agendi i rješenja za ispravljanje krivudavih puteva ljudskog uma, u javnom diskursu je sve manje upozorenja o negativnim posljedicama nivoa moći koja se prepušta tehnologiji.

Upozorenja da se ideja medijske pismenosti može pretvoriti u janusovski surogat idu već do pitanja da li onaj ko se medijski opismenjava treba da bude ljudsko ili transljudsko biće (Šmakić, 2022: 30) i da li je moguće biti pismen ako ste dio kompjuterskog programa koji bi trebalo kritički da dekonstruišete. U transhumanističkim aspektima medijske pismenosti mogu se prepoznati opstrukcije slobode i slobodnog mišljenja (ibid, 31) koje kao da zarasta u dvorištu na koje malo ko obraća pažnju dok u kući uveliko „cvjetaju" algoritmi, platforme i interfejsi.

Transformacija intelektualnog rada, pa time i izvorne ideje o kritičkom pristupu medijima, u standardizovanu, modularnu robu, dešava se i u akademskoj sferi i to na način da odražava i podržava digitalni kapitalizam i individualistički model društva (Betancourt, 2015: 2). Izmještanje intelektualnog rada, uključujući i kreativnost, u polje radikalnog pragmatizma, slika je ideologije automatizacije koja zahvata sve širi korpus ljudskih aktivnosti. Ovakva „postignuća" pravdaju se metaforama poput „industrije znanja" (ibid, 11) koja, zapravo, predstavlja serijsku proizvodnju krutih, radikalno racionalnih šema djelovanja.

I medijska pismenost može se prodavati, kao serija drugih poželjnih proizvoda (Buckingam, 2009: 4). Zato kao ključni problem ovog koncepta ističemo tendenciju da se on koristi kao ideološka strategija. Pri tom, ova se zloupotreba može upakovati u demokratsku foliju, argumentovana kao osnaživanje, obezbjeđivanje pojedinaca i grupa navodno životno važnim potrepštinama kakva je analiza medijskih poruka. Dodatno, dok svi dobijamo odgovornost da se nosimo sa složenim medijsko-informacionim sistemom, ne dobijamo pravo da budemo tretirani kao građani a ne potrošači (ibid, 6).

Upotreba tehnologije implicitno se smatra korisnom, podržavajućom, inovativnom praksom koja podstiče kreativnost i stvaralaštvo. Ako nam nedostaju vještine za upotrebu te tehnologije, onda ih moramo nabaviti u marketu vještina čiji su vlasnici isti oni koji posjeduju tehnologiju. Dakle, nekritički odnos prema svakom novom izumu takođe je problem medijske pismenosti, jer upotreba tih izuma postaje mjera modernog, digitalno pismenog čovjeka.

Medijska pismenost se, međutim, ne može tretirati kao panaceja. Medijska pismenost je samo jedan kadar u složenom okruženju (Bulger & Davison, 2018: 2), a tek njeno pravilno (dubinski promišljeno) pozicioniranje može rezultirati onim ishodima koji su u izvoru ideje – kritičkom nastrojstvu prema svijetu medija.

U optimističnijim verzijama odnosa ljudskog i tehničkog, obrazovanje za umjetnost, kulturu i medije humanizuje obrazovanje izmijenjeno tehnologizacijom i digitalizacijom, jer ga usmjerava na „autentično ljudsko", na vrijednosti koje (makar za sada) ostaju izvan dosega računarske inteligencije (Martinoli, 2019: 9).

Najzad, ukazujemo na problem da se medijska pismenost nikad ne može ustaliti u smislu nekog plana ili minimalnog obrazovnog sadržaja koji bi trebalo da nudi, jer politika njenog razvoja ne može ispratiti brzinu kojom nas tehnologija izaziva, te skup potrebnih vještina zahtijeva stalnu dopunu i preispitivanja. Već sada, medijsko opismenjavanje bi moralo da uključi prodiranje u rezonovanje računarske inteligencije koje, ipak, nije sasvim transparentno.

5. Zaključak

Između pragmatične i idealističke perspektive obrazovanja čini se da se medijska pismenost smjestila u ovu prvu. Kao dio korpusa medijskog obrazovanja, početna zamisao medijske pismenosti ima za cilj kritički orijentisanog i svjesnog čovjeka koji posjeduje niz vještina poput: analize medijskih poruka, preispitivanja kredibiliteta medijskih sadržaja, upotrebe medijskih platformi itd. Međutim, ova zamisao u savremenom okruženju biva instrumentalizovana i podređena uzusima ideologije digitalnog kapitalizma.

Zato, udaljavanje medijske pismenosti od svog izvora – obrazovanja u širem smislu, nije slučajno. Pojam obrazovanja sadrži ideju o nemjerljivim, samosvrhovitim koracima ka izgradnji svjesnih ličnosti, dok se redukcionistička paradigma medijske pismenosti svodi na vještine neutemeljene u mišljenju. Ovakvo sužavanje pojma podjednako promovišu organizacije koje monetizuju bavljenje vještinama medijske pismenosti, obrazovne i regulatorne institucije. Obrazovni sistem ne uspijeva da predoči pomenutu redukciju već joj se najčešće prilagođava. Sve ovo se dešava pod stegama profitno orijentisanog sistema.

Osvjetljavanjem nužnosti za produbljivanjem pojma i prakse medijske pismenosti pokušali smo da ukažemo na politizaciju i ideologizaciju po kojoj

medijska pismenost postaje proizvod ili tek moneta u raznim projektnim aktivnostima.

Za razliku od pomenute redukcije, uočili smo i pojavu reklamnog preuveličavanja pojma, odnosno namjeru da se spektar vještina medijske pismenosti predstavlja kao životno-spašavajući ili ključni za demokratiju što smo pokušali da osporimo prikazivanjem puteva pomenute instrumentalizacije.

Uočili smo, dalje, da medijska pismenost kao koncept ima strateške dileme u pogledu pravca razvoja. Tu ubrajamo unaprijed izgubljenu trku s brzinom razvoja tehnologije, nemjerljivost rezultata koje praksa medijskog opismenjavanja donosi, te nesaglasnost o podjeli odgovornosti između pojedinaca (građana) i ustanova kakve su regulatori i obrazovni sistem.

Automatizacija metoda za sticanje medijske pismenosti osvjetljava problem odstranjivanja kritičkog mišljenja, te uopšte mišljenja kao ljudskog/humanog svojstva. Medijska pismenost se, zato, ne može ostvariti bez, odnosno odvojeno od, uporednog obrazovanja, i to obrazovanja koje je utemeljeno u idealističkoj perspektivi.

Ukoliko se medijska pismenost bude zadržavala na perifernim i pukim logičkim procesima ona će ostati samo vještina za održavanje postojećeg poretka. Ovi procesi, ako su osmišljeni kao brza rješenja, pretvaraju se čak i u suštu suprotnost kritičkom iščitivanju medija – u cenzurisanje ili potpuno zaobilaženje srži medijskih poruka.

Medijska pismenost bi trebalo da bude reformistička u smislu da razobličava i razotkriva stranputice kojim ideologija vodi humane ideje, što mora uključiti dekonstrukciju prirode i uloge medija u savremenom svijetu. Stav da će novi mediji biti mediji svih, mediji za prodiranje ideja odozdo, participativni itd. umnogome je poljuljan nivoom potrošnje koju ovi mediji generišu i time zamagljuju potencijalne subverzivne pravce djelovanja. Medijska pismenost, stoga, ne bi trebalo da se gradi kao koncept koji se prilagođava, koji usvaja logiku tržišta, već kao ideja koja preoblikuje stvarnost i iznova integriše u sebe otvore ka promjenama.

Ove otvore, po našem sudu, treba tražiti u univerzalno ljudskim, humanim poljima kakva je sloboda uma i njena ostvarenja – kultura, umjetnost, filozofija. Istiskivanjem ovih oblasti iz obrazovnog sistema nijedna pismenost, pa ni medijska, ne može se realizovati u punoći zamisli.

Literatura

Aufderheide, P., Firestone, C. (1992). *Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Posjećeno 18.2.2024. URL: https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED365294.pdf

Betancourt, M. (2015). *The critique of digital capitalism: An analysis of the political economy of digital culture and technology*. New York: Punctum Books.

Buckingham, D. (2009). The future of media literacy in the digital age: Some challenges for policy and practice. *Medienimpulse*, 47(2): 1-18.

Buckingham, D. (2020). Epilogue: Rethinking digital literacy: Media education in the age of digital capitalism. *Digital Education Review*, no. 37: 230-239.

Bulger, M., Davison, P. (2018). The Promises, Challenges and Futures of Media Literacy. *Journal of Media Literacy Education,* 10 (1): 1 – 21.

Dimić, Z. (2016). Kritičko mišljenje i savremeno univerzitetsko obrazovanje. *Balkanske sinteze: časopis za društvena pitanja, kulturu i regionalni razvoj*, III (2): 11-23.

Fuzaro, D. (2020). *Misliti drugačije: filozofija neslaganja.* Beograd: Clio.

Gvozdenović, S. (2011). Obrazovanje i drugi srodni pojmovi. *Sociološka luča: časopis za sociologiju, socijalnu antropologiju, socijalnu demografiju i socijalnu psihologiju*, 5 (2): 82-93.

Kecman, V. (2019). *Medijska pismenost u srednjem obrazovanju: Podsticaj za kritičko mišljenje adolescenata u Srbiji početkom 21. veka* (doktorska disertacija). Beograd: Fakultet dramskih umetnosti.

Martinoli, A. (2019). U susret izazovima obrazovanja za medije i kulturu 21. stoljeća: Nova znanja i vještine za digitalno, interaktivno i participativno okruženje. *Medijska istraživanja*, 25(2): 5-28.

Petković, B., Bašić Hrvatin, S. (2019). *Iskustva i perspektive medijske i informacione pismenosti u obrazovnom sistemu Crne Gore*. Posjećeno 10.2.2024. URL: https://mpm.cmpf.eui.eu/upload/sources/Montenegro/plusmontenegro_medijska-i-informaciona-pismenost-u-obrazovnom-sistemu-crnegore_1607168446.pdf

Popović, D. (2015). Medijsko obrazovanje i medijska pismenost kao dio digitalne kulture. U P. Vukotić (ur.), *Sistem obrazovanja i digitalna kultura* (str. 347-368), Podgorica: Crnogorska akademija nauka i umjetnosti.

Poter, Dž. (2011). *Medijska pismenost*. Beograd: Clio.

Šmakić, K. (2022). Transhumanistički aspekti medijske pismenosti. *Kultura*, br. 177: 23-33.

Todorović, A. (2020). *Medijske industrije.* Beograd: Clio.

Unesco.org

Vučetić, V. (2022). Od tehnološkog determinizma do tehnološkog solucionizma. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 65(2): 49-67.

Vuksanović, D. (2008). Medijsko obrazovanje: potreba i/ili nužnost opstanka savremenog sveta kulture. U D. Vuksanović (ur.), *Knjiga za medije – mediji za knjigu* (str. 35-41). Beograd: Clio.

Vuksanović, D. (2022). Mediji i sloboda: osnovna pitanja. *CM: Communication and Media*, XVII(2): 183-199.

Zindović Vukadinović, G. (2008). Obrazovanje za medije – prilog konceptu za srednje škole. U D. Vuksanović (ur.), *Knjiga za medije – mediji za knjigu* (str. 167-172). Beograd: Clio.

Dragana Žarić
University of Arts in Belgrade – Faculty of Dramatic Arts

ON SOME PROBLEMS OF THE CONCEPT OF MEDIA LITERACY

Summary: *The paper points out the challenges and problems faced by media literacy as an educational and generally public strategic concept, with a focus on the use of the term itself and certain terminological ambiguities, then on reductionist practices in the implementation of media literacy training, and the political and ideological instrumentalization of the idea. The challenge before media literacy is the reality determined by technological development and the tendency to quantify, schematize and automate media literacy skills so that they take on computer logic, without being grounded in critical thinking.*

Keywords: *media literacy, media education, critical thinking, ideology, technology*

ORIGINALNI NAUČNI RAD

Primljeno: 18. V 2024.
Prihvaćeno za objavljivanje: 17. IX 2024.

MEDIJSKA I INFORMACIONA PISMENOST STARIJIH OSOBA – PREDUSLOV ZA UČESTVOVANJE U DIGITALNOJ ERI

Dragana Trninić[1]
Univerzitet u Banjoj Luci – Fakultet političkih nauka
ORCID https://orcid.org/0000-0001-5363-9922

DOI: 10.5937/cm19-51109

Sažetak: *Zahvaljujući kontinuiranom razvoju informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT), postoje značajne mogućnosti za lakše obavljanje svakodnevnih aktivnosti i rješavanje problema, posebno pogodne za starije osobe, od dostave na kućnu adresu, plaćanja računa do kvalitetnijeg informacionog sistema. Jedan od izazova savremenog, digitalnog doba jeste organizovanje društva, zasnovanog na poštovanju ljudskog dostojanstva, slobode, demokratije, jednakosti, da svako može da živi i ostari bez diskriminacije. Na ove procese i izazove potencijalni uticaj ima digitalna transformacija. S obzirom na to da se gotovo polovina osoba iznad 65 godina u Bosni i Hercegovini (BiH) nalazi u digitalnom jazu, odnosno da ne koriste internet niti digitalne usluge (RAK, 2021), rad se bavi upravo ovom poulacijom, njihovom medijsko-informacionom pismenosti (MIP). Cilj rada je da utvrdi nivo znanja i vještina osoba starije životne dobi iz oblasti MIP, koje medije koriste i zbog čega, da li im vjeruju i kakav je njihov odnos prema medijima i medijskom sadržaju. Istraživanje je sprovedeno u Republici Srpskoj metodom polustrukturisanog intervjua sa 15 ispitanika. Rezultati ukazuju na nedovoljno razvijen sistem ličnih kompetencija MIP ispitanika i potrebu za edukovanjem osoba starije životne dobi iz ove oblasti, pogotovo segmenta digitalnih kompetencija.*

Ključne riječi: *starije osobe, medijsko-informaciona pismenost, digitalizacija, vještine MIP, mediji, medijsko obrazovanje*

[1] Kontakt sa autorom: dragana.trninic@fpn.unibl.org

Uvod

Digitalna era, koja podrazumijeva visoko razvijenu komunikacionu tehnologiju, uticala je na transformaciju rada, kvaliteta života, zdravlja, životne sredine, slobodnog vremena, načina informisanja, obrazovanja, kao i komuniciranja. Međutim, jedno od glavnih obilježja 21. vijeka jeste starenje društva, što ima veliki uticaj ne samo na starije osobe, već donosi izazove za cijelu populaciju. Danas, skoro 20% stanovništva je starije od 65 godina, dok je pretpostavka da će do 2070. godine ta brojka biti 30% (Hermans, 2022). Digitalizacija može podržati aktivno i zdravo starenje, poboljšati kvalitet života, pomoći da se starijim osobama vrati nezavisnost kako bi se osiguralo njihovo puno učešće u društvu. U ovom procesu, kompetencije medijske i informacijske pismenosti (MIP) imaju ključnu ulogu (Hermans, 2022).

UNESCO-ov okvir kompetencija medijsko-informacione pismenosti objedinjuje medijsku, infoormacionu i digitalnu pismenost u isto područje, iako svaka od njih ima zasebnu ulogu i značaj. Informaciona pismenost je fokusirana na proces informisanja, od pristupa, evaluacije do etikče obrade informacija, dok medijska pismenost fokus stavlja na razmijevanje funkcije medija i kritički pristup medijskom sadržaju. Digitalna pismenost tradicionalne kompetencije informacione i medijske pismenosti dopunjava tehničkim vještinama, naglašavajući korištenje digitalnih alata za izradu teksta, slike i video zapisa (Grizzle i sar., 2021). U skladu sa tim, u ovom radu će se pod medijskom i informacionom pismenosti podrazumijevati „kompetencije (znanje, vještine i stav) koje omogućavaju građanima da ostvare interakciju sa medijima i drugim pružaocima informacija i razviju kritičko mišljenje i vještine cjeloživotnog učenja kako bi ostvarili socijalne kontakte i postali aktivni građani“ (Grizzle i sar., 2013: 187).

Mehanizam informisanja u svrhu lakšeg snalaženja u svakodnevnom djelovanju ne mora biti isključivo internet. Oko 50% starije populacije oslanja se na televiziju kao svoj glavni izvor informacija i ona očito ima važnu ulogu u životu mnogih starijih ljudi (Borges i sar., 2008). Digitalna televizija već može pružiti širok spektar usluga za starije osobe, gdje mogu ostvariti interakciju i uzeti učešće u različitim inicijativama, kampanjama ili klubovima. Međutim, u ovom trenutku, većina starijih ljudi uglavnom ne iskorištava potencijal nove tehnologije. To se ne odnosi samo na ekonomski nerazvijene zemlje poput Bosne i Hercegovine, već se sa time suočavaju i razvijene zemlje poput Velike

Britanije. Istraživanje koje je proveo *Help the Aged* u Velikoj Britaniji pokazalo je da se više od tri miliona starijih osoba (36 %) osjeća van dodira sa brzim tempom modernog života, dok je istraživanje Britanskog kabineta za nacionalnu statistiku pokazalo da sedam od deset starijih od 65 godina nikada nije koristilo internet (Borges i sar., 2008). U Bosni i Hercegovini nema mnogo istraživanja o ovoj temi, mada postoje relevantne studije koje mogu biti osnova za dalja istraživanja (Autor, 2017; Regulatorna agencija za komunikacije BiH, 2021), dok je u regionu broj studija o ovoj temi znatno viši (Nekić, Junaković, Ambrosi-Randić, 2016; Garbin Praničević, Peterlin i Bućan, 2017; Ercegovac, Šolc i Tuzlančić, 2018; Čurin, 2018; Lukačević, Radmilović i Balog, 2018; Kuzma, Zovko i Vrcelj, 2018; Levak i Zekić Eberhard, 2022).

Fokus ovog rada je na medisjko-informacionoj pismenosti osoba starije životne dobi[2] u Bosni i Hercegovini, odnosno Republici Srpskoj. Cilj rada je da ispita i predstavi stavove i vještine pripadnika generacije starije životne dobi o različitim segmentima medijsko-informacione pismenosti (korištenje medija, povjerenje u medije, razumijevanje medija i medijskog sadržaja, pronalaženje informacija, prepoznavanje lažnih vijesti i dezinformacija, korištenje digitalnih medija i društvenih mreža, kreiranje medijskog sadržaja, učestvovanje i komuniciranje uz pomoć medija). Osnovna hipoteza rada je da su osoba starije životne dobi u Republici Srpskoj nedovoljno medijsko-informaciono pismeni da bi ravnopravno učestvovali i ostvarivali svoja prava u digitalnoj eri.

Medijsko-informaciona pismenost starijih osoba

Medijsko-informaciona pismenost starijih osoba nužno je povezana sa procesom demografskih promjena u modernim društvima. Prema izvještaju Ujedinjenih nacija o starenju svjetske populacije, broj ljudi širom svijeta starijih od 60 godina će 2050. godine dostići oko 2,1 milijardu (United Nations, 2013). U društvima koja će se sastojati u velikom procentu od starijih ljudi, vještina pristupa informacijama u različitim oblicima, njihovo kritičko razumijevanje i korisno korištenje u skladu sa karakteristikama osobe, biće od suštinskog značaja za društveno učešće i lično ispunjenje. Jedna od glavnih prepreka pravilnom razvoju medijsko-informacione pismenosti starijih osoba je aktuelni pristup da se fokus više stavlja na kvantitativnu perspektivu (upotreba i pristup medijima,

[2] U kontekstu stavova i vještina starijih osoba kada su u pitanju mediji, pogotovo digitalni, kao starije osobe najčešće se definišu one koje imaju 65 godina i više (Anderson, Perrin, 2017; OFCOM, 2019).

posebno digitalnim) nego kvalitativnu (vještine i sposobnosti za učinkovito korištenje medija u zavisnosti od ličnih potreba i okolnosti). Kritičko razmišljanje je ključni element medijske pismenosti, dok su tehničke kompetencije važne u kontekstu pristupa medijima. Kritički pristup i znanje koje se mora ojačati uključuje razumijevanje medijskog sadržaja i uloge medija u društvu, poznavanje medija, njihove regulative i upotrebe (Celot i Pérez Tornero, 2009).

Ovi pristupi se mijenjaju i različite vještine u vezi sa korištenjem informaciono-komunikacione tehnologije ocjenjuju se prema različitim kriterijima (dob, obrazovanje, socioekonomski status, pol, invaliditet, okruženje, profesionalni status, itd.). Jedno od ključnih pitanja kojima se treba pozabaviti kada je u pitanju postizanje medijske i informacione pismenosti kod starijih osoba je nedavna i brza promjena medijske paradigme. Kao što je navodeno u *Pariškoj deklaraciji o medijskoj i informacionoj pismenosti u digitalnoj eri* (UNESCO, 2014), kontinuirani tehnološki razvoj stvara i medijatizuje sve veću količinu sadržaja i informacija, kao i nove internetske prostore. Oni uvode nova pitanja i izazove kao što su nove mogućnosti na internetu koji postaje mobilan, sveprisutan i multiplatformski. Pojedinci stiču veću kontrolu nad svojom ulogom medijskih kreatora i kritičara, a ne samo potrošača. Društveni mediji dobijaju dodatni značaj, jer služe kao reference na nove oblike društvene interakcije (Abad Alcalá, 2019).

Postizanje medijsko-informacione pismenosti kod starijih osoba treba započeti višestrukim, sveobuhvatnim i integrisanim učenjem različitih oblika i jezika predstavljanja i komunikacije – tekstualnih, zvučnih, slikovnih, audiovizuelnih, hipertekstualnih, trodimenzionalnih – kroz upotrebu različitih tehnologija – štampanih, digitalnih i audiovizuelnih – u različitim situacijama i kontekstima društvene interakcije (Abad Alcalá, 2019). Dakle, pismenost potrebna za 21. vijek mora nužno biti „medijska" pismenost – s obzirom na trenutni značaj medija – „digitalna" pismenost – budući da je većina informacija koje se koriste digitalizovana – i multimodalna – zbog konvergencije teksta, zvuka, slike, videa i animacije (Area Moreira, 2012). Za starije osobe važno je kritičko razumijevanje medija kao jedne od najmoćnijih društvenih, ekonomskih, političkih i kulturnih institucija našeg vremena. Promjene u medijskom okruženju mijenjaju naše razumijevanje pismenosti i zahtijevaju nove mentalne navike, nove načine obrade informacija i nove metode interakcije sa svijetom oko nas (Jenkins i sar., 2008). Rezultati nekoliko istraživanja (Grinberg i sar., 2019; Guess, Nagler i

Tucker, 2019) ukazuju na to da osobe starije životne dobi šire dezinformacije i lažne vijesti češće nego mlađe osobe, čak i do sedam puta više. Kao najčešći razlog navodi se nedovoljno poznavanje funkcionisanja interneta i društvenih mreža (Levak i Zekić Eberhard, 2022).

S obzirom na sve navedeno, medijsko-informaciono opismenjavanje starijih osoba zahtijeva sveobuhvatan i višeslojan koncept koji procjenjuje različite okolnosti ove starosne grupe, izbjegavajući svođenje medijskog obrazovanja na razvoj digitalnih kompetencija (upotreba i rukovanja uređajima i programima), ne uzimajući u obzir stavove i vrijednosti. Aspekti kao što su obrazovanje, sposobnot, društveni kontekst, socioekonomski status, pol, etnička pripadnost, karijera ili porodična situacija oblikuju način na koji stariji ljudi komuniciraju sa medijima (Prendergast i Garattini, 2015). Kada je u pitanju metodološki pristup za obuku o medijsko-informacionoj pismenosti starijih građana, mora se uzeti u obzir niz fizičkih, psiholoških i društvenih odrednica koje utiču na njihov proces učenja (Livingstone, Van Couvering i Thumim, 2005). U ovom kontekstu, mora se uzeti u obzir postojanje ograničenja koja mogu ometati procese medijske i informacione pismenosti, kao što su gubitak vida ili sluha, funkcionalna ograničenja ili neurološka oštećenja, jer se medijski trendovi multitaskinga obično oslanjaju na kognitivne funkcije koje opadaju s godinama (Ziegler, Mishra i Gazzaley, 2015).

Među psihološkim determinantama postoje dokazi o postojanju takozvane tehnološke anksioznosti, shvaćene kao strah ili strepnja koju stariji ljudi osjećaju kada moraju naučiti da koriste kompjutere. Ova anksioznost je jedan od glavnih uzroka ograničavanja starijih građana da u potpunosti iskoriste različite oblike tehnologije koje su im dostupne. Još jedan fundamentalni aspekt procesa medijskog opismenjavanja starijih osoba je njihovo percipiranje korisnosti medija u svakodnevnom životu. Za ovu grupu ljudi, učenje koje je usmjereno ka postizanju specifičnih ciljeva koji donose jasne koristi u njihovom svakodnevnom životu ključno je za svaku inicijativu medijske pismenosti. S druge strane, istraživanje je pokazalo postojanje određenih društvenih konteksta koji doprinose medijskoj pismenosti starijih građana: socioekonomski status (što je bolja ekonomska situacija, to je viši nivo medijske pismenosti), obrazovanje (stariji ljudi sa višim stepenom obrazovanja imaju viši nivo medijske pismenosti), porodična situacija (porodice s visokim nivoom medijske pismenosti – djeca, unuci, rođaci, supružnici, itd. – podstiču razvoj medijske pismenosti među

starijim članovima) i prošlo profesionalno iskustvo (oni koji su radili sa novim informaciono-komunikacionim tehnologijama uspješnije će prihvatiti i steći medijsku pismenost) (Abad Alcalá, 2019).

Obrazovanje prilagođeno starosnoj dobi od ključne je važnosti za usvajanje novih medijskih vještina od strane starijih osoba s obzirom na to da postoje dokazi da, iako promjene povezane sa godinama imaju negativan utiecaj na tehnološko učenje, ovi negativni efekti mogu se kompenzovati materijalima za obuku i nastavnim metodama dizajniranim u skaldu sa ovim promjenama. Zapravo, postoje empirijski dokazi da je uspjeh programa učenja IKT za starije građane prvenstveno određen kvalitetom dizajna programa, a ne godinama ili ličnošću (Abad Alcalá, 2019). Istraživanja (Tak i Hong, 2005) potvrđuju da osobe treće životne dobi, kada se na to odluče, rado uče i postaju revnosni korisnici interneta, iako njihovo usvajanje novih znanja i vještina nailazi na niz prepreka uzrokovanih njihovom poodmaklom dobi (Lukačević, Radmilović i Petr Balog, 2018). Jedna od najvećih prepreka je njihov otpor i negativne emocije prema novim, njima nepoznatim tehnologijama. Dokazano je da otpor sa godinama raste – što je osoba starija, to je otpor najčešće veći (Wagner, Hassanein i Head, 2010) Ostale prepreke odnose se na fizičke i kognitivne sposobnosti i ograničenja, kao i smanjenu mogućnost percepcije (Haeggans, 2012; Lukačević, Radmilović i Petr Balog, 2018).

Preporuke za opismenjavanje starijih osoba iz oblasti medijske i informacione pismenosti uključuju sljedeće stavke (Mayhorn, Stronge, McLaughlin i Rogers, 2004; Xie i Bugg, 2009): (1) veličina grupe mora biti mala i organizovana prema nivou vještina i iskustva; (2) početna faza mora uključivati pozitivna i uspješna iskustva kako bi se promovisala posvećenost i izbjegla frustracija i napuštanje; (3) pokazalo se da je empatičan stav edukatora, koji ohrabruje da se postavljaju pitanja, izbjegavajući upotrebu tehničkog žargona i stvarajući ljubazno (skoro porodično) okruženje, fundamentalan; (4) edukativni materijali moraju biti jasno strukturisani, postepeno povećavajući složenost bez davanja previše informacija u svakoj sesiji; (5) takvi materijali moraju da kompenzuju procentualno smanjenje motoričkih i kognitivnih vještina; (6) mora postojati uzročna veza između predloženih ciljeva i ostvarenih postignuća; (7) mora biti podstaknuta praksa kod kuće putem sistema za samo(na)vođenje koji omogućavaju korištenje vještina i kompetencija naučenih u nastavi (Abad Alcalá, 2019).

Prednosti medijsko-informacione pismenosti za starije osobe

Razvoj informaciono-komunikacione tehnologije donio je brojne prednosti u procesu slanja i primanja informacija, ali i mnoštvo negativnih pojava ukoliko korisnik nove tehnologije nije prethodno edukovan i pripremljen za novi način komunikacije. Istraživanja koja se odnose na diskriminaciju starijih osoba u kontekstu savremenih komunikacionih platformi (Xu, 2021; Vasil, Wass, 1993) ili na evaluaciju snalaženja osoba starijih od 60 ili 65 godina u savremenom tehnološkom okruženju (Dhar, 2017) pokazuju da je u pitanju generacija koja može da ima veliku korist od IKT ukoliko se na adekvatan način pripreme za njeno korištenje. Osobe starije životne dobi najčešće pristupaju internetu kako bi se informisali i zabavili, komunicirali sa prijateljima i rodbinom putem Skypea i koristili društvene mreže, najčešće Facebook (Nekić, Tucak Junaković i Ambrosi-Randić, 2016).

Nove tehnologije mogu biti veoma značajne u pomaganju starijim osobama da se uključe u društvo i pristupe javnim i privatnim uslugama. U tom kontekstu, postoji niz značajnih potencijalnih prednosti za starije osobe, kao što su: proizvodi i usluge koji su često jeftiniji i dostupniji na mreži; širok spektar informacija od vrijednosti za starije dostupne na internetu; e-zdravlje ima potencijal da poveća brzinu pristupa zdravstvenim ustanovama, zadovoljstvo pacijenata, pruži prikladniji i jednostavniji pristup lijekovima, smanji vrijeme čekanja, poboljša korištenje resursa, pomogne u obezbjeđivanju jednake dostupnosti i smanji medicinske greške; e-demokratija i e-uprava imaju potencijal da centralne i lokalne vlasti učine dostupnijim javnosti. Edukaciojom o korištenju interenta, starije osobe mogu da steknu nove vještine koje će im omogućiti pristup novim prilikama za posao, ukoliko to žele, putem različitih web stranica za zapošljavanje. Internet i e-pošta mogu biti koristan alat za starije u svrhu međusobnog povezivanja. E-pošta i poruke putem aplikacija za dopisivanje mogu im pomoći u održavanju kontakata sa prijateljima i porodicom, posebno onima u inostranstvu (Borges i sar., 2008). Istraživanja su potvrdila i da redovno korištenje interneta može uticati na smanjenje demencije kod starijih osoba. Redovni korisnici interneta iskusili su otprilike upola manji rizik od demencije od neredovnih korisnika (Cho, Betensky i Chang, 2023).

Većina studija o medijskoj i informacionoj pismenosti starijih osoba fokusira se na pristup i korištenje digitalnih tehnologija i medija, dok je kritičko

razumijevanje i kreiranje medijskih sadržaja najmanje istraženo u okviru tradicionalnih dimenzija medijske pismenosti (Livingstone i sar., 2005; Rasi-Heikkinen i Kilpeläinen, 2015). Kritički pristup medijskom sadržaju i kreiranje medijskog sadržaja u različitim formama važan su dio MIP starijih, jer oni obično koriste internet nešto drugačije i u različite svrhe od mlađih starosnih grupa, iako postoji različitost i među starijim. Korisnici interneta stariji od 65 godina vjerovatno će biti manje aktivni na mreži i manje će koristiti društvene mreže od mlađih starosnih grupa (Anderson i Perrin, 2017). Nadalje, znatno je više onih koji ne koriste internet među starijim nego među mlađim starosnim grupama (Rasi-Heikkinen, Vuojärvi i Ruokamo, 2019).

Za starije osobe, kritičko razumijevanje medijskog sadržaja, pogotovo onog kojem pristupaju putem interneta, veoma je važno, jer su osobe treće životne dobi starosna grupa kojom je potencijalno lako manipulisati informacijama. Istraživanja ukazuju na nedostatak kritičke medijske pismenosti, odnosno sposobnosti razumijevanja, analize i evaluacije medijskih sadržaja kod starijih osoba, tako da je moguće da čitava grupa Amerikanaca starijih od 65 godina nije u stanju utvrditi vjerodostojnost internetskih vijesti (Guess, Nagler i Tucker, 2019). Takođe, značajan broj 75-godišnjih Finaca ima poteškoće u razumijevanju i ocjenjivanju vjerodostojnosti zdravstvenih informacija predstavljenih u medijima (Eronen i sar., 2019). U pogledu potreba starijih osoba za medijskom pismenošću, naglašena je sposobnost za pronalaženje, razumijevanje, evaluaciju i primjenu online zdravstvenih informacija koje mogu da utiču na zdravstvene probleme starijih osoba (Eronen i sar., 2019; Manafo i Wong, 2013; Xie, 2011). Obrazovanje iz oblasti MIP u kasnijem životnom dobu važno je kako bi se promovisalo cjeloživotno učenje, učešće, dobrobit i lično ispunjenje starijih osoba, kao i potreba da obrazovne institucije omoguće sticanja znanja i vještina svim starijim osobama, ne samo onim sa većim prethodnim obrazovnim iskustvom (Kunemund i Kolland, 2007; Rasi-Heikkinen, Vuojärvi i Ruokamo, 2019).

Metodologija

Rezultati prikazani u ovom radu dio su istraživanja koje je sprovedeno u svrhu prikupljanja podataka o medijskoj i informacionoj pismenosti osoba starije životne dobi u Republici Srpskoj. Istraživanje je obuhvatilo seriju polustrukturisanih intervjua sa osobama koje imaju 65 godina i više. Uzorak za istraživanje stavova i vještina pripadnika generacije starije životne dobi o različi-

tim segmentima medijske i informacione pismenosti činile su osobe koje imaju navršenih 65 godina ili više, žive na teritoriji Republike Srpske i koriste bilo koju vrstu medija. Intervju[3] kao metod za istraživanje odabran je s obzirom na specifičnosti u komunikaciji populacije koja je predmet istraživanja, mogućih različitih fizičkih, psihičkih i kognitivnih ograničenja, mogućih ograničenih sposobnosti funkcionalne i digitalne pismenosti. Urađeno je ukupno 15 intervjua od 29. februara 2024. godine do 25. aprila 2024. godine, u kojima je učestvovalo jedanaest žena i četiri muškarca. U svrhu što ravnopravnije geografske zastupljenosti, intervjui su rađeni u Istočnom Sarajevu, Banjaluci, Prijedoru i Trebinju sa ispitanicima koji žive u urbanim i ruralnim područjima[4]. Rzgovor sa svakim ispitanikom zabilježen je u audio formatu koji je potom transkribovan i analiziran. S obzirom na to da je u pitanju kvalitativni pristup problemu koji zahtijeva ograničavanje u broju ispitanika koji će ući u uzorak, bilo je neophodno njegovo pažljivo planiranje. Prvo je trebalo odrediti ograničenje životne dobi, jer Svjetska zdravstvena organizacija za osobe starije od 65 godina koristi naziv treća životna dob koja počinje sa 60, a završava se sa navršene 74. godine, a četvrta životna dob za staračku dob koja počinje sa 75 i završava se sa 89 godina (World Health Organization, 2015). Ovim istraživanjem obuhvaćene su osobe starije i staračke životne dobi koje imaju između 65 i 89 godina s obzirom na to da se u BiH u većini slučajeva odlazi u penziju sa 65 godina i da prema Ujedinjenim nacijama starost počinje sa 65 godina (United Nations, 1999). Ostvareni su preliminarni kontakti sa potencijalnim ispitanicima i na osnovu razgovora sa njima, preciznije je određen uzorak. Od prvobitno planiranog uzorka koji je trebalo da se odnosi na svih sedam regija Republike Srpske, odustalo se zbog teškoća u organizaciji i realizaciji samog istraživanja pa su izabrane četiri istraživaču najdostupnije regije. Važno je bilo da se u istraživanje uključe osobe različitih sociodemografskih obilježja, jer bi to moglo uticati na sam ishod istraživanja. Shodno cilju, primijenjen je model namjernog uzorkovanja koji podrazumijeva „izbor jedinica sa karakterisitikama koje omogućavaju detaljno istraživanje i razumijevanje centralnih tema istraživanja“ (Đurić, 2013: 62).

Cilj istraživanja bio je da se utvrde znanje, vještine i stavovi starijih osoba u RS o različitim segmentima medijske i informacione pismenosti, odnosno,

[3] Osnova za intervju nalazi se u prilogu rada.

[4] Detaljna matrica uzorka nalazi se u prilogu rada.

da se utvrdi njihov nivo MIP kroz sljedeće stavke: način korištenja medija, povjerenje u medije, razumijevanje funkcionisanja medija i medijskog sadržaja, pronalaženje informacija, prepoznavanje lažnih vijesti i dezinformacija, korištenje digitalnih medija i društvenih mreža, kreiranje medijskog sadržaja, učestvovanje i komuniciranje uz pomoć medija. Osnovna pretpostavka rada jeste da je nivo MIP osoba iznad 65 godina u RS nizak, s obzirom na razvoj informaciono-komunikacionih tehnologija, dostupnost informacija i mogućnosti za lakše snalaženje u svakodnevnom životu, učestvovanje i komuniciranje uz pomoć medija.

Primijenjena je tehnika polustrukturisanog intervjua sa sljedećim tematskim cjelinama: sociodemografski podaci, pojam medijske i informacione pismenosti i svijest o njenoj ulozi i značaju, korištenje medija i način informisanja, povjerenje u medije i medijski sadržaj i provjera informacija, prepoznavanje „lažnih vijesti" i potencijalno manipulativnog sadržaja u medijima, odnos prema medijima i medijskom sadržaju. Cilj je bio da se u okviru svake tematske cjeline utvrdi percepcija ispitanika, njihovo neposredno iskustvo determinisano specifičnim okolnostima i uslovima kako bi se dobila cjelovota slika predmeta istraživanja. Podaci dobijeni tokom intervjua predstavljeni su metodom kvalitativne tematske analize. Nakon transkribovanja snimljenih intervjua uslijedio je postupak otvorenog kodiranja prikupljenog materijala. Prvo su određeni kodovi prvog reda na osnovu iskaza ispitanika koji su od ključnog značaja za predmet istraživanja. Zatim su postupkom analize spojeni srodni kodovi u obrasce na višem nivou apstrakcije. Nakon kodiranja, dobijena je kodna lista sa 10 kodova koji su grupisani u četiri teme: pojam medijske i informacione pismenosti, korištenje medija i način informisanja, povjerenje u medije i prepoznavanje „lažnih vijesti" i potencijalno manipulativnog sadržaja u medijima i odnos prema medijima i medijskom sadržaju.

Rezultati istraživanja

Pojam medijske i informacione pismenosti

Većina ispitanika, pogotovo onih sa nižim nivoom obrazovanja, ili nije upoznata sa pojmom medijske i informacione pismenosti ili su čuli za pojam, ali ne znaju da objasne na šta se on konkretno odnosi.

Ne znam šta je medijska pismenost. Ja znam samo sa intervju, to mi je poznato (Ispitanik 1).

Ne znam šta je to, nikad nisam čuo (Ispitanik 3).

To je nešto što predstavlja sve, za učenje, za razgovor, dogovor, za komunikaciju (Ispitanik 5).

Previše uopšteno, nije za širu narodnu masu, puno ima dezinformacija (Ispitanik 11).

Medijsku pismenost razumijem kao sposobnost primanja medijskih informacija, razumijevanja ih, ne slijepo, nego kritički i sposobnost anliziranja medijskih sadržaja (Ispitanik 10).

Ispitanici kojima je pojam MIP poznat, čuli su za njega u medijima ili iz komunikacije sa prijateljima. Saglasni su da je medijsko-informaciona pismenost važna, ali većina se ne bi edukovala iz te oblasti kada bi imali priliku, jer uglavnom smatraju da su stari za to ili da posjeduju znanje i vještine koje su im potrebne za njihov nivo korištenja medija. Niko od ispitanika nije učestvovao u organizovanoj edukaciji iz oblasti MIP već su se sami edukovali ili uz pomoć članova porodice. Dvoje ispitanika dalo je konkretan odgovor na pitanje šta bi voljeli da nauče kada su u pitanju mediji i medijski sadržaj:

Voljela bih da mogu imati više pratilaca na Instagramu zbog reklame mojih proizvoda. Ja sam za svoju generaciju dosta aktivnija, jer me posao dodatni podstakao da se edukujem iz te oblasti, kao i unuk. Šaljem narudžbe na mejl, javljamse rodbini iz inostranstva na mesindžer, koristim Fejsbuk, Viber, Instagram, ali voljela bih da više znam o društvenim mrežama (Ispitanik 12).

Voljela bih da bolje razumijem uticaj medija na širu narodnu masu (Ispitanik 11).

Korištenje medija i način informisanja

Svi ispitanici kao medij za informisanje, edukaciju i zabavu najviše koristi televiziju. Polovina ispitanika u tu svrhu koristi i internet, dok trećina, pored televizije, povremeno koristi štampu i radio. Uz televiziju dnevno najčešće provode od dva do četiri sata, a oni koji koriste internet na mreži provode tri do četiri sata dnevno. Štampu čitaju sat do dva dnevno, radio oko sat vremena

dnevno. Medije najčešće koriste kako bi se informisali i zabavili, pogledali neke zanimljive sadržaje iz oblasti kulinarstva, sporta, kulture i slično.

Najviše gledam Dnevnik, serije, neke pjesme, muziku (Ispitanik 3).

Najviše gledam vijesti i domaće serije. Imam serije koje redovno gledam (Ispitanik 2).

Čitam dnevne vijesti i informativne sadržaje, gledam neke debate o unutrašnjoj i spoljnoj politici, gledam zabavne sadžaje i kulturne rubrike, volim emisije iz geografije i sa putovanja, sport i filmove. Koristim internet putem telefona i kompjutera. Dobro vladam tim tehnikama samostalno. Internet koristim za dnevne vijesti i za druge različite sadržaje koje su znanja o ličnostima, područjima.... Posjedujem pametni telefon. Koristim viber, a imam outlook, health, yt music, smart swich, netflix (Ispitanik 10).

Ispitanici koji koriste internet to najčešće čine putem pametnog telefona ili kompjutera. Internet najviše koriste za informisanje, komunikaciju (najčešće putem aplikacija za dopisivanje Viber i WhatApp), zabavu (igranje društvenih igara, gledanje zabavnih sadržaja, pretraživanje recepata), dok samo jedan ispitanik koristi internet za plaćanje računa putem aplikacije e-banking i kupovinu. Tri ispitanika posjeduju nalog na društvenoj mreži Facebook, dok jedna od njih ima nalog i na društvenoj mreži Instagram.

Imam profil na Fejsbuku. Putem njega najčešće pregledam zabavne sadržaje, ali i iz kulture i umjetnosti. Znam da objavim fotografiju, tekst, video zapis, ostavljam lajkove. Rijetko ostavljam komentare, ali često razmjenjujem različite sadržaje putem Fejsbuka sa prijateljima i rodbinom (Ispitanik 14).

Imam profil na Fejsbuku i Instagramu. Najčešće objavljujem reklamne proizvode zbog posla kojim se bavim, ali i fotografije radosnih događaja moje porodice. Takođe, šerujem reklamne sadržaje prijateljice i člana porodice da podstaknem posao. Dobro fotografišem, snimam videa, komentarišem, lajkujem, čitam vijesti. Otkako imam pametni telefon, novine samo čitam iz uživanja i nostalgije u banji ili na moru, a sve vijesti dobijam sa interneta i društvenih mreža uz jutarnju kafu i uveće kada završim sve obaveze (Ispitanik 12).

Povjerenje u medije i prepoznavanje „lažnih vijesti" i potencijalno manipulativnog sadržaja

Većina ispitanika uglavnom ima povjerenje u medije i vjeruje u istinitost i objektivnost medijskog sadržaja. Najviše povjerenja imaju u televiziju, zatim štampane medije i radio, a najmanje vjeruju informacijama sa interneta. Prilikom odabira medija, većini nije važna vlasnička struktura već medij uglavnom biraju na osnovu dominantnog političkog narativa (koji je njima blizak) i dostupnog sadržaja, dok oni koji koriste i internet, biraju različite medije.

Vjerujem onima što kažu da su redovne penzije i primanja, jer tako i jeste. Više njima vjerujem nego onima što pričaju, ima godina dana i više otkad pričaju da nećemo penzije primiti, a to nije tako, penzija ide svaki mjesec redovo i to ranije budu nego prije i zato njima vjerujem, jer mogu to da potvrdim. Ne znam čiji je koji medij, gledam samo one koji ne lažu. Čim počnu lagati, ja prebacim (Ispitanik 2).

Više vjerujem onome što čujem na televiziji nego što pročitam u novinama. Na moje povjerenje u medije najviše utiče način interpretacije sadržaja, ubjedljivost, način prezentovanja sadržaja, izraz lica onoga ko saopštava informaciju, da li je ubjedljiv. Važno mi je da li je privatni ili javni medij, mislim da su objektivnijij javni mediji, što ne znači da su privatni neobjektivni, ali se ipak koriste manipulacijama (Ispitanik 8).

Medijski sadržaji su ispitanicima uglavnom jasno predstavljeni, razumljivi i rijetko provjeravaju informacije koje dobiju putem medija, osim kada ih nešto posebno zanima.

Sve zavisi u koju svrhu koristim medij. Internet uglavnom koristim kada treba da saznam kada je sajam, da rezervišem ljetovanje i pronađem neke knjige. TV koristim kada pratim sport, vijesti i druge emisije i tada provjeravam ako mi se nešto učini nelogično. Kao dugogogodišnji rukovodilac nabavke knjiga u knjižari, i dalje volim da čitam novine, mada je žuta štampa sve preplavila pa im manje vjerujem (Ispitanik 9).

Nemam opšte povjerenje u medije, kritički prilazim svakom sadržaju. Vrlo sam rezervisana prema medijima koji imaju samo jednostrane informacije, privatnim medijima koje su vlasništvo tajkuna i pripadnika pojedinih partija i koji bez kontrole donose nekulturne neprovjerene informacije (Ispitanik 10).

Ispitanici koji koriste internet, ako u neku informaciju posumnjaju, provjeravaju njen izvor i pretražuju je u drugim medijima.

Pretražujem tu informaciju u drugim izvorima, a kad me nešto baš zainteresuje, nastojim se informisati iz drugih izvora i provjeriti da bih bila sigurna u vjerodostojnost prezentovane informacije (Ispitanik 14).

Većina ispitanika smatra da zna prepoznati „lažnu vijest", ali ne znaju napraviti razliku između „lažnih vijesti" i dezinformacija i ne znaju ih jasno definisati. „Lažnu vijest" uglavnom prepoznaju tako što im nešto zvuči nelogično. Niko od ispitanika nije siguran da zna prepoznati lažnu fotografiju ili video, kao ni automatizovani profil na društvenim mrežama i smatraju da bi im za to trebalo više znanja o izmjeni i uređivanju digitalnog sadržaja. Za klikbej je čuo samo jedan ispitanik, zna da ga definiše i prepozna.Satiru zna da definiše i objasni polovina ispitanika.

„Lažne vijesti" su veoma slične dezinformacijama, ali ipak to nije isto. „Lažne vijesti" su obično kratkog daha, kratke su, to je kao neka obavijest, a dezinformacije, to je nešto opasnije, mislim da su proračunate i poslate sa određenim ciljem i uticajem na javnost (Ispitanik 6).

„Lažne vijesti" su netačne, neprovjerene informacije, a dezinformacije su pokušaj obmane, zataškavanja, navođenja na krivi put. Danas ih je teško prepoznati, jer ih ima mnogo, ali uglavnom nerealno zvuče i saopštavaju nešto neočekivano (Ispitanik 15).

Odnos prema medijima i medijskom sadržaju

Svi ispitanici su saglasni da su im mediji važni, da zauzimaju znatan dio njihovog vremena na dnevnom nivou, da im mediji mnogo više znače danas nego ranije kada su bili u radnom odnosu i kada su, kako kažu, manje vremena provodili uz medije, jer im je dan bio ispunjen profesionalnim i privatnim obavezama. Većina ispitanika započinje i završava dan uz medije, najčešće uz televiziju.

Mediji su naša svakodnevica. Neprestano i stalno ih koristimo. Prije desetak godina iznenadila sam se koliko se neke socijalne grupe poput siromašnih koriste društvenim mrežama. Savremeni život ne može se odvijati bez medija. Internet čini svijet globalnim. Mediji povezuju, ali i uznemiruju. Ranije sam čitala no-

vine i gledala televiziju, ali danas ima mnogo medija i nužno je praviti selekciju u njihovom korišćenju. Danas mediji kreiraju politički i društveni život. Prilikom njihovog korišćenja vrlo često se osjećamo uznemireno, ali neki sadržaji i opuštaju i zabavljaju nas. Za popravku stanja bilo bi nužno više primjeniti etiku i kontrolisati izvore informacija. Danas svako može da kaže šta želi bez obzira da li to nekog povređuje, istinito je ili ne. I da za to ne snosi nikakvu odgovornost ili posljedice (Ispitanik 10).

Meni su mediji važni, kako mi nisu važni, zbog informacija. Čini mi se da su ranije mediji bili objektivniji. Volio bih da se u medijima ne upotrebljavaju riječi koje nisu za šire mase razumljive, dok ti saznaš šta to znači, prođe vrijeme. Treba da se izvještava što jednostavnije i da se detaljnije opiše sam događaj, uzrok, zbog čega se nešto dogodilo i kako, ne objasni se dovoljno, samo se nagovijesti (Ispitanik 8).

Mediji mi puno znače, pogotovo televizija. To je jedini način da nešto saznam. Sad gledam više nego prije rata. Tada nisam imala vremena zbog posla, djece i obaveza, sad nam je to sve, tako znamo šta se dešava u svijetu i kod nas (Ispitanik 4).

Mediji, odnosno njihov sadržaj, kod većine ispitanika izaziva pozitivne emocije i pružaju im zadovoljstvo. Ponekad im sadržaj u medijima, uglavnom politički, izazove osjećaj ljutnje i uznemirenosti kada čuju nešto za šta smatraju da nije tačno ili nije u skladu sa njihovim stavovima i u takvim situacijama promijene kanal. Osjećaj tuge i nelagode kod ispitanika izazivaju sadržaji koji opisuju tragedije, stradanja, nasilje, prirodne katastrofe i uglavnom ih izbjegavaju, jer veoma emotivno na njih djeluju.

Neki dan sam čitao tekst o porodičnom nasilju nad djecom i to me je emotivno slomilo. Danima sam razmišljao o tome. I sada me to potresa. Bilo je previše detaljnih opisa koji izazivaju emociju, a kada treba da opišu pozadinu nekog političkog događaja, to izostane (Ispitanik 8).

Ja volim da gledam rijaliti programe, emisije u kojima učestvuje običan svijet, kad kuhaju, takmiče se u nečemu, to mi pruža zadovoljstvo. Gledam samo to i muziku, jer me opušta, politiku i teške teme ne gledam. Za internet sam stara i to me ne zanima, samo ono što me čini srećnom (Ispitanik 13).

U medijima je previše teških, bombastičnih vijesti koje su opterećujuće. Često sam indiferentna prema medijskom sadržaju, jer nabralo se godina i čovjek više ne prima sve zdravo za gotovo. Nekad vas, naravno i obraduju i budete srećni da ste u mogućnosti da se služite medijima i da vam je sve tako dostupno, a nekad vam bude svega preko glave i najradije biste da ih i ne koristite (Ispitanik 14).

Ispitanici bi voljeli da u medijskom prostoru ima više pozitivnog sadržaja, manje političkih emisija i političkog narativa koji ih čini nervoznim. Voljeli bi da je način prezentovanja informativnog i zabavnog sadržaja drugačiji, jednostavniji, profesionalniji, manje senzacionalan i nedvosmislen, da su informacije provjerene i pouzdane. Saglasni su da mediji treba da izvještavaju o svim temama, ali da bi trebalo da prilagode narativ široj javnosti i da kroz priče o kojima govore ponude rješenje i pozitivnu stranu, a ne da u fokus stavljaju ono što je negativno. Dakle, ispitanci uglavnom žele drugačiji medijski pristup temama i drugačiju perspektivu.

Najviše bih voljela da svi pričaju onako kako jeste, da nema u medijima napetosti, govora mržnje, da pravedno izvještavaju, da narod zna da je to sigurno. Voljela bih da ima više emisija o zdravlju u kojima ljekari pričaju konkretno o nekim bolestima i načinima liječenja, uzroku nastanka. Previše je političkih tema koje se stalno ponavljaju i nepotrebno nas opterećuju, a niko ne nudi rješenje, samo se svađaju (Ispitanik 2).

Voljela bih da ima više zabavnog sadržaja u medija, nešto što će nas opustiti i nasmijati. Previše je negativnih sadržaja i podsjećanja na neke tragedije, što ničemu ne služi, to me opterećuje i smeta mi. Samo jedni druge optužuju, a mediji sve to prenose (Ispitanik 5).

Trebalo bi da sadržaj bude debelo provjeren prije nego što se prezentuje javnosti. Mnogo je netačnih informacija. Trudim se da ne otvaram takve sadržaje, ali nemoguće ih je izbjeći (Ispitanik 14).

Imam utisak da su ciljevi medija prioritetno senzacionlizam i zarada. A istina i pravovremeno, tačno informisanje nema nigdje u ciljevima. Bez obzira što podržavam slobodnu riječ i izražavanje, smatram da to sadrži i zahtijeva odgovornost za slobodnu riječ. Ona podrazumijeva da se poštuje istina, ne vrijeđanje, ne ispijavanje, poštovanje drugih. Imam utisak da se na to zaboravilo.

Imala sam lično porodično iskustvo gdje su neki mediji kazali golu neistinu o članovima moje porodice. Kad smo se pobunili nisu našli za shodno ni da se izvinu (Ispitanik 10).

Diskusija

Tematska analiza intervjua pripadnika starije životne dobi o pojedinim segmentima medijsko-informacione pismenosti, njihovom znanju o medijima, stavovima i vještinama, pokazala se opravdanom, jer je dala jasan i pregledan opis MIP znanja i vještina, kao i odnosa prema medijima starijih osoba u Republici Srpskoj. Potvrđena je osnovna hipoteza da osobe treće i četvrte životne dobi nemaju dovoljno znanja i vještina iz oblasti MIP i da ne mogu ravnopravno učestvovati u medijskoj sferi i iskoristiti medije za lakše snalaženje u svakodnevnom životu.

Niko od ispitanika nije pohađao bilo kakvu vrstu edukacije iz oblasti MIP i sve znanje i vještine koje posjeduju stekli su samostalno ili uz pomoć mlađih članova porodice, što ukazuje na nedostatak ovakve vrste edukacije za starije osobe i veliku potrebu za tim, jer je više od polovine ispitanika izrazilo želju za dodatnim obrazovanjem iz ove oblasti. Dvije trećine ispitanika pokazalo je dominantno nekritički stav prema medijskom sadržaju, dok ostatak ima kritički stav, ali uglavnom ne posjeduju dovoljno znanja o medijima i vještina kako bi došli do provjerene i kredibilne informacije. Slične rezultate dalo je i istraživanje Regulatorne agencije za komunikacije BiH (RAK BiH) o istraživanju meidjskih navika osoba iznad 65 godina, prema kojem gotovo polovina odraslih u BiH iznad 65 godina ne koriste nijednu digitalnu uslugu i internet, dok skoro svi gledaju televiziju (92%), a skoro svaka druga osoba starija od 65 godina sluša radio (46%). U svrhu informisanja najčešće koriste tradicionalne medije. Četiri od deset osoba starijih od 65 godina koristi društvene mreže, a omiljena društvena mreža im je Facebook (75%). Više od polovine ispitanih ne provjerava činjenice/informacije na internetu (66%) (Regulatorne agencije za komunikacije BiH, 2021). Kao glavni faktor uticaja na kritički stav prema medijima i sposobnost korištenja interneta pokazao se nivo obrazovanja i mjesto prebivališta. Prema analizi razgovora i upoređivanjem demografskih podataka ispitanika sa njhovim iskazima, ispostavilo se da je kritički stav i korištenje interneta u korelaciji sa višim nivoom obrazovanja i prebivališta u gradskom području. Ispitanici koji imaju završenu srednju

školu, fakultet ili odbranjen doktorat i žive u gradu uglavnom koriste iinternet i bolje razumiju medijski sadržaj. Takođe, pokazalo se da je na njhove medijske kompetencije uticao i posao koji su obavljali prije odlaska u penziju čiji opis je zahtijevao veću angažovanost kada su u pitanju informaciono-komunikacione tehnologije. Slične rezltate je, takođe, pokazalo istraživanje RAK-a, prema kojem dob, obrazovni nivo, radni status i mjesto stanovanja značajno utiču na pristup medijima i na vrijeme koje se provodi uz njih „pa se u digitalnom jazu uglavnom nalaze starije osobe (65+ godina), osobe bez formalnog i sa vrlo niskim stepenom formalnog obrazovanja, te penzioneri i domaćice" (Regulatorne agencije za komunikacije BiH, 2021: 5). Ispitanici koji koriste internet, najčešće to čine zbog komunikacije i informisanja, sve druge prednosti interneta ne koriste (osim jednog ispitanika), dok se niko od ispitanika ne edukuje posredstvom interneta. Slične rezultate dalo je istraživanje sprovedeno sa 372 korisnika društvenih mreža i foruma iz Njemačke, Poljske, Švajcarske, Sjedinjenih Američkih Država i Austrije, koje je pokazalo da stariji korisnici uglavnom koriste internet i društvene mreže za povezivanja sa drugima, najviše sa porodicom i prijateljima, dok za informisanje biraju platforme na kojima prevladavaju tekstualni sadržaj (Fietkiewicz, 2017).

Situacija je skoro jednaka i u zemljama članicama Evropske unije (EU). Prema podacima Eurostata, više od dvije petine osoba starosti 65-74 godine nikada nije koristio kompjuter, dok je u pojedinim zemljama kao što su Italija, Rumunija, Hrvatska, Bugarska i Grčka, taj procenat znatno viši, oko 78 %. Takođe, više od dvije petine (43%) starijih od 65 godina u zemljama članica EU nije koristilo internet u prethodna tri mjeseca u 2019. godini (Eurostat, 2020). Prema istim podacima, 44 % starijih osoba EU (65-74) najčešće je koristilo internet za elektronsku poštu, dok ih je samo 24 % koristilo video poziv putem interneta. Manje od petine osoba iste dobi koristilo je društvene mreže, gotovo trećina je kupovala putem interneta, ali je i dalje ova starosna grupa u manjini u odnosu na ostale. U 2019. godini, većina starijih osoba u toj dobi u Holandiji, Švedskoj i Danskoj kupovala je putem interneta, a najviši procenat bio je u Danskoj – 65 % (Eurostat, 2020). Istraživanje u Hrvatskoj i Belgiji pokazalo je da 80% starijih osoba u Hrvatskoj posjeduje mobilni telefon, a internet koristi 57,1% starijih, dok starije osobe u Belgiji imaju bolje vještine korištenja informacijsko-komunikacijskih tehnologija. (Garbin Praničević, Peterlin i Bućan, 2017). Većina osoba starije životne dobi u Sjedinjenim Američkim Državama

koristi i (75%) i posjeduje pametni telefon (61%), dok društvene mreže koristi skoro polovina (45%) (Reisenwitz i sar., 2007).

Kada uporedimo rezultate ove studije sa sličnim studijam iz regiona, zemalja EU i SAD-a, možemo primijetiti da se starija populacija u pogledu znanja i vještina MIP svugdje suočava sa istim izazovima, ali da su osobe starije životne dobi u BiH po digitalnoj prisutnosti i aktivnostima na internetu daleko iza ostalih. Ova studija je pokazala da mediji imaju važnu ulogu u životu starijih osoba u Republici Srpskoj, da mnogo vremena provode uz medije, što im smanjuje usamljenost i pruža osjećaj uključenosti i povezanosti, ali da većina ispitanika ili ne koristi sve pozitivne aspekte medija, pogotovo interneta, ili ih ne koristi uopšte. Mediji im uglavnom služe za zabavu, dok mnoštvo drugih, pozitivnih aktivnosti, koje bi im omogućile nazavisnost i bolju integraciju u društvo, ne koriste. Ipak, treba uzeti u obzir ograničenja studije. Moguće je da bi rezultati bili drugačiji da je u istraživanju učestvovalo više ispitanika i da je pored kvalitativnog korišten i kvantitativni metod na nacionalno reprezentativnom uzorku. Takođe, istraživanjem nisu obuhvaćene sve regije Republike Srpske niti starije osobe koje su učestvovale u edukaciji iz oblasti MIP.

Zaključak

Medijsko-informaciona pismenost za starije osobe može biti od velikog značaja, pogotovo segment vještina koje se odnose na obavljanje aktivnosti putem interneta koje starijim osobama mogu olakšati svakodnevicu (kupovina, plaćanje računa, komunikacija i sl.). Međutim, podjednako, ako ne i više, važan je segment kritičkog pristupa medijskom sadržaju, naročito za osobe starije životne dobi koje koriste internet, kako ne bi postali predmet manipulacije ili prevare, bilo iz komercijalnih ili političkih i ideoloških razloga. Sa izazovima medijskog pluralizma i digitalizacije suočava se većina starijih osoba u različitim dijelovima svijeta. Zemlje sa tradicionalno najdužom istorijom medijskog obrazovanja unutar formalnog obrazovnog sistema, poput skandinavskih, naprednije su u odnosu na ostale evropske zemlje kada je u pitanju digitalno prisustvo i kritički pristup medijskom sadržaju starijih osoba, ali je i kod njih ova starosna grupa manje digitalno aktivna i ima niži kritički pristup medijima u odnosu na ostale generacije.

S obzirom na razvoj informaciono-komunikacionih tehnologija i digitalizaciju društva, kao i na činjenicu da će sadašnje generacije koje su pred kraj srednje

životne dobi, a većinu radnog vijeka provode uz digitalne uređaje, uskoro preći u stariju životnu dob, buduće generacije treće i četvrte životne dobi vjerovatno neće imati izazove i poteškoće sa vještinama iz oblasti MIP sa kojima se sada te generacije susreću. Potrebno je pružiti podršku starijim osobama u korištenju medija i IKT-a kako bi ravnopravno učestvovali u društvu i ostvarili svoja prava. Važno je da centralna vlast i lokalna zajednica pronađu način i omoguće edukaciju starijim osobama iz oblasti MIP, onima koji to žele i mogu, da ih motivišu za učenje i uključivanje u digitalni svijet medija i da im ukažu na sve dobrobiti i pozitivne aspekte sticanja medijskih znanja i vještina. Kako digitalizacija napreduje, pred društveno aktivne pojedince stavlja nove izazove pa tako i pred osobe starije životne dobi koje već sada za aktivno uključivanje u društvene procese moraju posjedovati vještine medijske i informacione pismenosti, a u skorijoj budućnosti, bez tih vještina mogli bi, u velikoj mjeri, biti izolovani i isključeni iz mnogih društvenih procesa. Buduća istraživanja iz ove oblasti u BiH mogla bi se fokusirati na konkretnije potrebe starijih osoba za znanjem i vještinama iz oblasti MIP i targetiranje najučinkovitijih modela edukacije iz ove oblasti, kao i načina motivisanja za iste.

Prilog 1

Matrica uzorka

Redni br.	Kodni naziv	Pol	Godina rođenja	Nivo obrazovanja	Regija prebivališta	Selo/grad
1.	Ispitanik 1	Ženski	1951.	Osnovna škola	Istočno Sarajevo	Selo
2.	Ispitanik 2	Ženski	1942.	Četiri razreda osnovne škole	Istočno Sarajevo	Selo
3.	Ispitanik 3	Muški	1940.	Četiri razreda osnovne škole	Istočno Sarajevo	Selo
4.	Ispitanik 4	Ženski	1950.	Četiri razreda osnovne škole	Istočno Sarajevo	Selo
5.	Ispitanik 5	Ženski	1952.	Srednja škola	Banja Luka	Grad
6.	Ispitanik 6	Ženski	1950.	Srednja škola	Banja Luka	Selo
7.	Ispitanik 7	Ženski	1953.	Viša škola	Banja Luka	Grad

8.	Ispitanik 8	Muški	1947.	Viša škola	Istočno Sarajevo	Selo
9.	Ispitanik 9	Muški	1955.	Visoka škola	Istočno Sarajevo	Grad
10.	Ispitanik 10	Ženski	1955.	Odbranjen doktorat	Trebinje	Grad
11.	Ispitanik 11	Ženski	1949.	Srednja škola	Prijedor	Grad
12.	Ispitanik 12	Ženski	1955.	Srednja škola	Istočno Sarajevo	Grad
13.	Ispitanik 13	Ženski	1953.	Srednja škola	Istočno Sarajevo	Selo
14.	Ispitanik 14	Ženski	1958.	Visoka škola	Istočno Sarajevo	Grad
15.	Ispitanik 15	Muški	1947.	Odbranjen doktorat	Banja Luka	Grad

Prilog 2

Osnova za intervju

Demografski podaci o sagovorniku

POJAM MEDIJSKE PISMENOSTI I SVIJEST O NJENOJ ULOZI I ZNAČAJU

Kako biste definisali medijsku pismenost? Da li ste nekada čuli za taj pojam i gdje? Smatrate li da je ona važna i zbog čega? Kome je medijska pismenost potrebna? Da li ste učestvovali u edukaciji o medijskoj pismenosti? Ako niste, da li biste to učinili kada biste imali priliku? Šta biste voljeli da naučite kada su u pitanju mediji i medijski sadržaj?

KORIŠTENJE MEDIJA I NAČIN INFORMISANJA

Na koji način se najčešće informišete i iz kojeg izvora (putem štampanih medija, radija, televizije ili digitalnih medija, društvenih mreža ili na neki drugi način)? Koliko dnevno provodite vremena uz medije? Koje sadržaje najčešće čitete, gledate ili slušate? U koju svrhu najviše koristite medije (informisanje, edukacija ili zabava)? Koristite li internet i putem kojeg uređaja (telefon, tablet, kompjuter? Ukoliko da, od kada koristite internet i da li ste pohađali neku obu-

ku u tu svrhu ili ste učili sami ili uz pomoć člana porodice/prijatelja? Zbog čega najčešće koristite internet? Da li posjedujete „pametni" telefon? Da li koristite neke od aplikacija za dopisivanje (Viber, WhatsApp i sl.)?

Imate li profil na nekoj društvenoj mreži i kojoj? Ukoliko da, koliko dnevno provodite vremena na društvenim mrežama? Koje sadržaje objavljujete, dijelite, čitate (zabavne, političke, edukativne ili neke druge)? Šta znate da objavite na društvenim mrežama: tekst, fotografiju, video zapis? Da li znate da fotografišete mobilnim telefonom i snimite video? Ostavljate li komentare, „lajkove" ili „dislajkove" na društvenim mrežama? Da li koristite društvene mreže za komunikaciju (razmjenu poruka, fotografija)?

POVJERENJE U MEDIJE I MEDIJSKI SADRŽAJ I PROVJERA INFORMACIJA

Da li imate povjerenje u medije? Kojim medijima najviše vjerujete (štampa, radio, televizija, digitalni mediji i društvene mreže) i zašto? Šta utiče na Vaše povjerenje u određeni medij? Da li Vam je prilikom odabira medija važna vlasnička struktura medija i status (da li je komercijalni ili javni)? Da li su Vam medijski sadržaji dovoljno razumljivi, jasni, prilagođeni medijskom formatu i javnoj komunikaciji? Da li Vas nekada medijske informacije zbunjuju ili dovode u zabludu? Na koji način provjeravate tačnost neke vijesti kada posumnjate u njenu autentičnost? Da li provjeravate izvor informacije? Provjeravate li kredibilitet, kompetentnost i pristrasnost sagovornika, pretražujete tu vijest u drugim medijima, pretražujete na internetu pomoću ključnih riječi? Provjeravate li transparentnost portala/stranice i impresum? Pročitate li, obično, cijeli tekst ili samo naslov?

PREPOZNAVANJE „LAŽNIH VIJESTI" I POTENCIJALNO MANIPULATIVNOG SADRŽAJA U MEDIJIMA

Kako biste definisali lažne vijesti, a kako dezinformacije? Znate li šta je „klikbejt", šta satira? Jeste li se nekada susretali sa takvim pojavama i u kojoj vrsti medija? Kako prepoznajete lažnu vijest i dezinofrmaciju? Da li biste znali prepoznati lažnu fotografiju, lažni video? Da li znate neke alate za prepoznavanje i provjeru lažnih fotografija i lažnih video sadržaja? Da li znate prepoznati lažni (utomatizovani) profil na društvenim mrežama? Znate li koristiti naprednu Google pretragu?

ODNOS PREMA MEDIJIMA I MEDIJSKOM SADRŽAJU

Kakav je Vaš odnos prema medijima? Koliko su Vam mediji važni u životu i zbog čega? Da li je Vaš odnos prema medijima sada drugačiji u odnosu na period prije pojave interneta i zašto? Šta mislite, kakvu sada mediji imaju ulogu u društvu? Kako se, najčešće, osjećate dok provodite vrijeme uz medije? Šta biste Vi promijenili kada su u pitanju mediji i medijski sadržaj? Kakav je Vaš odnos prema „lažnim vijestima" i srodnim pojavama? Da li Vam smeta njihovo prisustvo u medijskom prostoru? Kako se ponašate kada naiđete na vijest čiji je sadržaj upitan?

Literatura

Abad Alcalá L. (2019). Media literacy among the elderly. In Hobbs R., Mihailidis P. (Eds.), *The international encyclopedia of media literacy, 2 volume set* (pp. 763-768). New Jersey: Wiley Blackwell. https://doi.org/10.1002/9781118978238.ieml0117

Abad Alcalá, L. (2014). Media literacy for older people facing the digital divide: The e-inclusion programmes design. *Comunicar*, 42(21): 173–180.
https://doi:10.3916/C42-2014-17http://eprints.rclis.org/21159/

Anderson, M., & Perrin, A. (2017). *Tech adoption climbs among older adults*. Pew Research Center. Posjećeno 18.4.2024. URL: https://www.pewresearch.org/internet/2017/05/17/tech-adoption-climbs-among-older-adults/

Area Moreira, M. (2012). La alfabetización en la sociedad digital. In M. Area Moreira, A. Gutiérrez Martín, & F. Vidal Fernández (Eds.), *Alfabetización digital y competencias informacionales* (pp. 3-42). Madrid: Fundación Telefónica/Editorial Ariel. URL:
http://www.observatorioabaco.es/biblioteca/docs/147_FT_ALFABETIZACION_DIGITAL_2012.pdf

Borges, I., Sinclair, D., Mollenkopf, H., Rayner, P., Bond, R. & Parent, A.S. (2008). *Media literacy, digital exclusion and older people*. AGE – the European Older People's Platform. URL: https://www.age-platform.eu/sites/default/files/Media_literacy%26older_people-AGE_paper-2008.pdf

Celot, P., & Pérez-Tornero, J.M. (2009). *Study on assessment criteria for media literacy levels: A comprehensive view of the concept of media literacy and an un-*

derstanding of how media literacy levels in Europe should be assessed. Brussels: European Commission.
URL: https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/literacy-criteria-report_en.pdf

Cho G., Betensky R.A., & Chang V.W. (2023). Internet usage and the prospective risk of dementia: a population-based cohort study. *Journal of the American Geriatrics Society*, 71(8): 2419–2429. https://doi: 10.1111/jgs.18394

Čurin, J. (2018). Sveučilište za treću životnu dob pučkog otvorenog učilišta Zagreb: 26 godina kontinuiteta u obrazovanju seniora u Hrvatskoj. *Andragoški glasnik*, *22*, 1(37): 27-38.
URL: https://hrcak.srce.hr/207754

Dhar, D. (2017). New Media use in Everyday Life of Aged People. *Journal of Content, Community & Communication*, 5(3): 38–42. URL: https://www.amity.edu/gwalior/jccc/pdf/jcc-journal-june-2017-06092017-45-49.pdf

Đurić, S. (2013). *Istraživanje bezbednosti: kvalitativni pristup*. Beograd: Fakultet bezbednosti.

Ercegovac, S., Šolc, V. i Tuzlančić, I. (2018). Program za budućnost: deset godina projekta „65 plus" u knjižnicama grada zagreba. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 61(2): 199-220.
https://doi.org/10.30754/vbh.61.2.700

Eronen, J., Paakkari, L., Portegijs, E., Saajanaho, M., & Rantanen, T. (2019). Assessment of health literacy among older Finns. *Aging Clinical and Experimental Research*, 31(4): 549–556.
https://doi:10.1007/s40520-018-1104-9

Eurostat (2020). *Ageing Europe – looking at the lives of older people in the EU*. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/11478057/KS-02-20-655-EN-N.pdf/9b09606c-d4e8-4c33-63d2-3b20d5c19c91?t=1604055531000

Fietkiewicz, K.J. (2017). Jumping the digital divide: How do "silver surfers" and "digital immigrants" use social media? *Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network*, 10(1): 5-26. https://DOI:10.31165/nk.2017.101.494

Garbin Praničević, D., Peterlin, J. i Bućan, M.J. (2017). Do older people benefit from digital services? *Diem*, 3(1): 145-160. URL: https://hrcak.srce.hr/187373

Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B. i Lazer, D. (2019). Fake news on Twitter during the 2016 U. S. presidential election. *Science,* 363(6425): 374–378.
https://doi:10.1126/science.aau2706

Guess, A., Nagler, J., & Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 5(1). https://doi:10.1126/sciadv.aau4586

Haeggans, R.C. (2012). The 60's are the new 20's: teaching older adults technology. *SRATE Journal*, 21(2): 1-8. URL: https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ990630.pdf.

Hermans, A. (2022). *The digital era? Also my era! Media and information literacy: a key to ensure seniors' rights to participate in the digital era*. Council of Europe. URL: https://edoc.coe.int/en/internet/11069-the-digital-era-also-my-era-media-and-information-literacy-a-key-to-ensure-seniors-rights-to-participate-in-the-digital-era.html#

Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A.J. & Weigel, M. (2008). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Chicago: The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation. URL: https://www.macfound.org/media/article_pdfs/jenkins_white_paper.pdf

Kunemund, H., & Kolland, F. (2007). Work and retirement. In J. Bond, S. Peace, F. Dittmann-Kohli & G. Westerhof (Eds.), *Ageing in society: European perspectives on gerontology* (3rd ed.). (pp. 167–185). London: Sage Publications. https://doi.org/10.4135/9781446278918

Kuzma, D., Zovko A. i Vrcelj, S. (2018). Kvaliteta života osoba treće životne dobi. U: Ličen, N., Mezgec, M. (ur.) *Sodobne paradigme raziskovanja izobraževanja in učenja odraslih* (str. 379-391) Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani. URL: https://www.bib.irb.hr:8443/1019272

Levak, T. i Zekić Eberhard, N. (2022). *Vodič za srebrne surfere – Priručnik o internetu i društvenim mrežama za treću životnu dob.* Zagreb: Agencija za elektroničke medije. URL: https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/05/brosura-Vodic-za-srebrne-surfere.pdf

Livingstone, S., Van Couvering, E., & Thumim, N. (2005). *Adult media literacy: A review of the research literature on behalf of Ofcom*. London: Department

of Media and Communications, London School of Economics and Political Science. URL: http://core.ac.uk/download/pdf/4155054.pdf

Lukačević, S., Radmilović, D. i Petr Balog, K. (2018). Digitalne kompetencije i treća životna dob: analiza programa informatičkog i informacijskog opismenjavanja korisnika treće životne dobi Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 61(2): 123-153.
https://doi.org/10.30754/vbh.61.2.667

Manafo, E., & Wong, S. (2013). eSEARCH©: A tool to promote the eHealth literacy skills of older adults. *Journal of Consumer Health on the Internet*, 17(3): 255–271. https://DOI:10.1080/15398285.2013.812914

Mayhorn, C.B., Stronge, A., McLaughlin, A.C, & Rogers, W.A. (2004). Older adults, computers training, and the systems approach: A formula for success. *Educational Gerontology*, 30(3): 185–203. https://doi: 10.1080/03601270490272124

Nekić, M., Tucak Junaković, I. i Ambrosi-Randić, N. (2016). Korištenje interneta u starijoj dobi: je li važno za uspješno starenje? *Suvremena psihologija*, 19 (2): 179-193. https://doi.org/10.21465/2016-SP-192-04

OFCOM. (2019). *Online Nation Report 2019*. URL: https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/internet-and-on-demand-research/online-nation

Prendergast, D., & Garattini, Ch. (2015). Introduction. In Ch. Garattini & D. Prendergast (Eds.), *Aging and the digital life course. (Life Course, Culture and Aging: Global Transformations, 3)* (pp. 3–15). Oxford: Berghahn. https://doi.org/10.3167/9781782386919

Rasi-Heikkinen, P., & Kilpeläinen, A. (2015). The digital competences and agency of older people living in rural villages in Finnish Lapland. *Seminar.net – International Journal of Media, Technology and Lifelong Learning*, 11(2): 149–160. https://DOI:10.7577/seminar.2357

Rasi-Heikkinen, P., Vuojärvi, H. & Ruokamo, H. (2019). Media Literacy Education for All Ages. *Journal of Media Literacy Education*, 11(2): 1-19. https://DOI:10.23860/JMLE-2019-11-2-1

Regulatorne agencije za komunikacije Bosne i Hercegovine (RAK BiH) (2021). *Medijske navike odraslih u BiH – finalni izvještaj*. URL: https://medijskapismenost.ba/wp-content/uploads/2021/10/Medijske-navike-odraslih-u-BiH.pdf

Reisenwitz, T., Iyer, R., Kuhlmeier, D., & Eastman, J. (2007). The elderly's internet usage: An updated look. *Journal of Consumer Marketing*, 24(7): 406 – 418. https://DOI:10.1108/07363760710834825

Tak, S.H., & Hong, S.H. (2005). Use of the internet for health information by older adults with arthritis. *Orthopaedic Nursing*, 24,(2): 134–138. https://doi:10.1097/00006416-200503000-00010

UNESCO (2014). *Paris declaration on media and information literacy in the digital era*. URL: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/news/paris_mil_declaratin.pdf

United Nations Population Division (1999). *World population prospects, the 1998 revision. Vol. 1, Comprehensive tables.* New York: UN.

United Nations, Department of Economic and Social Affairs Population Division (2013). *World Population Ageing 2013*. New York: UN. URL:

https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WorldPopulationAgeing2013.pdf

Vasil, L.& Wass, H. (1993). Portrayal of the Elderly in the Media: A Literature Review and Implications for Educational Gerontologists. *Educational Gerontology*, 19(1): 71–85.

https://doi.org/10.1080/0360127930190107

Wagner, N., Hassanein, K., & Head, M. (2010). Computer use by older-adults: a multi-disciplinary review. *Computers in Human Behavior*, 26(5): 870-882. https://DOI:10.1016/j.chb.2010.03.029

World Health Organization. Regional Office for Europe. (2023). *Promoting physical activity and healthy diets for healthy ageing in the WHO European Region*. URL: https://iris.who.int/handle/10665/373061

World Health Organization. (2015). *World report on ageing and health*. URL: https://iris.who.int/handle/10665/186463

Xie, B. (2011). Improving older adults' e-health literacy through computer training using NIH online resources. *Library & Information Science Research*, 34(1): 63–71. https://doi:10.1016/j.lisr.2011.07.006

Xie, B., & Bugg, J.M. (2009). Public library computer training for older adults to access high-quality Internet health information. *Library & Information Science Research*, 31(3): 155–162. https://doi: 10.1016/j.lisr.2009.03.004

Xu, W. (2021). *Ageism in the Media: Online Representations of Older People*. Linköping: Linköping University. https://DOI:10.3384/diss.diva-175019

Ziegler, D.A., Mishra, J., & Gazzaley, A. (2015). The acute and chronic impact of technology on our brain. In Rosen, L.D., Cheever, N.A., & Carrier, L.M. (Eds.), *Psychology, technology and society* (pp. 3–19). Chichester: Wiley-Blackwell. URL: https://studylib.net/doc/25959855/the-wiley-handbook-of-psychology--technology-and-society

Dragana Trninić
University of Banja Luka – Faculty of Political Science

MEDIA AND INFORMATION LITERACY OF ELDERLY INDIVIDUALS – A PREREQUISITE FOR PARTICIPATION IN THE DIGITAL ERA

Summary: *Thanks to the continuous development of information and communication technologies (ICT), there are significant opportunities for easier everyday activities and problem-solving, particularly suitable for the elderly, from home delivery to bill payment to a higher-quality information system. One of the challenges of the modern digital age is organizing a society based on respect for human dignity, freedom, democracy, equality, where everyone can live and age without discrimination. Digital transformation potentially influences these processes and challenges. Given that almost half of individuals over 65 years old in Bosnia and Herzegovina (BaH) are in the digital divide, meaning they do not use the internet or digital services (CRA, 2021), this study focuses on this population, their media and information literacy (MIL). The aim is to determine the level of knowledge and skills of older adults in the field of MIL, which media they use and why, whether they trust them, and their attitude towards media and media content. The research was conducted in Republic of Srpska using the semi-structured interview method with 15 participants. The results indicate an insufficiently developed system of personal MIL competencies among the participants and the need for education of the elderly in this area, especially in the segment of digital competencies.*

Key Words*: the elderly, media and information literacy (MIL), digitalization, MIL skills, media, media education*

PREGLEDNI NAUČNI RAD

Primljeno: 29. I 2024.
Prihvaćeno za objavljivanje: 19. IX 2024.

ANALIZA KOMENTARA KOJI PRATE MEDIJSKI SADRŽAJ

Maja Sedlarević[1]
Univerzitet u Novom Sadu – Filozofski fakultet
ORCID not available

DOI: 10.5937/cm19-48963

Sažetak: *U radu se analizira kako i na koji način komentari čitalaca medijskih objava prate medijski sadržaj ispod koga su napisani, kao i kakav je sadržaj tih komentara, kome se obraćaju, koji jezički izraz koriste i kako iskazuju svoj stav u vezi sa nekom temom/pojavom/događajem i/ili osobom. Komentari čitalaca medijskih objava pokazuju koliko sloboda koju imaju u digitalnom prostoru sobom nosi diskriminatornog ponašanja, agresije i različitih oblika verbalnog nasilja. Upravo zbog toga, u ovom radu bavićemo se fenomenom komentarisanja medijskih sadržaja. Tema ovog rada je aktuelan i sveprisutan fenomen koji se tiče komentara publike na medijske sadržaje u digitalnoj sferi. Za potrebe ovog istraživanja, analizirani su komentari na tekstove iste tematike objavljene na portalu i Fejsbuk stranici jednog medija i to 2020. i 2022. godine. Ovo istraživanje bi trebalo da pokaže korelaciju i interakciju između medijskog sadržaja i komentara koje čitaoci pišu ispod njega. Posebna pažnja posvećena je pojavi govora mržnje, sa akcentom na seksizam, diskriminaciju LGBT osoba i stereotipno prikazivanje komentarisanih aktera i akterki. Rezultati istraživanja pokazali su da je žena koja je bila tema objava u komentarima bila ili zanemarena ili krajnje negativno prikazana.*

Ključne reči*: digitalna sfera, interakcija, komentar, LGBT osobe, medijski sadržaj, mizoginija, ravnopravnost, seksizam, verbano nasilje, žene*

[1] Kontakt sa autorom: majasedlarevic@yahoo.com

UVOD

Pretpostavka da bi trebalo da svako ima jednako pravo na to da može slobodno da iskaže svoje mišljenje i da smo u svojim slobodama i obavezama svi ravnopravni, nameće i tvrdnju da bi svakom trebalo dati priliku da iskaže svoj stav u vezi sa nekom temom/pojavom/događajem i/ili osobom. Nažalost, komentari čitalaca medijskih objava pokazuju koliko ovo sa sobom nosi opasnosti, agresije i različitih oblika verbalnog nasilja. Upravo zbog toga, u ovom radu bavićemo se fenomenom komentarisanja medijskih sadržaja.

Kao vid interaktivnosti u digitalnim medijima pojavom socijalnih mreža, ali i medijskih portala, komentari čitalaca različitih medijskih sadržaja postali su sveprisutni, veoma česti i stvoren je jedan sasvim novi vid uticaja onih koji čitaju na one koji pišu. Taj uticaj je promenljiv, često nije relevantan, ali postoje primeri da se u komentarima razvila potpuno nezavisna rasprava u odnosu na tekst, dati su novi dokazi, upotpunjene informacije iz teksta ili se pokazalo da je tema medijskog sadržaja potpuno promašena. Upravo zbog toga, interakcija u digitalnim medijima postala je interesantna za analizu i izučavanje.

Analizirajući žanrovske karakteristike onlajn komentara Kleut (2020) navodi da su komentari korisnika otvoreni za sve i da su najčešće, bar u Srbiji, anonimni. To za posledicu, u stilsko-jezičkom smislu, ima pojavu *javnog narodnog diskursa*, čiji delovi predstavlju i neučtivost i neuljudnost. Kako pojašnjava, komentari se mogu posmatrati kao prevođenje vesti u narodni jezik, odnosno društvenih tema po izboru medija u one koje su relevantne na ličnom planu, kognitivno i afektivno. „Postojanje emocija, često saopštenih neučtivim izrazima, govori o tome da je nekim građanima do nečega stalo. Delu njih je stalo do toga da mrze druge i da svoju mržnju šire - to im se ne sme dozvoliti" (Kleut, 2020: 175-177). Prema Kleut, ovo otvara jedno od osnovnih pitanja kako upravljati prostorima onlajn komentara tako da se podstaknu njegove dobre strane i ograniče loše strane, a rešenja nisu jednostavna i iziskuju znanje, ljude i tehnologije.

Takođe, poslednjih godina svedočimo potpuno drugačijoj komunikaciji – društvene mreže i medijski portali, kao vid interakcije između medija i publike, pružile su priliku (i poseban vid slobode) da svako može da prokomentariše i/ili direktno se obrati javnim ličnostima koje su aktivne i dostupne, pre svega, na društvenim mrežama. To sobom nosi i rizik, često i opasnost, od mogućnosti da u svojim komentarima pratioci/čitaoci/publika javno napadaju, vređaju i ver-

balno diskredituju javnu ličnost kojoj su sada postali ravnopravni sagovornici. Ovom treba dodati i ekspanziju lažnih vesti, informacija koje su neproverene ili tendenciozno pogrešno interpretirane, te je ovo pogodno tlo i za različite oblike manipulacije.

Tema ovog rada biće aktuelan i sveprisutan fenomen koji se tiče komentara publike na medijske sadržaje u digitalnoj sferi. Za potrebe ovog istraživanja, analizirani su komentari na istovetan tekst objavljen na portalu i Fejsbuk stranici jednog medija i to 2020. i 2022. godine. Ovo istraživanje bi trebalo da pokaže stvarnu sliku korelacije i interakcije između medijskog sadržaja i komentara koje čitaoci pišu ispod njega.

TEORIJSKI OKVIR

Samim svojim učestvovanjem u medijskom digitalnom prostoru danas, svako od nas je i legitiman kreator medijskog i digitalnog sadržaja. U skladu sa tim, moramo biti oprezni i voditi računa o porukama koje šaljemo tim sadržajima. Jedan od uzroka najvećih problema u vezi sa slobodom govora u javnosti i njenom zloupotrebom jeste taj što se govor mržnje ne sankcioniše, ni zakonski dovoljno (različiti zakoni ga zabranjuju, ali je problem u neefikasnoj primeni), niti ga društvo osuđuje u dovoljnoj meri. Čak i najekstremniji primeri govora mržnje koji smo godinama unazad imali prilike da vidimo ostaju nekažnjeni, a reakcije na njih svode se na osude koje su u javnosti mlake i deklarativne. U primerima koje navode Milinkov i Sedlarević (2021: 106-108) jasno se vidi stereotipno predstavljanje žena u politici prepuno seksizama i mizoginije, a takav medijski diskurs i odabir takvog pristupa temi implicira navikavanje čitalačke publike na usvajanje i dalju eksploataciju i takvih sadržaja i takvog daljeg predstavljanja žena u politici. „U pojedinim medijskim tekstovima, najčešće u tabloidima, prenose se pretnje, uvrede i govor mržnje upućeni opozicionim političarkama: „Lepa Rumunka Srbiju i njene građane ne doživljava kao svoje"[2] (*Alo*), „'Ustaška kurvo, razbićeš njušku narednih dana'. Radikali pretili, vređali i psovali Aleksandru Jerkov"[3] (*Espreso*). „'Ti prvo obrij brkove, pa dođi na sednicu'. Šešelj brutalno vređao Čomićevu, predsednik Skupštine ga u tome

[2] https://www.alo.rs/vesti/politika/sasa-mirkovic-marinika-tepic/365241/vest Pristupljeno 27. 12. 2020.

[3] https://www.espreso.rs/vesti/politika/243271/ustaska-kuvo-razbices-njusku-narednih-dana-radikali-pretili-vredjali-i-psovali-aleksandru-jerkov Pristupljeno 11. 12. 2020.

podržao"[4] (*Espreso*), „'Nestaće ti dlake s glave, poliću te katranom i guščijim perjem'. Šešelj brutalno zapretio Aleksandri Jerkov"[5] (*Espreso*). „Objavio sam knjigu „Ustaška ku*va Aleksandra Jerkov!". Šešelj je posle nastavio u svom stilu i nije se zaustavljao"[6] (*Espreso*). U pomenutom tekstu, objavljenom jula 2020. godine predsednik Srpske radikalne stranke Vojislav Šešelj navodi da je šest ili sedam puta dobijao poziv za saslušanje od zamenika višeg javnog tužioca, međutim nije se osvrtao na poziv pošto je imao poslanički imunitet. „Ja sam podneo kontratužbu i imam veći novčani zahtev pošto me je nazivala ratnim zločincem. To je mnogo gore. Nazvati nekog „ustaškom k..." je teška uvreda, a nazvati nekog ratnim zločincem je najteža moguća kleveta, jer ja nisam proglašen ratnim zločincem, niti sam osuđen za bilo koji ratni zločin". Reč je o jednostranom, senzacionalističkom pristupu temi, uz kršenje dužne profesionalne pažnje koja ukazuje na to da ne smeju da se prećute činjenice koje mogu bitno da utiču na stav javnosti o određenom događaju. U tekstu je izostavljena informacija da je „Mehanizam za međunarodne krivične sudove, pravni naslednik Haškog tribunala, pravosnažno osudio lidera SRS Vojislava Šešelja na deset godina zatvora zbog podsticanja i počinjenja progona Hrvata u selu Hrtkovci u Vojvodini, 1992. godine"[7] (*Danas*, 2018)". (Milinkov&Sedlarević, 2021: 106-107)

To što nema konsenzusa po pitanju nesankcionisanja govori o odsustvu sistema vrednosti da znamo šta je neprihvatljivo, a šta poželjno. Reakcija javnosti na bilo koji oblik govora mržnje pokazuje da li imamo savest kao društvo i da li je u našem sistemu vrednosti tako nešto dozvoljeno.

Bilo da su impulsivni komentari ili da su planirani, pripremljeni, promišljani, svi komentari pokazuju stav, a vrlo često (gotovo uvek) i emociju čitalaca komentatora. „Bez sumnje, najučestaliji i najznačajniji način uključivanja publike u okviru naših onlajn medija su komentari. Oni su prostor za izražavanje, izvor novih informacija, način kreiranja aktivnih i lojalnih zajednica, dokaz čitanosti i uticaja, magnet za novu publiku i osnova za tržišno pozicioniranje i prodaju oglasa." (Tomka, 2012: 252)

---

[4] https://www.espreso.rs/vesti/politika/303679/ti-prvo-obrij-brkove-pa-dodji-na-sednicu-seselj-brutalno-vredjao-comicevu-predsednik-skupstine-ga-u-tome-podrzao Pristupljeno 29. 12. 2020.

[5] https://www.espreso.rs/vesti/politika/372761/nestace-ti-dlake-s-glave-policu-te-katranom-i-guscijim-perjem-seselj-brutalno-zapretio-aleksandri-jerkov Pristupljeno 28. 12. 2020.

[6] https://www.espreso.rs/vesti/politika/587561/objavio-sam-knjigu-ustaska-kuva-aleksandra-jerkov-seselj-je-posle-nastavio-u-svom-stilu-nije-se-zaustavljao Pristupljeno 30. 12. 2021.

[7] https://www.danas.rs/drustvo/seselj-osudjen-na-10-godina-kazna-vec-odsluzena/ Pristupljeno 3. 1. 2021.

Trebalo je da komentari medijima daju uvid u razmišljanja i stavove njihove publike, odnosno njenog aktivnog dela – komentatora, da se postavi jasna korelacija između teksta i komentara, kojom će komentari biti svojevrsna nadogradnja teksta, novi izvor informacija i upotpunjavanje diskusije o nekoj temi. Međutim, prvobitna inicijativa i namera medija da se uvedu komentari kao opcija uz tekstove koji se objavljuju na portalima da bi se publici dala prilika da učestvuje i razvija određenu temu, da čitaoci/posetioci kažu svoje mišljenje i imaju mogućnost da budu pitani bila je dobra namera sa, najčešće, veoma lošim krajnjim rezultatom. Pokazalo se da komentari čitalaca medijskih objava veoma često mogu biti neučtivi, neuljudni, vulgarni i agresivni, prepuni nepojmljivog primitivizma i verbalnog nasilja. S druge strane, pokazalo se i da komentari raspravu mogu da usmere u sasvim drugom pravcu i da se ona razvije na sasvim druge teme. Stoga, mediji sve češće odlučuju da isključe mogućnost objave komentara ili barem da ograniče objavu samo na one potpisane, dok anonimne isključuju (ne dozvoljavaju). Primer za to je portal autonomija.info, čiji je uređivački kolegijum doneo odluku da ukine mogućnost komentarisanja 2018. godine[8].

Iako je otvorenost javne sfere preduslov za njen legitimitet, omogućavanje komentarisanja i na taj način uticanja na javni prostor kroz relaciju redakcija-publika može da izgubi smisao i pređe u svoju suprotnost. Stoga, medijske kuće pribegavaju drugačijim strategijama za prevazilaženje problematičnih situacija. Različiti mediji se na različite načine trude da suzbiju govor mržnje u komentarima, pa tako

> „neki mediji objavljuju sve komentare, a potom brišu one problematične. Ovo je, kada izuzmemo digitalni jaz i sve one građane koji nemaju pristup internetu, najotvorenija „komentatorska sfera". Sa druge strane, neki mediji uz pomoć softvera proveravaju da li komentari sadrže pogrdne izraze i, ako ih nema, objavljuju komentar. Vrlo često mediji nijedan komentar ne objave bez provere, sužavajući dodatno otvorenost prostora za komentarisanje." (Kleut, 2020: 127)

Odgovori na pitanje zašto su komentari na vesti mahom nepristojni, mogu se podvesti pod nekoliko skupina:

[8] https://autonomija.info/autonomija-ukinula-mogucnost-komentarisanja/ (Pristupljeno: 1. septembra 2022. godine)

– Pišu ih osobe koje, po svojoj prirodi, nisu pristojne i neuljudno se ponašaju.
– Pod utiskom opštog trenda korišćenja vulgarnih reči i agresije u javnom diskursu, ljudi potpadaju pod uticaj sve raširenije pojave promocije vulgarnost, teških reči i neargumentovanih izjava, te i sami počinju davati najteže kvalifikacije, ne razmišljajući o utisku koji ostavljaju, niti o eventualnim posledicama svog pisanja.
– S obzirom na anonimnost koja je komentatorima tekstova objavljenih na portalima uglavnom omogućena, deo njih sebi „da oduška" i koristi vulgarnost i nepristojan govor koji ne praktikuju u realnom svetu, a očigledno su mu skloni i imaju potrebu za njim. Ovo, međutim, ne važi uvek za društvene mreže, posebno Fejsbuk, gde su komentatori najčešće potpisani svojim imenom.
– Emotivne reakcije koje su uočljive posebno kod vesti o nekim negativnim događajima ili izjavama sa kojima se komentatori ne slažu.
– Na tekstove koji su pisani vulgarnim, nepristojnim jezikom, koji vređaju i omalovažavaju aktere, kao reakcija ne mogu se očekivati ni drugačiji komentari – takvi tekstovi podstiču komentare koji su isti takvi.

Uvođenjem mogućnosti komentarisanja, odnosno njenom zloupotrebom, gubi se svaki oblik ozbiljne i argumentovane polemike.

> „Pretežna anonimnost i depersonalizovanost poruka na mreži uz to podstiče ležerniji odnos prema upotrebljenim jezičkim sredstvima, od leksike i frazeologije do sintakse i interpunkcije. Tim putem jezički standard lako klizi u substandard, pa i žargon […] Ukupni rezultat jeste da pisanje u rastućoj meri ispoljava svojstva neformalnog govora. Koliko se brzo menjaju ustaljene navike u pogledu čitanja i pisanja kao jasno razgraničenih aktivnosti možda najbolje pokazuje hipertekst, koji briše granicu između pisca i čitaoca time što ovog drugog promoviše u koautora, nudeći mu mogućnost da po svojoj volji premešta ili dopisuje delove teksta. Time se, između ostalog, u pitanje dovodi i sam pojam autorstva-a, da uzgred dodamo, i autorskih prava." (Bugarski, 2005: 24)

Komentari, iako u neku ruku jesu naslednici, nisu zamena za nekadašnja pisma čitalaca koja su kao reakciju na neki novinski tekst dobijali štampani mediji ili, kasnije, forume u okviru kojih su ljudi debatovali na određene teme

u digitalnom prostoru. Isto tako, komentari su raznovrsniji od svojih analognih prethodnika.

Negativni i neargumentovani komentari usmeravaju diskusiju i menjaju percepciju čitalaca u odnosu na članak, odnosno efikasnije oblikuju stavove i svest javnog mnjenja u odnosu na tekst. Nekada je jedan negativan, vulgaran komentar dovoljan da se diskusija usmeri u sasvim drugom pravcu. U kontekstu ovoga, treba napomenuti i to da komentarisanje može da utiče na odabir tema neke redakcije. To što se pročita u komentarima ne znači da je dominantan stav čitalaca. Ali isto tako, komentari, npr, mogu novinara da odvedu do neke teme ili „traga". Kako smatra Tomka, medijski sadržaji više ne nastaju u zatvorenoj novinarskoj redakciji, nego u interakciji sa publikom.

> „…Vrednost jedne vesti danas se često meri brojem komentara. Osim komentara, publika predlaže teme, šalje fotografije, snimke i kratke tekstove, služi kao izvor informacija novinarima, vodi sopstvene blogove i diskusije na medijskim sajtovima, šalje vesti prijateljima, postavlja linkove na druge sajtove, kastomizuje i prilagođava sebi način, mesto, vreme i obim u kojem konzumira vest." (Tomka, 2012: 243)

Usled poplave mnogobrojnih tradicionalnih i digitalnih medija, da bi zadržali publiku mediji pribegavaju raznim senzacionalističkim pristupima, najavama poput „šokantno", „skandalozno", „ekskluzivno" i slično, ali i plasiranju raznih uznemirujućih sadržaja kao što su fotografije nastradalih, identitet žrtava i slično. „Zarad „podgrevanja" javnog mnjenja, mediji u prvi plan stavljaju vesti koje svojim sadržajem nastoje pre svega da uznemire publiku i kreiraju skandal ili aferu. Izveštavanja o globalnim tragedijama ili detaljima iz života javnih ličnosti idu na uštrb informisanosti građana o bitnim dešavanjima iz njihovog najbližeg okruženja. Na taj način, senzacionalistički mediji banalizuju društveni život u cilju povećanja gledanosti." (Tomka, 2012: 239-240)

Stiče se utisak da su upravo ovakve objave povod za salve negativnih komentara, obeleženih mizoginijom, šovinizmom, zlobom, mržnjom i vulgarnostima. Fenomen ovakve medijske interakcije široko je rasprostranjen i dokaz je narastajućeg verbalnog nasilja i to ne samo verbalnog.

Računaju se samo klikovi, a svaki klik podiže marketinški potencijal portala. A od tih klikova mediji žive. Ti isti mediji su pristali na skandalozne i uznemirujuće sadržaje koji su postali najčitaniji (i najkomentarisaniji) sadržaji na njihovim internet portalima, pristali su na necenzurisane komentare prepune

nasilja i mržnje. A sve zarad čitanosti i što većeg broja klikova. Sve ovo pravda se demokratizacijom javnog prostora. Ovom vrstom interakcije medijski portali i sajtovi u neku ruku ukidaju distinkciju u odnosu na društvene mreže. Stiče se utisak da je dovoljno pročitati samo naslov nekog teksta i ime autora da bi se krenulo sa negativnim komentarima i uvredama i da sadržaj više nikoga ne interesuje. I mediji pristaju na to, jer „danas se angažovanje publike ne podstiče zato što donosi zametak javnosti, već zato što mediji i društvene mreže na taj način mame korisnike da što duže ostanu na sajtovima. Pojedinačna poruka i njen kvalitet nisu bitni, jedino je bitan obim protoka, kvantitet – da je što više komentatora i što više komentara." (Kleut, 2019: 178)

Izlivi nekontrolisane mržnje u komentarima viđaju se ispod tekstova bilo koje teme ili žanra. Komentatori se ponašaju (možda i sebe tako doživljavaju) kao koautori medijskih sadržaja koje komentarišu, svesno zadržavajući svoju anonimnost (bezimenost), dajući sebi za pravo i slobodu da se ophode bez bilo kakve moralne i granice pristojnosti, bez bilo kakve zadrške koje bi trebalo da bude barem zbog zakonske legislative.

Poseban vid problema predstavljaju, kod nas pogrešno nazvani, tzv. botovi (trolovi). Komentatori na vesti mogu se grubo podeliti na dve grupe. Jednu, koja predstavlja lojalnu publiku medija koja čita i komentariše tekstove koji izazovu njihovu reakciju – redovni komentatori. Drugu grupu čine organizovani komentatori, oni čiji je zadatak da istovetne komentare u velikom broju objavljuju na neki medijski sadržaj – tzv. botovi (trolovi). Najčešće su organizovani i instruisani od strane neke organizacije, grupacije i komentarišu po zadatku. U neku ruku može se reći da botovi komentarisanjem šire propagandu.

Zbog svega ovoga, nameće se logična dilema - čemu uopšte služe komentari?

Možemo postaviti pitanje da li je putem komentara publici, odnosno javnosti, omogućeno da kreira (ili usmerava?) teme kojima se određeni medij bavi, ili medij temama koje obrađuje usmerava stavove svoje publike.

KONTEKST U KOME SE ISTRAŽIVANJE SPROVODI

U poslednjih par decenija u ovoj zemlji došlo je najpre do ekspanzije elektronskih, ali i novih štampanih medija, pre svega tabloidnog karaktera. Komplementarno sa tim, devalvirane životne i društvene vrednosti i norme našle su utočište i u medijskoj sferi, time nanoseći nesrazmerno veliku štetu javnom diskursu.

Najpre su počele da niču (najčešće u privatnom vlasništvu) senzacionalističke radio i televizijske stanice, tabloidne dnevne novine i časopisi koje niko nije kontrolisao, niti postavljao norme koje moraju da se ispoštuju. U ovom smislu, posebno je važno naglasiti interesantnu pojavu senzacionalističkih, tabloidnih dnevnih novina koje grade stereotipe kao metod boljeg i lakšeg prepoznavanja i razumevanja teksta. „Senzacionalizam predstavlja medijsko 'naduvavanje' događaja." (Valić, 1998: 2). Sve ovo eskaliralo je ekspanzijom novih, modernih medijskih portala, društvenih mreža i drugih sadržaja koji su preplavili internet. Sobom su donele veću slobodu, interaktivnost i velike mogućnosti za iskazivanje sopstvenih stavova javnosti, odnosno zainteresovanoj publici koja želi da putem komentara direktno utiče, usmerava ili preusmerava stavove, diskusiju i temu u vezi sa određenim medijskim sadržajem.

Kao što je zalaganje za raznovrsnost sadržaja u medijima dovelo do apsurdne situacije da u poslednje vreme svedočimo sve većoj popularnosti (samim tim i sve većim tiražima) nekih 'preslobodnih' medija koji su u funkciji vladajućeg režima, krupnog kapitala i moćnih pojedinaca, medija koji ne poštuju nikakve moralne norme, etičke standarde novinarstva, niti granice ljudskosti, pristojnosti i lepog ponašanja, isto tako je 'sloboda govora' onima koji komentarišu medijske sadržaje (najčešće anonimno) dala slobodu koju su zloupotrebili da bi iskazivali svoje neslaganje ili kritiku na najvulgarniji, najagresivniji i veoma nepristojan, uvredljiv način. I sve to bez ikakve sankcije. U vreme u kome svedočimo apsolutnoj komercijalizaciji društva, pa tako i informacija koje se plasiraju i obrađuju u medijima, veoma je lako pretpostaviti i to da takvim sadržajima mediji 'hrane' komentatore i podstiču ih na što češće i zastupljenije komentarisanje, jer tako podižu svoj rejting i zaradu.

Pojavom obilja novih elektronskih medija, došli smo u poziciju da se nadošli 'loš ukus' vrednovanja pogrešnih sistema vrednosti i senzacionalizam uopšte i pripišu gotovo svim medijima, a novinarska profesija, zbog nezadovoljavanja profesionalnih modela i standarda, sroza na najniži nivo poštovanja. Odnos sličan ovoj oceni imaju i komentatori u najvećoj meri. Bez poštovanja prema autorima medijskih sadržaja, bez poštovanja prema akterima o kojima se piše, oni koji komentarišu najčešće to čine da bi se narugali, vređali i/ili nipodaštavali one koje komentarišu. U moru negativnih komentara, ostaju zanemareni oni retki pozitivni i/ili konstruktivni.

Ovaj proces se, nimalo slučajno, poklopio sa dolaskom konzervativne Srpske napredne stranke (SNS) na vlast. Od 2012. godine, SNS je preuzela primat i apsolutno zavladala u svim segmentima društva, samim tim i najvećim delom medija. To je rezultiralo spregom između vlasti i medija, kontrolom informacija koje se plasiraju, a time i formiranja svesti i stavova javnosti. Zbog toga, pojedine društvene mreže su čak kod jednog dela medija iz Srbije stavile oznaku da su to „mediji koji sarađuju sa Vladom" i na taj način jasno stavile odrednicu da su to prorežimski mediji.

U takvoj atmosferi, najpre kao nestranačka ličnost, potom kao funkcionerka vladajuće SNS za premijerku je birana Ana Brnabić[9]. Od njenog prvog pojavljivanja kao ministarke u Vladi Republike Srbije zadužene za državnu upravu i lokalnu samoupravu, preko tri mandata kao premijerke Republike Srbije prate je kontroverze. Od toga da je javnosti činjenicu da je lezbejka prvi saopštio predsednik Republike, a ne ona sama, preko toga da su joj svi mandati unapred i najavljeno skraćeni, do toga da sa svojom partnerkom ima dete, a samim tim uživa prava koja druge LGBT osobe nemaju u ovoj državi, do toga da ništa nije uradila da se poboljša položaj LGBT zajednice tokom njenih mandata, nego naprotiv, 2022. godine svedoči se bitnom narušavanju ustavom garantovanih prava i incidentima koji su pratili pripremu i održavanje Evroprajda, iako su ranijih godina (deset godina zaredom) parade ponosa održavane bez incidenata u Beogradu i jednom u Novom Sadu. Takođe, u period dok je bila predsednica Vlade Republike Srbije, osim apsolutne poslušnosti i lojalnosti prema predsedniku Republike, pokazala je veliku nefleksibilnost prema svemu što je drugačije u odnosu na dominantne stavove vladajuće partije i njenog tadašnjeg predsednika (i predsednika Republike).

Da bi se razumeo kontekst u kome je Ana Brnabić predložena za mandatarku u svom drugom i trećem mandatu, treba znati da su izbori 2020. godine posle odgađanja usled pandemije izazvane koronavirusom održani 21. juna, a da je, bez obzira na dominatnu parlamentarnu većinu koju je ostvarila Srpska napredna stranka, novi saziv Narodne skupštine Republike Srbije konstituisan tek 8. avgusta, a Vlada Republike Srbije tek 28. oktobra 2020, gotovo četiri

[9] https://www.srbija.gov.rs/biografija/184/ana-brnabic.php (Pristupljeno: 28. 9. 2022. godine); https://www.biografija.org/politika/ana-brnabic/ (Pristupljeno: 28. 9. 2022. godine)
NAPOMENA: S obzirom na to da na zvaničnom sajtu Vlade Republike Srbije podaci u biografiji premijerke nisu ažurirani i precizni, morali smo da pristupimo i drugim izvorima (konkretno, u zvaničnoj biografiji premijerke Brnabić nema podatka kada je stupila na funkciju premijerke Vlade Republike Srbije).

meseca nakon izbora. Kuriozitet ovog mandata bila je odluka predsednika Republike Srbije i tadašnjeg predsednika Srpske napredne stranke Aleksandra Vučića da polovinu resora u novoj Vladi Srbije vode žene. Izbori 2022. godine sprovedeni su 3. aprila, a na konstituisanje novog saziva Narodne skupštine Republike Srbije čekalo se do 1. avgusta, dok je krajem avgusta Aleksandar Vučić, predsednik Republike, saopštio svoju odluku da Ana Brnabić ponovo bude mandatarka. Iako je tom prilikom najavio skoro formiranje Vlade Republike Srbije, ona je izabrana tek 26. oktobra 2024. godine. U oba slučaja, predlažući Brnabić za mandatarku, oročio je rad njene Vlade na skraćene mandate. Ona je bezpogovorno prihvatila ove njegove najave, kao i sve druge odluke koje je donosio u njeno ime i/ili bez konsultacije sa njom.

Zbog svega ovog, izaziva podozrenje, prezir i otvorene kritike i bes dela javnosti koji se prema njoj odnosi veoma kritički. U skladu sa ovim su i komentari kojima se čitaoci tekstova koji se na nju odnose ophode prema njoj.

PREDMET I CILJ ISTRAŽIVANJA

Predmet istraživanja su komentari na istovetan tekst na portalu i Fejsbuk stranici jedne medijske kuće 2020. godine, i istovetan tekst na istu temu na portalu i Fejsbuk stranici iste medijske kuće 2022. godine.

Cilj ovog istraživanja je da utvrdimo na koji način čitaoci portala, odnosno stranice na društvenoj mreži komentarišu aktuelnu medijsku objavu, da li sadržinski ono što pišu odgovara tekstu koji kometarišu i kakvim se jezičkim sredstvima koriste da bi iskazali svoj stav. Rezultatima ovog istraživanja želimo da pokažemo postoji li korelacija između komentara i teksta koji je komentarisan.

METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

Za potrebe rada urađeno je istraživanje koje je obuhvatilo diskurs analizu svih komentara na tekstove objavljene istim povodom i to: prvi[10] koji je objavljen na portalu N1 Srbija i Fejsbuk stranici N1 Srbija 5. oktobra 2020. godine, kada je Aleksandar Vučić, predsednik Republike Srbije, objavio da je Ana Brnabić mandatarka za sastav nove Vlade Republike Srbije („Vučić: Ana Brnabić mandatar za sastav nove Vlade, rekao sam joj dve želje", koji je objavljen 5. oktobra 2020. godine u 18.14>20.41 na portalu N1 Srbija i na Fejsbuk stranici

[10] https://rs.n1info.com/vesti/a657408-vucic-ime-mandatara/ (Pristupljeno 11. marta 2021. godine)

N1 Srbija), i drugi[11] koji je objavljen na portalu N1 Srbija i Fejsbuk stranici N1 Srbija 27. avgusta 2022. godine, kada je Aleksandar Vučić, predsednik Republike Srbije, objavio da je Ana Brnabić ponovo mandatarka za sastav nove Vlade Republike Srbije („Ana Brnabić mandatar za sastav nove vlade", koji je objavljen 27. avgusta 2022. godine u 10.05>10.16 na portalu N1 Srbija i na Fejsbuk stranici N1 Srbija).

Svi komentari obuhvaćeni analizom objavljeni su ispod medijskih objava koje prate.

Kada je reč o kvantitativnoj analizi komentara, oni su razvrstani u tri kategorije: negativni, pozitivni, neutralni. Komentar smeštamo u jednu od navedenih kategorija u odnosu na:

– tekst ispod koga su napisani,
– onog ko saopštava informaciju i
– osobu o kojoj se govori.

Negativnim komentarima smatramo one koje karakterišu vulgarni izrazi, uvrede, ismevanje i negativno obraćanje akterima/akterkama ili komentarisanje samog teksta.

Pozitivnim komentarima smatramo one koji sadrže pohvale u odnosu na tekst, osobu koja informaciju saopštava ili osobu na koju se informacija odnosi, karakterišu ih lepe reči kojima se opisuje zadovoljstvo zbog saopštene informacije ili pohvale na dosadašnji rad i delovanje osobe na koju se informacija odnosi.

Neutralni komentari su oni koji ne sadrže vrednosnu konotaciju ukoliko se posmatraju van konteksta. Kada su smešteni u određeni kontekst mogu se, u zavisnosti od njega, tumačiti i kao pozitivni (pohvala) i kao negativni (ironično napisana „pohvala"). Primeri za to su komentari poput „Bravo", „Očekivano" i slično.

U sklopu kvalitativne analize analizira se sadržaj napisanog u komentarima. Analiziran je jezik, način obraćanja, argumentovanost tvrdnji, da li komentar ima ili ne veze sa temom teksta, upotreba znakova interpunkcije i emotikoni koji se koriste da bi se iskazalo neko osećanje ili reakcija koju je objavljeni tekst izazvao kod čitalaca komentatora. Prevashodno, analizom komentara utvrđuje se stepen diskriminacije koju komentatori ispoljavaju prema akterima i akterkama.

[11] https://rs.n1info.com/vesti/ana-brnabic-mandatar-za-sastav-nove-vlade/ (Pristupljeno 9. septembra 2022. godine)

Posebna pažnja posvećena je pojavi govora mržnje, sa akcentom na seksizam, diskriminaciju LGBT osoba i stereotipno prikazivanje komentarisanih aktera i akterki.

Analiza sadržaja podrazumeva analizu onog što je u tekstu koji je predmet istraživanja, u ovom slučaju u komentarima, rečeno, odnosno da li postoje neka pravila koja se odlikuju učestalošću ili drugim odlikama koje mogu da se podvedu pod zakonitosti u odabranom korpusu za analizu. „Savremena analiza sadržaja prevazilazi tradicionalne predstave o simbolima, sadržajima i namerama. Ovo se može videti u evoluciji koncepta komunikacije, u tome koliko razvoj medijskih tehnologija oblikuje našu pažnju, a kultura utiče na dodeljivanje značenja onom što se analizira" (Kripendorff, 2003: 17–18).

Bilo koji tekst ne možemo analizirati van konteksta u kom je nastao, te je važno razumeti da je kontekst objave u centru pažnje istraživanja bilo kog medijskog diskursa. „Definišući društvenu moć, Van Dejk navodi da ona podrazumeva kontrolu koju jedna grupa ima nad drugom, te da je medijski diskurs najefektnije sredstvo za distribuciju moći. „Članovi moćnijih društvenih grupa i institucija, a posebno njihovi predstavnici i vođe, imaju manje ili više ekskluzivan pristup i kontrolu nad jednim ili više vrsta javnog diskursa" (Van Dijk, 2008: 9). Upravo zbog toga, odabrana je ova tema, jer komentari na tekstove o izboru premijerke Republike Srbije i na medijskom portalu i na društvenoj mreži kreiraju sliku o njoj kao nevidljivoj osobi bez uticaja. U prvi plan kako u tekstu, tako i u komentarima stavlja se onaj ko saopštava informaciju, odnosno onaj koji je i samoj premijerki vrhovni autoritet, što i sama konstantno potvrđuje svojim ponašanjem u javnom prostoru.

S obzirom na to da je jezik određen društvenim i istorijskim kontekstom, te je kao takav važno sredstvo kreiranja i održavanja patrijarhalne ideologije i istovetne matrice koja podrazumeva jezik agresije, vulgarnosti, uvreda i nepoštovanja, bez obzira na temu i sadržinu medijske objave, mogu se očekivati komentari u kojima nema granice u nepristojnosti i negativnom ophođenju, posebno ukoliko je dozvoljena anonimnost komentatora. Ali i za ovo mora da se nađe rešenje.

KORPUS ZA ANALIZU

Korpus za analizu čine komentari na medijsku objavu koja je objavljena na portalu i na stranici na društvenoj mreži Fejsbuk jednog medija (N1 Srbija).

N1 Srbija je televizija koja predstavlja beogradski studio TV N1, „prvog regionalnog informativnog kanala koji vesti vesti emituje 24 sata dnevno, posredstvom kablovskih operatora. TV N1 je ekskluzivni regionalni partner TV mreže CNN."[12] Pošto je N1 portal i televizija informativnog karaktera i spada u red retkih medija koji nemaju predznak da su prorežimski i svrstavaju se među one najobjektivnije, važno nam je bilo da istražimo na koji način pojave u društvu i aktuelna politička dešavanja komentarišu njihovi čitaoci i kakva je to publika.

Osnovna jedinica analize u okviru ovog istraživanja je komentar. Ono što je rečeno u komentaru pomaže razumevanju analiziranog teksta, ali je od jednake važnosti i ono što je kontekst, ono što je izostavljeno, ili ono što implicira, ali nije eksplicitno navedeno.

Ukupan broj analiziranih komentara je:

– Za tekst iz 2020. godine: 323 na portalu, a 292 na Fejsbuk stranici N1 Srbija.
– Za tekst iz 2022. godine: 374 na portalu, a 1121 na Fejsbuk stranici N1 Srbija.

REZULTATI ANALIZE KOMENTARA

KVANTITATIVNA ANALIZA

Portal N1 srbija

Portal N1	**2020. godina**	**2022. godina**
Negativni komentari	316	357
Pozitivni komentari	5	17
Neutralni komentari	2	0
Ukupno	323	374

– Na portalu N1 u 2020. godini na navedeni tekst bilo je ukupno 323 komentara.

Od toga negativnih komentara bilo je 316. (Primeri[13]: „Zensko sam i nebih da se nađem u vladi sa Anom.Zene, cuvajte se.", „Ljudi moji,šta se ovo

[12] https://www.facebook.com/N1Srbija/ (Pristupljeno 9. septembra 2022. godine)

[13] NAPOMENA: Svi primeri komentara prepisani su u originalu, onako kako su ih napisali autori/autorke-komentatori/komentatorke.

desi?!! Kolika moc u jednoj zeni!Potuče sve sns-ovce minister,najvoljenija,od ana,radna,borbena,nepotkupljiva,pomoci šefa radi na očuvanju Ustava, koji gazi nogama,dokazujuci da je štiti neko mocniji od njenog'šefa'.", „Samohvalisanje… Frižideri sve prazniji, a sve više ljudi se zapošljava na budžet…", „Nas preCednik sa tugom u ocima iznosi Ani svoje zelje…Mozdo je skromniji malo od kako je postao brucos.", „Nebitan je mandatar. Poteze iskljucivo povlači AV. Sam, autokratski. Brnabićka odgovara jer ovakav način prihvata i ne meša se u svoj posao.", „Kad kažem žene, mislim sns-ovke", „Baš skroz podobna… Deca u vrtiću su samostalnija i odgovornija.", „hahahahahhaha! Cirkus se nastavlja. Otvorena nova sezona, a klovnovi isti.", „Priznao je da Ana bolje zna sa Ženama,,,da bude ,,ženska Vlada,, Većinski. E,,,Aleksandre, blago tebi!", „Nešto mi govori da Ana Brnabić uopte nije „fikus" već nametnut igrač Brisela.", „Budući trener ženske „momčadi"!", „Ništa neočekivano. Ana .Rnabić je odavno veći AV od njega samog.", „Sprdnja.", „Ana je najposlušnija.", „Kao žena, najviše mrzim ravnopravnost polova „po ključu". To je ponižavajuće za žene."

Pozitivnih komentara bilo je 5. (Primeri: „Zena zmaj, Ana je zasluzila da bude ponovo zabrana da bude premijer Srbije, podrska Ani i cestitam joj od srca!", „Dobra je ideja za dva nova ministarstva", „Bravo za rodnu ravnopravnost.", „O Ani Brnabić imam visoko mišljenje, smatram da je radila dobro i u interesu Srbije i nema što veliko da joj se zameri. Mada su mnogi skeptici na samom početku njenog mandata imali mnogo primedbi, ali ih je ona sve demantovala svojim radom u interesu građana Srbije. Mislim da je to dobar izbor, iskrene čestitke.", „Svojim trudom i rezultatima rada, Ana je zaslužila poverenje da sastavi novu Vladu. U proteklom periodu pokazala je sposobnost, profesionalnost i ljubav prema Srbiji i brizi za njene građane. Čestitke premijerki i mnogo uspeha!

Neutralnih komentara bilo je 2. (Primer: „Ravnopravnost polova je jako bitna. Pogotovo u Skupštini, odn. vladi."

– Na navedeni tekst na portalu N1 Srbija 2022. godine bilo je ukupno 374 komentara.

Od toga negativnih komentara bilo je 357 (Primeri: „Cirkus se nastavlja…", „Velika promena na isto.", „ Propast Srbije se nastavlja.", „ona se najbolje dodvorava, sve svoje vreme posvećuje zaštiti imena i dela Vučića, inventivna je samo u načinu na koji mu podilazi. Ime nove/stare mandatarke bilo je izvesno samo u Vučićevom diletantskom igrokazu. A zapravo apsurdno je to što nikog istinski

ne interesuje ko je na čelu Vlade, Vučić je i to. Sve ovo, kao i farsične izbore treba bojkotovati.", „Katastrofa,Srbijo šta si dočekala…", „Nek' je sa srećom. Do potpunog unistenja i apsolutnog duznickog ropstva.", „Izabrao je opet Anu. Najbolje rešenje. Ona je samo fikus koji ne može da sastavi prostu rečenicu tako da neće moći ništa da kaže, pa će opet sve on umesto nje. Samo se pitam da li je Anu sramota kad ode na bankomat da podigne platu?", „Sad smo sigurni da smo u najboljim rukama. Mutant stranka nema bolje kadrove i tačka. Zato, idemo…ravno do dna…", „Čoveče, žena ne zna dve reči da poveže. Glavno da je odana tebi, to je jedina kvalifikacija koju ima.", „Hahahahahahahahahahahaha genijalno,Ana za Euro PRAJD,e to su bili dugi noćni razgovori i kompromis.", „Tragikomedija. Trenutak kada je sopstveni interes iznad interesa grupe. I opet je predsednik ispao faca i dodvorio se vecinskoj Srbiji, a dramaturgijom i patetikom kao da nije za to (a direktno odlucuje). I kad te podrzava, on te ponizava. Strasno je kakvi su licemeri ovi na vlasti, a posebno ta Brnabic.", „Dobro se pokazala jer je isla po svoje misljenje kod „sefa" a dacic ce pokriti sve ono sto je radjeno u slobodno vreme. Ali svi su oni abolirani „jer ih je junacki slobodarski narod" birao.", „Dobro, bićeš predsednica, ali nema prajda! Čini mi da je to bio dil, ona kao ličnost, svejedno, nema nikakvu važnost.", „Са надом да ће за наредне четири године доћи до сазнања где је Јарково?", „Čestitke?Za sta? Poltronstvo,snishodljivost,nekompetentnost…Ako je to za cestitanje onda smo stvarno u dubokom mulju.", „Fikus očekivano ponovo.", „Može da proslavi na Prajdu, baš bi bilo cool da bude na čelu parede. A da, zaboravih, šef zabranio. A šefova se ne poriče, jel da Ana?", „Znaci, Ana je kosovka devojka…", „Najbolja premijerka, ne mesa se u svoj posao", „Dobra sekretarica se ne menja."...

Pozitivnih komentara bilo je 17 (Primeri: „Sve čestitke i pohvale za Anu Brnabić.", „Cestitam Brnabicki. Zasluzeno.", „Čestitam Ana", „Najbolje moguće rešenje. Jedino ako bi izbacila retoriku naprednjaka mislim da je skroz ok za predsednika Vlade. Mnogo bitnije je sada ko su ministri i kakve zadatke će im delegirati Vučić.", „Prava odluka.", „Pravi potez,samo još izabrati dobre ministre.", „Bravo", „Ako je bila dobra za US Aid i Wind Energy, dobra je i za Srbiju", „Bravo Ana, sve čestitke!"...

Neutralnih komentara nije bilo.

Fejsbuk stranica portala n1 srbija

Fejsbuk stranica N1	**2020. godina**	**2022. godina**
Negativni komentari	292	1117
Pozitivni komentari	0	2
Neutralni komentari	0	2
Ukupno	292	1121

– Na navedeni tekst na Fejsbuk stranici N1 Srbija 2020. godine bilo je ukupno 292 komentara.

Od toga negativnih komentara bilo je 292. (Primeri: „Aaaa bravo bravo 50% neka budu zene u vladi , pa mandatarka voli zene hahahaha kalav circus", „Čale i bratija nastavljaju da uveseljavaju plebs.", „Е сад ми је лакше.... Могу да спавам мирно (tri emotikona – smajli koji plače od smeha).. Фикус се добро примио (emotikon – smajli koji plače od smeha)", „Znači daje KiM i gay hrvatica da brine o demografiji u Srba. Car.Kralj.Prvak u skoku u dalj.", „100 dana je trebalo da se smisli ništa.", „Peti oktobar se pokazao kao baksuzan dan za velike političke odluke tako da postavljenje nove stare premijerke na današnji dan nije najpametnije", „Врхунац фарсе- Вучић је Ани предложио да обрати пажњу на демографију и децу. Жени, или пројекцији жене, која је ментално јалова за рађање и никад оплођена бити неће. (Збиља нисам шовиниста или хомофоб, али је цинизам да се природним прираштајем, рак раном Србије, бави неко чији је репродуктивни допринос- 0)", „Kurtonu, napisao si joj sve i jednog ministra, da se ne lažemo..", „Konačno ministarstvo pederizma! Rezultat „sporazuma" sa stolice u USA. Bedno!!", „Lezbejka mandatar vlade!!!!!Ljudi ovi će još malo pišati po nama bukvalno !!!!", „Ziveli pederi i lezbejke, bravo sendvicari vi ste ponos srbije...", „DOSIJE ANA BRNABIĆ HRVAT više puta KAŽNJAVANA,HAPŠENA zbog SADOMAZO(Devojčicu drži na povocu) i NARKOMANIJE ona vlada SRBIJOM", „Znači pederska vlast opet..."...)

Pozitivnih komentara nije bilo.

Neutralnih komentara nije bilo.

– Na navedeni tekst na Fejsbuk stranici N1 Srbija 2022. godine bilo je ukupno 1121 komentara.

Od toga negativnih komentara bilo je 1117. (Primeri: „Možda konačno nauči da priča Srpski.", „uslov , gej premijer za gej mir", „Zavrla Ana i pederi, I

da ima sendvica", „Još jednom se stavio na stranu gej populacije a protiv crkve i normalne porodice.Eto kakva je u stvari SNS stranka koja koristi slogan „Za našu decu".", „Tresla se Srbija za nandatara i opet musko (emotikon – smajli koji plače od smeha)", „Pederska posla ipak su oni dva drugara.", „PA ZAR LEZBEJKU OPET U VRHU VLASTI…..E PA BICEMO PROKLETI I SA ONA DVA PEDERA IZ VLASTI….A CRKVA I MANASTIRI CUTE…", „Ako uzmemo u obzir kako Vlada Srbije funkcioniše, mogao je da postavi bilo kog retarda iz svog tabora. Oni su i ovako obične marionete. Veći problem je to što u Srbiji ima previse debila koji su glasali za to.", „Čale.", „Koja sprdnja od Drzave! (14 emotikona – smajlija koji povraća)", „Ipak se Čale pokazao kao najbolji fikus (emotikon – smajli koji place od smeha)….A i ne ide da se iseljava iz Jovankine vile,a tek što ju je renovirala (emotikon – smajli koji je sarkastičan)", „Mogli ste za promenu nekog pedera da stavite. Nije valjda da ih nema u stranci?", „Šta očekivati od pedera."; „Šta kaže srpski patrijarh na to dal se crkva oglasila dal crkva podržava roditelj broj jedan i roditelj broj dva ili je crkva kako treba da bude za porodicu", „Pederska posla ! Očekivano", „Čovek se drži obećanja svaka mu čast. Parola je bila „Za našu decu". To znači da će naša deca već od zabavišta preko osnovne, srednje škole I fakulteta biti ideološki vaspitana u duhu gej populacije. Ispunio je zadato obećanje. U Srbiji će se ispitivati praktično ta ideologija. Ako bude uspešna onda će se primenjivati u celom svetu. Znači dok je taj projekat na snazi ne razmišljajte o restrikcijama gasa, struje i goriva. Puno se ne brinite ni za cene. Strani investitori će i dalje da dolaze. Raja će da radi u polurobovskim uslovima. Ko se javno verbalno uspostavi toj ideologiji biće prvo satanizovan posle u ćutzu. Tražili ste gledajte.", „Pederska posla", „Bravo, napokon jedan mandatar sa mudima!", „Još jednom se stavio na stranu gej populacije a protiv crkve i normalne porodice.Eto kakva je u stvari SNS stranka koja koristi slogan „Za našu decu".", „Opet hrvatica??", „Opet ga pederi ucjenjiju da bi ćutali!", „Stara/nova premijerka jedva čeka da otvori kovertu I vidi koje je minister izabrala (emotikon – smajli koji se smeje)", „Ponovo lezbejka premijer?", „KOLIKO JE JAK GEJ LOBI !!!", „Nas narod vecinski glasa za LGBT premijerku a buni se za europrajd, isto ovi neki navijaci mrze Vučića a glasaju za SNS. To valjda jer su na lekovima za mentalno zdravlje non stop", „A šta ste očekivali,pa samo ko je degen čist nije znao od samog početka da će opet ovo ćale da bude premijer.", „Opet pederi vladaju (emotikon – smajli koji je besan)", „zasluzila je ona je organizator pederske parade", „A ha ha… Ona

vam je špijunka ubačena da vas upropasti", „SMRT FAŠIZMU I LEZBEJKAMA", „pederska vlada i drzava", „Pederska vlast a takav i premijer.Fuuuuujjjj", „Fikus nastavlja", „Isplatila se odanost, a znanje i strucnost..ma koga briga za to. U zemlji gde narod mrzi one koji mu uce decu, ponizavaju ucene ljude, bolje nisu ni zasluzili", „Fikusi su (opet) u modi…" ...

Pozitivnih komentara bilo je 2. (Primeri: „Bravo za Anu.", „Bravo")

Neutralnih komentara bilo je 2. (Primeri: „Logicno", „Ocekivano.")

KVALITATIVNA ANALIZA

Što se kvalitativne analize tiče, izdvajaju se sledeća opažanja u vezi sa komentarima:

- Neargumentovani, uopšteni, bespredmetni (nemaju veze sa temom);
- Vulgarni, uvredljivi, lascivni;
- Interakcija;
- Odstupanje od teme, komentarisanje teme, preusmeravanje na nešto drugo;
- Direktno obraćanje (premijerki/autoru teksta/predsedniku Republike Srbije…);
- Komunikacija emotikonima ili GIF porukama.

Najveći broj komentara bio je na račun njene seksualne orijentacije, ismevan je njen način govorenja i izgled, kao i odnos prema predsedniku Republike.

DISKUSIJA REZULTATA ISTRAŽIVANJA

U većini tekstova dominantno se negativno komentariše to što je za premijerku predložena pripadnica LGBT zajednice, ističe se posebno to da je lezbejka, njena nacionalna pripadnost, to da je strana plaćenica, zatim i to da je žena bez kredibiliteta, a sve je to praćeno nizom stereotipnih, uvredljivih komentara. Negativan odnos prema premijerki ogleda se i tome da se komentatori često obraćaju predsedniku Republike iznoseći kritike na njen račun, kao i da je veoma često zaobilaze u komentarima, te u svom obraćanju njemu naglašavaju to da su svesni da odluke ne donosi ona, niti bilo ko drugi nego isključivo predsednik Republike.

Iz analiziranih komentara vidi se da komentatori u analiziranim tekstovima najčešće iskazuju emocije, od emocija najčešće bes i razočarenje, a reči kojim se obraćaju jasno pokazuju negativan stav prema saopštenoj informaciji, ali i onome ko informaciju saopštava, odnosto osobi na koju se informacija odnosi.

Na ton medijskog diskursa komentara koji su objavljeni na portalu i Fejsbuk stranici dosta utiče i atmosfera koja se stvara u komentarima, što potvrđuje da oni koji komentarišu čitaju i ono što su drugi pisali, a ne samo da se zadrže tu da bi objavili svoj komentar.

Iz svega navedenog proizilazi da čitaoci tekstova i na portalu i na Fejsbuk stranici N1 u ogromnoj većini komentarišu negativno izbor Ane Brnabić za premijerku Vlade Republike Srbije, ali, pre svega, nipodaštavaju njenu sposobnost, omalovažavajući njen uticaj i ophode se prema njoj nepristojno.

Takođe, važno je napomenuti i to da je bitno veći broj komentara na vest o odabiru mandatarke Vlade zabeležen je 2022. godine u odnosnu na 2020, posebno kada su komentari na Fejsbuk stranici u pitanju (1121 komentar 2022. godine u odnosu na 292 komentara 2020. godine). Činjenica da se broj komentara, ali i komentatora, uvećao u posmatranom period može se objasniti na više načina. Najpre, može se objasniti i time da je uz informaciju da će Ana Brnabić ponovo biti mandatarka za sastav nove Vlade Republike Srbije predsednik Republike saopštio uz informaciju da će najavljeni Evroprajd u Beogradu biti zabranjen. Isto tako, važno je naglasiti i činjenicu da je 2022. godine u javnosti stvorena i atmosfera takmičenja, do samog kraja nije se znalo za koga od dva kandidata će se predsednik Republike Srbije i najzastupljenije stranke u Narodnoj skupštini Republike Srbije (SNS) odlučiti. Broj komentatora svakako ima veze sa porastom broja korisnika internet, samim tim, može se pretpostaviti, i broja čitalaca portala i Fejsbuk stranice N1. Način na koji čitaoci pišu u komentarima ima veze sa društvenim dešavanjima, kao i sa promenama u političkoj i medijskoj kulturi i načinom na koji vladajuća garniture i tabloidi obraćaju građanima.

Takođe, u mnogo većoj meri su se u komentarima i posetioci portala i posetioci Fejsbuk stranice 2020. godine obraćali predsedniku Republike, nego mandatarki, nego što je to slučaj 2022. godine. Kao razlog za ovo može se navesti činjenica da je Brnabić postala bitno poznatija za ove dve godine, ali i činjenica da je navukla na sebe novi bes i nezadovoljstvo, koji nisu u tolikom meri i u takvom obliku bili vidljivi 2020. godine.

Stereotipična slika se servira o premijerki kao autovanoj lezbejki dominantna je u komentarima, a količina negativnih komentara svedoči o tome da oni koji su joj naklonjeni ili ne žele da je brane u komentarima ili da i ne čitaju ovaj medij. U svakom slučaju, tzv. „bot ekipe" nisu se bavile odbranom premijerke na portalu i Fejsbuk stranici portal N1 Srbija ni 2020, ni 2022. godine.

ZAKLJUČCI

Prema Milinkov i Sedlarević, „govor mržnje predstavlja javno saopštavanje poruka mržnje ili netrpeljivosti prema nekoj rasnoj, nacionalnoj, etničkoj, verskoj, seksualnoj ili drugoj društvenoj grupi ili njenim pripadnicima i pripadnicama... …Poruke mržnje, bez obzira da li su upućene u realnom ili onlajn, prostoru, nisu usmerene samo ka grupama, nego vrlo često ka pojedinicima i pojedinkama koji se targetiraju zbog nekog ličnog svojstva." (Milinkov & Sedlarević, 2021: 48)

Ovo bi mogla biti i definicija govora koji se koristi u komentarisanju medijskih objava u digitalnom prostoru. Gotovo bez izuzetka, oni su javno iskazivanje netrpeljivosti i otvorene, neskrivene mržnje prema pojedinki/pojedincu i/ili osetljivoj društvenoj grupi.

Kada je reč o analiziranim komentarima, najpre se može zaključiti da ne odudaraju od očekivanja utemeljenih u činjenici da su komentari ispod tekstova iz domena politike prepuni govora mržnje, vulgarnosti i agresije. Najzastupljeniji su komentari kojima se vređa njena seksualna orijentacija, izgled, način na koji govori i ismejavanje žene koja bi trebalo da je najmoćnija osoba u državi.

Može se zaključiti da se o Ani Brnabić, kao i većini drugih političarki, piše veoma pojednostavljenim, prostačkim i vulgarnim jezikom, prepunim stereotipa, mizoginije i seksizma, govora mržnje uopšte, što se, nažalost, moglo i očekivati s obzirom na to da je žena, lezbejka, pripadnica LGBT zajednice koja predstavlja jednu od osetljivih, najugroženijih grupa kada je u pitanju verbalno, ali i svako drugo nasilje… Ali, isto tako, za deo negativnih komentara sigurno je presudno to što je pripadnica vladajuće partije, što je poslušna i ponizna u odnosu na predsednika Republike i ne uživa poštovanje i uvažavanje dela javnosti zbog svojih stavova i javnih istupa.

Iako napisane još 2005. godine, u momentu kada nije mogla da se pretpostavi ova i ovakva ekspanzija digitalnih medija, a samim tim i ova i ovakva inte-

rakcija na relaciji mediji-publika, reči psiholingviste Ranka Bugarskog možda i najbolje opisuju javnu sferu i komunikaciju kojoj danas svedočimo:

> „Tokom poslednjeg stoleća moderna tehnološka sredstva su dovela do pojave tzv. sekundarne usmenosti - obnovljenog i pojačanog oralnog komuniciranja u krilu pismenih zajednica. Telefon, telegraf, radio, televizija, a danas naročito elektronski posredovana komunikacija putem Interneta, umanjili su potrebu za nekima od tradicionalnih oblika pisanja. Ovaj proces, motivisan praktičnim obzirima kao što su ekonomičnost, brzina i široka dostupnost novih načina opštenja, bio je stepenast, premda ne nužno i jednosmeran. Tako je poslovna i privatna korespodencija, i sama u suštini surogat neposredne komunikacije licem u lice, svojevremeno značajno redukovana uvođenjem telefona, koji je potom počeo da se povlači pred elektronskom poštom, da bi u naše dane povratio nešto prostora zahvaljujući širenju mobilne telefonije. Ovakav razvoj događaja uveliko je relativizovao konvencionalne predstave o razlikama između govorenog i pisanog jezika, na razne načine kombinujući prototipska obeležja jednog i drugog. Ovo je najizrazitije u slučaju globalne komunikacijske mreže, koja je oblikovala samosvojan verbalni medijum po sopstvenoj meri. Jezik Interneta - elektronski, globalan i interaktivan - analitičarima se prikazuje kao medijum naročitog formalnog profila i specifičnih funkcionalnih karakteristika. To nije prosto nova forma pisanja ili govora, niti nekakav njihov proizvoljan hibrid, nego nešto treće, s njima paralelno." (Bugarski, 2005: 23)

Komentari su, iako najnoviji, samo još jedan način interakcije čitalaca medijske objave sa njihovim autorima i medijima koje prate. Bez obzira na to da li komentatori informaciju komentarišu na medijskom portalu ili stranici na društvenoj mreži, evidentna je njihova sloboda i ozbiljnija uključenost u kreiranje medijskih sadržaja u digitalnom svetu, jer svojim komentarima ne samo da iskazuju stav u odnosu na tekst koji komentarišu, nego i stavljaju do znanja koja su im interesovanja, vrednosni sud i odnos prema temama kojima se praćeni medij bavi, odnosno treba da se bavi. Stiče se utisak i da komentatorima nije presudno da li se njihov identitet zna ili ne, veoma otvoreno i kritično komentarišu ono što ih interesuje, najčešće ne birajući reči i koristeći vulgarne i nepristojne izraze. U velikoj meri, kada govore o ženama (ili konkretnoj ženi) u javnom prostoru, mogućnost komentarisanja im predstavlja poligon za najotvoreniju mizoginiju, seksizam i sve oblike govora mržnje i verbalnog nasilja.

Gotovo dosledno ne koriste rodno osetljiv jezik, što je još jedan od dokaza nepoštovanja žena i njihove nevidljivosti. Takođe, ne pridržavaju se, ali i ne mare, za pravopisna i gramatička pravila jezika na kome pišu. Sve ovo zajedno jasno pokazuje sliku medijske interakcije kojoj svedočimo u digitalnoj sferi.

LITERATURA

Bugarski, Ranko (2005). *Jezik i kultura*. Beograd: Biblioteka XX vek i Knjižara Krug.

Kleut, Jelena (2020). *Ja (ni)sam bot: Komentari čitalaca kao žanr participacije u digitalnom prostoru*. Novi Sad: Filozofski fakultet.

Krippendorff, K. (2003). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Second Edition. London: Sage.

Milinkov, S; Sedlarević, M. (2021). *Mržnja prema Drugima: solidarnost s Drugima*. Novi Sad: Filozofski fakultet.

Milinkov, S; Šinković, N. (2016). *Izveštavanje Blica i Politike o Bregzitu: identitet za druge u medijskom diskursu u Srbiji*. Beograd: CM Komunikacija i mediji. Broj 37: 63-83.

Milivojević, S. (2008). *Kritička tradicija u istraživanju medija: kulturne studije*. Beograd: CM: Časopis za upravljanje komuniciranjem, Broj 8(3): 29–50.

Tomka, G (2012). *Ka menadžmentu participativnog novinarstva - iskustva iz redakcije.* Beograd: Kultura. Broj 136: 237-261.

Valić-Nedeljković, Dubravka (1998). *Snaga, sloboda i odgovornost medija*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. https://novinarska-skola.org.rs/vodic/interes/Snaga,%20sloboda%20i%20odgovornost%20medija.pdf (Pristupljeno: 10. septembra 2022. godine)

Van Dijk, Teun Adrianus (2008). *Discourse and Power*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.

Maja Sedlarević
University of Novi Sad – Faculty of philosophy

ANALYSIS OF COMMENTS FOLLOWING THE MEDIA CONTENT

***Abstract**: The paper examines how and in what manner reader comments on media posts correspond with the text, as well as the content of those comments, their intended recipients, linguistic expressions used, and how they convey their stance on a particular topic/phenomenon/event and/or individual. Reader comments on media posts illustrate the extent to which the freedom they enjoy in the digital space can lead to discriminatory behavior, aggression, and various forms of verbal violence. For this reason, in this paper, we focus on the phenomenon of commenting on media content.*

The focus of this study is a current and pervasive phenomenon concerning audience comments on media content in the digital sphere. For the purposes of this research, comments on texts of the same topic, published on the portal and Facebook page of one media outlet, were analyzed for both 2020. and 2022. This research aims to provide an authentic portrayal of the correlation and interaction between media content and the comments that readers write underneath it.

Special attention is given to the occurrence of hate speech, with a particular emphasis on sexism, discrimination against LGBT individuals, and stereotypical portrayals of the individuals being commented on. The research results indicate that the woman who were the subjects of the posts in the comments were either ignored or depicted extremely negatively.

***Keywords**: digital sphere, interaction, comment, LGBT individuals, media content, misogyny, equality, sexism, verbal violence, women*

PREGLEDNI NAUČNI RAD

Primljeno: 20. III 2024.
Prihvaćeno za objavljivanje: 21. XI 2024.

MAN-COMPUTER GESTALT AND THE NOOSPHERE THEORY: WILL THE COMPUTER BE HUMANIZED OR THE MAN COMPUTERIZED?

Ivana Ercegovac[1]
Faculty of Applied Media, Higher Colleges of Technology, Fujairah, UAE
ORCID https://orcid.org/0000-0002-3192-0876

Tatjana Milivojević
The College of Social Work, Belgrade, Serbia
ORCID https://orcid.org/0000-0002-9778-8687

Ljiljana Manić
The College of Social Work, Belgrade, Serbia
ORCID https://orcid.org/0000-0001-7996-8791

DOI: 10.5937/cm19-56102

Abstract: *For the last several decades, internet has penetrated so deep in our everyday life and became the very essence of our being as well as of the way we function, so the question arises whether the internet has become an integral part of our life, or its users are just the factors of the global network system. Many scientists are trying to answer the question whether the moment of the internet taking over the role of the global consciousness is close. Artificial intelligence is used in more aspects each day of our lives, and the present testifies just how much people rely on the symbiosis with elements of technology with one foot in the virtual world. There are several directions of reflection regarding the future of interaction or symbiosis between man and machines. This paper deals with these concepts, gives the review of theories addressing the same issue and tries to explain the idea why the total control of the machine over the humankind is basically – not plausible.*

Keywords: *noosphere, artificial intelligence, man and machine symbiosis, global brain, online communication*

[1] Kontakt sa autorkama: iercegovac@hct.ac.ae, tatjana.milivojevic@asp.edu.rs, ljiljana.manic@asp.edu.rs

Introduction

The concept of a "noosphere" – a collective sphere of human thought – has long been proposed as a next step in the evolution of the Earth. Humankind may have gotten closer to realizing this concept than ever before with the advent of the internet, which has become a vast repository of collective knowledge and intelligence, connecting people and ideas on a global scale, and facilitating the rapid spread of information (Chernikova et al., 2021). Adopting the smartphone as a widely spread component which offering the possibility for their owners/users to be constantly online strengthens the feeling that this media is not only an essential part of our life but also a part of our being. It provides interactivity that erases the borders of affiliation. The question arises whether the internet has become an integral part of our life, or the users themselves are just the factors of the global network system (Milivojevic, et al., 2015). Besides that, social media platforms are fundamentally altering how users receive information and news, and other users' opinions (Ercegovac, 2022). "Human existence is being transformed. Its structure, many thousand years old, seems to be changing: built on the natural and the social, there is a third form of existence: web-life. Man is now the citizen of three worlds and its nature is being formed by the relations of natural, social and web-life" (Ropolyi, 2013). The idea that the internet and technology have the potential to bring about a global consciousness has been explored by scholars, who laid their grounds on the French philosopher and paleontologist Teilhard de Chardin's idea about "planitarization" as a next evolution step which corresponds with the current globalization enabled by information technologies (for example, Milivojevic, et al., 2015; Sámelová, 2018). In those terms, and with the rapid development of artificial intelligence (Hirsch-Kreinsen, 2023) and the increasing connectivity of the internet (Ercegovac, 2014), it is important to consider the implications of these advancements on the evolution of human consciousness, knowledge and intelligence.

The concept of a "global brain" is often associated with the idea of a collective intelligence (Reia et al., 2019; Williams, 2020; Naas et al., 2021) that emerges from the interconnectedness of individuals and systems through the internet. This idea, first proposed by Teilhard de Chardin (1955) in the 1950s, suggests that the human race is evolving towards a collective consciousness, akin to a single entity, through the increasing interconnectedness of individuals

and systems. The development of artificial intelligence and the increasing use of the internet as a means of communication and information sharing have led some to believe that we are moving towards a global brain, where the collective intelligence of humanity is augmented by the intelligence of machines (Minsky, 1986; Naas et al., 2021). However, the concept of a "global brain" is not without controversy, and there are alternative theories, such as the theory of intelligence augmentation (IA), which suggests that the relationship between humans and machines should be one of symbiosis rather than a merging of intelligence (Licklider, 1960).

Teilhard's book "The Phenomenon of Man" (1955) proposed concept of a thinking membrane which surrounds our planet provoked significant controversies in both religious and academic circles. Like many revolutionary ideas, however, the concept of noosphere was eventually ignored by most mainstream thinkers and forgotten – until the creation of the internet. The noosphere concept has clearly come of age in the networked society. "The internet has given the idea of a noosphere new vibrancy, serving as a platform that is capable of extending human minds, so they are able to create autonomous community projects that transcend traditional boundaries. These community projects serve as hubs of action, fostering connections with new types of information and sympathetic groups, transcending limitations inherent to local cultural histories and larger hegemonic forces" (Glassman, 2012). It has a profound influence on computer and internet theorists, who recognize that Teilhard had foreseen the internet 50 years before it happened. The concept of noosphere also inspired James Lovelock's 'Gaia' theory of the Earth as one living organism (Lahoz-Beltra, 2018).

Teilhard (1955) predicted the awakening of noosphere as a result of the growth of worldwide knowledge as well as the increasing psychosocial pressure on the planet's surface due to demographic explosion. Massive amounts of information occur within relatively narrow confines of the Earth, which, according to Teilhard, result in the development of some kind of a super-consciousness. It should happen when the quantity of information reaches a critical density. Could we imagine the internet as the brain of the emerging noosphere, if we accept de Chardin's prophecy? Some theorists believe that the internet and noosphere are inseparable, but not identical (Butler-Bowdon 2003). More precisely, the internet plays the role of what Teilhard called the "mechanical ap-

paratus" of noosphere. We should therefore keep in mind that the internet itself is not the noosphere, but only its infrastructure.

This paper will explore the concept of the noosphere and the idea of men-computer gestalt. It will also examine the role of the internet in the emergence of a global consciousness, the potential implications of artificial intelligence on the development of the noosphere, and the question of whether the computer will be humanized or the man computerized. The ideas of Teilhard de Chardin will be examined in relation to current discussions about the noosphere and technology. The paper will focus on the potential future of human-computer interaction and the impact it may have on the evolution of human consciousness.

The Probability of Creation of Noosphere

The optimistic faith in inevitable progress built in the program that controls the evolution is immanent to finalistic or teleological evolutionism such as de Chardin's. But some other proponents of the noosphere theory are more skeptical regarding the inevitability and irreversibility of progress.

In his book The Age of Knowledge – Principles and Reflections on noetic revolution in the 21st Century (2005) the scientist Marc Halévy reminds that the birth of noosphere goes back as far as the emergence of language in living species, especially human species. With the computer revolution and the development of the network this thin layer of noosphere suddenly proliferated to the point of covering the entire globe and it solidified with billions of new knowledge. The amount of knowledge accumulated by humanity between 1950 and 2000 was superior to the one that appeared with homo sapiens up to the 1950s. Halévy states that there is something radically new: ideas are becoming independent of the brains that conceive them, they live their own life, circulating, multiplying, and enriching from brain to brain, computer to computer, site to site. According to him, the independence of ideas of their human substrate is a true symptom of the emergence of the noosphere which transcends humanity.

However, it seems that this is not such a radical novelty, and that the organist analogy is not quite adequate. In fact, ideas used to be stored in files and libraries long before the advent of the internet and also had an independent life from the brains that produced them and from brains in general at that time:

Their quantity, multiplying force, speed and density of circulation were smaller, but that does not change the essence of the phenomenon.

The technological concept of noosphere contains the idea that the alliance between the biosphere and informatics ("biotics") will lead to the era of collective knowledge and awareness. However, Halévy warns that one should not confuse tools and products. Information technologies are noetic tools, but not the only ones as opinions and ideas multiply and amplify in other ways too, creating a snowball effect where each response encourages more new questions which seek new answers, etc. Or as an effect of trans disciplinarity where the concepts, ideas and knowledge from different domains and disciplines that were previously separated by impermeable boundaries, intersect, and mutually fertilize, opening new, unexplored fields of human imagination and intelligence. The explosion of information and knowledge has been made possible by the computer revolution, but it is not limited to it (Halévy 2005).

The image of noosphere as a "thinking layer" could be misleading, as it may evoke a kind of homogeneous envelope or field that permeates almost automatically, by a kind of osmosis, all people in relatively similar degrees. Rabelais warned long ago that science without conscience is only ruin of the soul, and conscience and soul are deeply personal. De Chardin also humanized evolution treating it as a simultaneously individual and collective, spiritual, moral, and emotional developmental process. Halévy also claims that the key problem of the 21st century is not technological, economic, or political, but spiritual. "As long as man is acting like a spoiled brat, being prisoner of his/her hedonistic whims, drowned in idiotic mercantilism and sensationalism, everything is possible, even the worst. […] So, if there should be barriers, they should be put to people and not to knowledge or technology. Man is the one who needs to learn to grow up" (Halévy, Failly 2006). While Halevi narrows the concept of the noosphere to sets of knowledge and, accordingly, to cognitive functions, processes, and outcomes, he also states that in parallel with the creation of noosphere man should enter the path of spirituality. It should be kept in mind that Teilhard's concept of noosphere already included spirituality.

Several years later, another researcher, Alexander Wilson (2017), talks about the same idea but from a perspective of big data. He believes that this "big data environment that tracks our interactions and displacements, that pulverizes the world as an abstract set of indexed variables", should be more appropriately

described as an 'infosphere'" and in his article he is problematizing the idea that "the big data society evokes the dream of absolute prediction and cybernetic control". However, he also points out Floridi's claim that the "infosphere is a 'fourth revolution' in human thought, the most recent step in the Copernican displacement of the human from the world stage" and that we are no longer masters of that infosphere as we are relying on the machine to make the calculations stating that "the evolution of knowledge is rooted in an original event of analysis, an act of cutting the world apart into smaller pieces". The knowledge and technology go together and converge more than ever before, but the question we are trying to answer is does this convergence aims towards the organic condition where we will not be able to truly tell apart one from the other.

Even though Halévy finds that the internet is contaminated with numerous unnecessary information and that the majority of sites, blogs and forums do not serve the improvement of mankind, he states that we cannot overlook the fact that the internet has brought "democratization of knowledge" (which is a highly problematized issue in current debates) by allowing access to information and knowledge to social groups to which these would otherwise be unavailable, due to economic, social, cultural or geographical factors. Opportunities and options are tremendous, but only under certain conditions. Nowadays, since the internet is available and subject to "pollution" by all, the law of the majority which is also the law of mediocrity prevails. The internet is, mostly, informational trash can for the masses. The real issue is neither technological nor prospective but philosophical: to believe or not believe in the virtue of the majority, the collective, the substantial number. Erasmus claimed. "One is not born a man but becomes one" and we know that very few achieve it. The mediocrity of the internet of entertainment, games, gadgets, and superficial chatter stifles the internet of intangible knowledge and thought under its heavy lids (Halévy, Failly 2006), not to mention the multitude of unethical or even criminal behaviors.

We can address the problem of contamination of the internet from the side of communicology as well. From this standpoint, the primary function of the internet is communication, and for the most part (if we exclude e-mails and instant messages as a mean of interpersonal communication) it is a medium of mass communication. In this regard we must not forget that besides education this kind of media has two more functions: informing and entertaining. Criticism of information overload could be directed against other mass media too,

i.e., television, radio, and newspapers. Concerning its educational role, thanks to its features the internet could have a great advantage over the other media (except for specialized programs and magazines). But it requires, on the other side autonomous, educated, critical and creative users.

According to Potter (2021), some scientists argue that the process of merging the human mind and the machine has already begun. It is expected that in the near future, personal computers will reach the intelligence of a thousand brains. However, traditional education should still be the foundation for further development of individuals and knowledge. Potter (2021) states that "with the rise of mass media, particularly in the last half century, the problem of providing information and making it available transformed into how to provide a protection against their excessive volume" (Potter 2021). The internet is not knowledge by itself, but a source of it for those who know how to search, select, analyze, and structure information. This leads to the "Matthew" effect, which allows for infinite capacity for individual exploration. Scientists are working on developing AI algorithms that are reaching human intelligence level, but it is impossible to predict when this programming will reach a satisfactory point. In 1997, Fidler predicted that the boundaries between "real" and "virtual" world will be lost and that developed interpersonal forms of cyber media will become an integral part of everyday life for many people before this (21st) century goes much further, and that we should expect the emergence of intuitive technology probably in the next few decades. It can be said that this scholar accurately predicted the near future given the level of technology that has been reached and the 24/7 availability of the internet today. It is almost certain that the development of intuitive technology happened faster than Fidler anticipated.

Computing and Thinking

The idea of merging man and machine is not new, and John von Neumann discussed it in his book "The Computer and the Brain" (1958), stating that the human brain can be viewed as a computer machine. His theories and assumptions have been the basis for much research and development in the field of artificial intelligence. Von Neumann discussed the differences between digital and analog forms of computing, and between serial and parallel connections, and argued that the brain operates similarly to a digital computer. Many scientists, including Kurzweil, have continued to research and develop artificial

intelligence, with the goal of creating a "non-biological system" that will be able to perform tasks at electronic speed (Kurzweil, 2005). The concept of singularity, when artificial intelligence surpasses human intelligence, is also discussed and it could have a significant impact on civilization and human nature (Heylighen, 2013). However, some more recent research which, for example consider the energy consumption, which is necessary to allow the sustainability of noosphere, shows that the humankind is still far from reaching that point of singularity (Lahoz-Beltra, 2018). On the other hand, according to the same research, internet could be seen as some sort of nervous system of the noosphere. This could be concluded simply because, like the nervous system, internet enables communication and coordination between various organ systems in an organism, allowing for quick and extensive exchange of information and ideas or even job opportunities (Manic et al., 2022) between people.

There are some machines that are doing the reasoning without any human intervention, but the real question is: is it possible for an independent machine to make moral judgments that are in line with the human's notion of morality? Can a machine be made to act ethically and morally? Pereira and Saptawijaya (2009) tried to give the answer on this subject, and they state that "morality no longer belongs only to the realm of philosophers [and that] the study of morality also attracts the artificial intelligence community from the computational perspective, and has been known under several names, including machine ethics, machine morality, artificial morality, and computational morality." In their study "Modelling Morality with Prospective Logic" they tested machines with "the trolley problem" that presents several moral dilemmas that inquire whether it is permissible to harm one or more individuals for the purpose of saving others. In all cases, the initial circumstances are the same (Hauser 2007 cit. in Pereira and Saptawijaya 2009): there is a trolley going on rails and its conductor has fainted. The trolley is headed toward five people walking on the track. The banks of the track are so steep that they will not be able to get off the track in time. Given the initial circumstance, there are several classical cases of moral dilemmas that could be employed for research on morality in people. In this study the researchers were using six cases to test the moral algorithm of the machines which were programmed using prospective logic. The trolley problem is considered to be among the universal moral dilemmas, and at the end of the study, Pereira and Saptawijaya claimed that the results comply with the results

found for most people in morality laboratory experiments. Nevertheless, even though the results in this kind of research coincide with the results obtained by testing people, we must not forget that both studies were conducted in a laboratory with hypothetical questions. Marshall (2010) brings out four reasons for criticism of the test:

1. It assumes perfect information about outcomes.
2. It ignores the global secondary effects that local choices create.
3. It ignores real human nature – which would be to freeze and be indecisive.
4. It usually gives you two choices and no alternatives, while in real life, there are always alternatives.

According to Heylighen (2013) and others (for example, Christensen, 2009; Alaieri and Vellino, 2016), decision-making is not exclusive to humans and raises questions about the potential infallibility of machines, which are designed by fallible creators. They also explore the idea of simple values in different philosophical approaches such as consequentialism and deontology, where one side emphasizes reason and the other emphasizes intuition. However, cognitive scientists such as Pinker (2002), Gendler (2011) and Bloom (2014) argue that these directions are unwise human thought processes and that everyday mistakes, such as poor choices in life, are evidence of this. They suggest that decision making based on both reason and intuition, rather than one or the other, is a more effective approach. Additionally, it is important to consider the limitations of both machines and human decision-makers and recognize that errors can occur in both cases. In order to make wise decisions, it is important to consider multiple perspectives, account for the possibility of errors, and make use of both reason and intuition.

Are We Getting More Intelligent?

The "Flynn effect" (named by the scientist James Flynn) is well-known. It refers to a substantial increase in average scores on intelligence tests all over the world. Flynn's research (1984, 1987, 1994) on the growing level of intelligence, especially of the general factor (G factor) showed a regular increase in IQ by 0.3 points per year .

Later Flynn evoked the possibility of declining performances. In 1999 he mentioned (Nicollet et al. 2009) various kinds of factors, such as biological,

social, and educational, that could explain the observed increase in intelligence in the period up to 1990. In a general model, Dickens and Flynn (2001) explained the Flynn effect in particular by the interaction between individual characteristics and the characteristics of the environment. According to these authors, an adverse environment badly affects individuals who have negative or weak individual characteristics, and vice versa: an environment has a positive effect on the development of mental abilities particularly in individuals who have good potentials. Having noted that the tendency of intelligence increase is slowing down, even stagnating

Flynn (1987) evoked a possible ceiling effect and admitted that the evolution of the IQ may not be a linear and endless process (Grégoire 2004). This was particularly noticeable in the tests that were heavily influenced by school knowledge. Teasdales and Owen (2005) analyzed the results of intelligence tests in the population of Danish young men tested in 1959 and 2004, and they observed a performance increase until 1990, followed by a slowdown and then a decline.

If, as Dickens and Flynn stated, general living conditions led to the growth of intelligence in a specific period in the twentieth century, could latest information technologies, particularly the Internet, reverse the inversion of the Flynn effect again in the direction of the evolution of intelligence? It seems that Nicholas Carr doubts it, as can be read in the provocative title which he gave to his essay, Is Google Making Us Stupid (2008):

> "For me, as for others, the Net is becoming a universal medium, the conduit for most of the information that flows through my eyes and ears and into my mind. The advantages of having immediate access to such an incredibly rich store of information are many, and they've been widely described and duly applauded. […] As the media theorist Marshall McLuhan pointed out in the 1960s, media are not just passive channels of information. They supply the stuff of thought, but they also shape the process of thought. And what the Net seems to be doing is chipping away my capacity for concentration and contemplation. My mind now expects to take in information the way the Net distributes it: in a swiftly moving stream of particles. […] When the Net absorbs a medium, that medium is recreated in the Net's image. It injects the medium's content with hyperlinks, blinking ads, and other digital gewgaws, and it surrounds the content with the content of all

the other media it has absorbed. […] The result is to scatter our attention and diffuse our concentration."

Judging by his essay and by his book The Shallows-What the internet Is Doing to Our Brains (2010) Carr does not believe in a harmonious interaction or gestalt between man and computer. If he had to answer the question present in the title of this paper – "Will man be computerized or computer humanized?" he would almost certainly pick the first option, as is confirmed by the pessimistic tones ending his essay:

"I'm haunted by that scene in 2001 […] HAL's outpouring of feeling contrasts with the emotionlessness that characterizes the human figures in the film, who go about their business with an almost robotic efficiency. Their thoughts and actions feel scripted, as if they're following the steps of an algorithm. In the world of 2001, people have become so machinelike that the most human character turns out to be a machine. That's the essence of Kubrick's dark prophecy: as we come to rely on computers to mediate our understanding of the world, it is our own intelligence that flattens into artificial intelligence."

Away from the Noosphere – Technological Pessimism

Other authors (for example, Anders, 1956 and Ellul, 1977) also have a globally distrustful and pessimistic view of, as they say, the uncontrolled growth of technology and its impact on humans and their lives.

Modern man developed (if only subconsciously) the belief in global technical mastery over the matter and the world. This belief implies that technique is just a neutral instrument which becomes good or bad only depending on the way we use it. Banally speaking, a knife can peel an apple or hurting someone. Such an idea is intuitive, comfortable, and widespread. However, these authors say that it is an absurd comparison and oversimplified illusion. We cannot compare tools, as extensions of our limbs and senses with today's sophisticated technology. The technique contains within itself its own effects independently of its use (Anders 1956). Of course, one should consider all the possible uses of a technical product, which cuts to the core of moral issues. But such issues are peripheral to a fundamental understanding of the phenomenon of techniques.

In other words, the ambivalence of technical development is much more complex than the problem of its use. Believing that everything depends on the way we use technology, is considering that it is neutral, but it is not. Regardless of the way we want to use it, the technique entails a number of consequences. It is not just a matter of good or bad intentions, because the inherent properties and potentials of any technique will inevitably be exploited (Anders 1956). We have a lot of confirming examples for this, and no denial. Legislation and ethics are quite helpless in front of the power and logic of technological necessity.

From one point of view, technical development is neither good nor bad; it is composed of more complex mixtures, but the most important is that it changes our very selves. We are in the middle of structures over which we do not have authority: we are caught in the technical universe, conditioned by it. To determine what would be an effective use of technology, we should be able to consciously relocate from the technical logic, rise above it and collectively adopt a different ideological paradigm of life and man, which is exceedingly difficult due to our complete immersion in the technical system (Ellul 1977).

The technique has reached such a degree of autonomy that, today, human existence is defined in relation to it (Aljanabi et. al., 2023), not vice versa. The irrepressible expansion of technique transforms the man in its image and likeness and produces a fourth, virtual dimension that goes far beyond the humanity defined by its physical, biological, and mental properties. Ellul notes that from a technocentric point of view, man is an impediment to progress: moreover, he is a failure (Ellul 1977). Comparing to machines the human being is incapable, lazy, irrational, powerless and maladjusted. Facing the powerful machinery man feels what Gunther Anders called the "Promethean shame". The machine follows a cold logic. It is not bothered by physiological, emotional and mental states. It is not disturbed by limited, unreliable and fragile corporeality, or confusing, arbitrary, and chaotic subjectivity which burdens human beings. The machine works – and it works ever better, faster and more efficiently. In order to be able to manage it, man must become more functional (or machine-like) too.

AI or IA – Noosphere or Gestalt

Scientists have discussed different perspectives on the development of collective intelligence through artificial intelligence (AI) and global brain. Some

scholars have presented the idea of AI and global brain as opposed imperatives, but there are other theories that have been proposed that are more likely and more humane. One of these theories is the work of American psychologist and computer scientist J. C. R Licklider, known as the theory of intelligence augmentation (IA).

According to Sankar (2013), Licklider is a "computer science titan" who had a profound effect on the development of technology and the Internet, and his vision was to enable collaboration between humans and machines that would result in joint decision-making and the ability to handle complex situations without relying on predefined programs. Licklider believed that humans are an extraordinary organism that cannot be replaced by robots or other intelligent technical beings, as they possess unique characteristics such as creativity and will that machines may never be able to reach or overcome.

However, Licklider also recognized that humans have limitations, such as being bad at mathematical calculations and proportions. With this in mind, Licklider predicted that computers would assist in areas where humans struggle, allowing them to perform routine operations and aid in decision-making processes. In his book "Man-Computer Symbiosis", published in 1960, Licklider stated that in the relationship between humans and computers, humans would set the goals, formulate hypotheses, determine criteria, and evaluate the results (Licklider, 1960).

Sankar sees the future as a collaboration between humans and computers, pointing out that the development of "smart" technology has not gone in the direction of creating a HAL-like machine, but rather in the direction of devices such as the iPad. Sankar notes that no matter how advanced technology becomes, machines will only do what they are asked to do by their human creators and will never be able to initiate their own actions. He also highlights that human free will is one of the arguments that supports Licklider's IA theory.

The recent boom of chatbots (Duduka et al., 2022; Pavlik, 2023) and virtual assistants is a clear example of the man-computer gestalt that J.C.R. Licklider envisioned in his theory of intelligence augmentation (IA). Chatbots and virtual assistants are designed to assist humans (Gupta et al., 2020; Aljanabi et. al., 2023) in performing routine tasks, such as scheduling appointments or answering basic questions. They are examples of technology that help humans to overcome the limitations of the human mind and improve efficiency and

productivity (Aljanabi et. al., 2023). By working in symbiosis with these tools, humans can achieve more than they could on their own. In the case of virtual assistants, for example, the human sets the goals and formulates the problem or a task, while the computer performs the tasks and provides the results. This is a clear example of Licklider's idea that "in the computer-man relationship, the human being will be the one that sets the goals, formulates the hypotheses, determines the criteria, and performs the evaluation" (Licklider, 1960). In addition, chatbots and virtual assistants have been designed to mimic human-like conversation, providing a more natural and intuitive interface for users. This is in line with Sankar's observation that the development of "smart" technology is moving in the direction of tools like the iPad, which are designed to be intuitive and easy to use, rather than complex and inflexible machines like HAL.

Thanks to AI (or IA), in the information age man and the machine have evolved into versatile and collaborative communication, transforming historical relationships through the division of human and machine environments and the computer's virtual world becoming a set of fluid tools with multiple potentials. In this age, man and machine interact in ways that were once thought impossible, creating new opportunities for innovation, productivity, and convenience. As technology continues to advance, the relationship between man and machine will continue to evolve, shaping the future of work, communication, and everyday life.

Concluding Remarks

It is mentioned earlier that the internet is a source or a repository of information and knowledge, and not knowledge *per se* (Milivojevic, et al., 2015). Acquiring knowledge is different from understanding and assimilating it (Ballay, 2006), and the process of knowledge acquisition requires lifelong efforts from individuals. That means that knowledge does not circulate like a commodity, but rather expands as an ongoing activity that transforms the individual and collective psyche. Also, intelligence is an attribute and function of personality and cannot be abstracted from personhood or be objectified. Furthermore, knowledge must be continuously engaged with, in order to be meaningful. This brings to the conclusion that collective intelligence is a myth that collides with the reality of the blindness of masses and systems. Additionally, the limitations of technology and machines as a substitute for human intelligence and capacity,

are reflected in the fact that they cannot replace the abilities, talents, reasoning, and other capacities of individuals. The internet can enhance communication, empathy, and tolerance (Milivojevic, 2014), but knowledge is structured in disciplines, areas, paradigms, and becomes abstract and petrified when people do not engage in continuous efforts to learn, understand, exchange, transfer, interpret, critically analyze, research, experience, and experiment(Milivojevic, et al., 2015). The idea of a noosphere, or a collective knowledge that develops from the interaction of people and technology, suggests that rather than trying to dominate one another, people and machines will work together in coexistence. The Matthew effect and Flynn effect also support this idea, as they demonstrate how the collective intelligence of humanity has been consistently increasing over time, rather than being overtaken by machines. Future research, however, should aim to confirm or refute this argument as people are using artificial intelligence more than ever before. The question that needs to be asked further is whether the use of AI leads to a decrease of human intelligence, as well as whether the use of AI capacity increases or decreases because of this collaboration.

This could be and interesting question as without ongoing involvement and interaction with the computer, knowledge breaks into fragments and becomes lifeless and cannot constitute a "collective intelligence" that would supposedly think autonomously. Furthermore, network-connected virtual communities alone are not sufficient to activate and animate human intelligence and desires, and that virtual connectivity is just one element, means or stage in the development of intelligence and knowledge (Milivojevic, et al., 2015). Based on this, it can be concluded that by enhancing and assisting human abilities, AI has the potential to improve human intelligence by freeing up time and energy for more creative and strategic tasks. The impact of AI on human intelligence will be determined by how society decides to integrate and use it. However, in order to ensure responsible development and application of AI technology, it is also crucial to take ethical and societal implications into account.

In conclusion, the theories and ideas presented by Chardin, Halévy, Wilson, Licklider, Sankar, and others show that it does not appear that the total control of machines over humankind is a plausible outcome, at least not in the near future. Instead, the relationship between humans and machines is likely to be one of collaboration and symbiosis, where the collective intelligence of humanity

continues to increase. Use of AI-powered personal assistants to increase productivity and efficiency in daily task, collaboration between medical professionals and AI-powered diagnostic tools to improve patient care, integration of drones into delivery and logistics systems to enhance speed and coverage, combination of human creativity and machine automation in design and media production, use of AI as a part of educational technologies, etc. are just some of the examples of how people are collaborating and will collaborate even further in the coming decades.

References:

Alaieri, F., Vellino, A. (2016). Ethical Decision Making in Robots: Autonomy, Trust and Responsibility. In: Agah, A., Cabibihan, JJ., Howard, A., Salichs, M., He, H. (eds) *Social Robotics. ICSR 2016. Lecture Notes in Computer Science*, vol 9979. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-47437-3_16

Aljanabi, M., Ghazi, M., Ali, A. H, Abed, S. A. & ChatGPT. (2023). ChatGpt: Open Possibilities. *Iraqi Journal For Computer Science and Mathematics*, 4 (1), 62–64. https://doi.org/10.52866/ ijcsm.2023.01.01.0018

Anders, G. (1956). Die Antiquiertheit des Menschen. Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution. München: C.H. Beck.

Ballay, J-F. (2006, March) Le mythe de l'intelligence collective. *Sciences humaines*, 169, 82-96.

Carr, N. (2010). *The Shallows – What the Internet Is Doing to our Brains*. New York: W. W. Norton & Company.

Chernikova, I., Chernikova, D., & Yazevich, M. (2021). On the role of the concept of noospheric knowledge in the era of technoscience. *E3S Web of Conferences* , 315, 04017ß. EDP Sciences. https://doi.org/10.1051/e3sconf/202131504017

De Chardin, T. (1955). *Le Phénomène humain*. Paris: Le Seuil.

Dickens, W.T. & Flynn, J.R. (2001). Heritability estimates versus large environnemental effects: The IQ paradox resolved. *Psychological Review*, 108, 346-369.

Duduka, J., Reis, A., Pereira, R., Pires, E., Sousa, J., Pinto, T. (2022). The Impact of Artificial Intelligence on Chatbot Design. In: Reis, A., Barroso, J., Martins, P., Jimoyiannis, A., Huang, R.YM., Henriques, R. (eds) *Tech-*

nology and Innovation in Learning, Teaching and Education. TECH-EDU 2022. Communications in Computer and Information Science, vol 1720. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-22918-3_39

Ellul, J. (1977). *Le système technicien*. Paris: Calmann-Levy.

Ercegovac, I. (2014). Internet komunikacija i demokratizacija javnog komuniciranja. In *Internet i društvo*, 273-288. Niš – Beograd: Srpsko sociološko društvo, Univerzitet u Nišu – Filozofski fakultet, Institut za uporedno pravo.

Ercegovac, I. (2022). Television Formats as User Generated Content: YouTube as Mass Media Channel(s) of Influencers. *Social Horizons*, 2 (3), 59-73. DOI: 10.5937/drushor2203059E.

Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.

Flynn, J.R. (1984). The mean IQ of American: Massive gains 1932 to 1978. *Psychological Bulletin*, 95, 29-51.

Flynn, J.R. (1987). Massive IQ gains in 14 nations: What IQ tests really measure. *Psychological Bulletin*, 101, 171-191.

Flynn, J.R. (1994). IQ gains over time. In R.J. Sternberg (Ed.), *Encyclopedia of human intelligence*, 617-623. New York: Macmillan.

Glassman, M. (2012). Occupying the Noosphere: The Evolution of Media Platforms and Webs of Community Protest. *Berkeley Planning Journal*, 25, 198-209. https://doi.org/10.5070/BP325111730

Grégoire, J. (2004). *L'examen clinique de l'intelligence de l'adulte*. Bruxelles: Mardaga.

Gupta, A., Hathwar, D., & Vijayakumar, A. (2020). Introduction to AI chatbots. *International Journal of Engineering Research and Technology*, *9* (7), 255-258. DOI:10.17577/IJERTV9IS070143

Halévy, M. (2005) *L'Age de la Connaissance – Principes et Réflexions sur la révolution noétique au 21ème siècle*. Paris: MM2 Editions.

Hirsch-Kreinsen, H. (2023). Artificial intelligence: a "promising technology". *AI & Society*. https://doi.org/10.1007/s00146-023-01629-w

Kurzweil, R. (2005). *The Singularity is Near: When Humans Transcend Biology*. London: Penguin Books.

Lahoz-Beltra, R. (2018). The 'crisis of noosphere' as a limiting factor to achieve the point of technological singularity. *Interdisciplinary Description of Complex Systems*, 16 (1), 92-109. https://doi.org/10.7906/indecs.16.1.7

Manic, Lj., Ercegovac, I., Tankosic, M. (2022). Non-standard Forms of Employment in Creative Industries. *Limes Plus*, 19(2), 45-66.

Milivojevic, T. (2014). Nove tehnologije i budućnost: prevazilaženje, preobražaj, ili ukidanje čoveka?. In *Internet i društvo*, 93-110. Niš – Beograd: Srpsko sociološko društvo, Univerzitet u Nišu – Filozofski fakultet, Institut za uporedno pravo.

Milivojevic, T., Jovanovic, D., Ercegovac, I. (2015). Noosphere: Does the Internet Provide an Evolutionary Leap to a Higher Level of Collective Intelligence?. *In Medias Res*, 4 (7), 1132-1149.

Minsky, M. (1986). *The Society of Mind*. New York: Simon & Schuster.

Naas, S. -A., Mohammed, T., Sigg, S. (2021). A Global Brain fuelled by Local intelligence: Optimizing Mobile Services and Networks with AI. *16th International Conference on Mobility, Sensing and Networking (MSN), Tokyo, Japan*, 23-32, DOI: 10.1109/MSN50589.2020.00021.

Nicollet, J., Guillen, C.J., Jouhar, A-C., and Rossier, J. (2009). Performance aux tests d'intelligence: vers une inversion de l'effet Flynn?. *L'orientation scolaire et professionnelle*, 38, 353-368.

Pavlik, J. V. (2023). Collaborating With ChatGPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence for Journalism and Media Education. *Journalism & Mass Communication Educator*. https://doi.org/10.1177/10776958221149577

Pinker, S. (2002). *The Blank Slate: The Modern Denial of Human Nature*. London: Penguin Books.

Potter, J. (2021). *Media Literacy*. Thousand Oaks: SAGE Publications.

Reia, S. M., Amado, A. C., Fontanari, J. F. (2019). Agent-based models of collective intelligence. *Physics of Life Reviews*, 31, 320-331. https://doi.org/10.1016/j.plrev.2018.10.004.

Sámelová, A. (2018). Teilhard's Planetisation of Mankind as Part of Globalisation. *Human Affairs*, 28, 339–343. DOI: 10.1515/humaff-2018-0027

Teasdales, T.W. & Owen, D.R. (2005). A long-term rise and recent decline in intelligence test performance: The Flynn Effect in reverse. *Personality and Individual Differences*, 39, 837-843.

Von Neumann, J. (1958). *The Computer and the Brain*. New Haven: Yale University Press.

Wilson, A. (2017). Biosphere, Noosphere, Infosphere: Epistemo-Aesthetics and The Age Of Big Data. *Parallax*, 23(2), 202-219.

Internet sources

Bloom, P. (2018) Moralities of Everyday Life: Philosophical Approaches. *Coursera*, https://class.coursera.org/moralities-001/lecture/5 (accessed: 1-Jul-2022).

Butler-Bowdon, T. (2003). *Review of The Phenomenon of Man*. http://www.butler-bowdon.com/phenomenonman (accessed: 14-May-2014).

Carr, N. (2008). Is Google Making us Stupid? What the Internet Is Doing to Our Brains. *The Atlantic*, http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/306868/. Accessed 4 Dec 2013.

Christensen, B. (2009). Can Robots Make Ethical Decisions?. *Live Science*, http://www.livescience.com/5729-robots-ethical-decisions.html (accessed: 12-Dec-2022).

Gendler, T. (2011). Philosophy and the Science of Human Nature. *Yale*, http://oyc.yale.edu/transcript/1008/phil-181 (accessed: 29-Jan-2015).

Halévy, M. and Failly, D. (2006). L'Age de la Connaissance – Principes et Réflexions sur la révolution noétique au 21ème siècle. *Next Modernity*, http://culture.nextmodernity.com/archive/2006/01/10/l-age-de-la-connaissance-principes-et-reflexions-sur-la-revo.html (accessed: 18-Mar-2015).

Heylighen, F. (2013). Return to Eden? Promises and Perils on the Road to a Global Superintelligence. In Goertzel, B. & Goertzel, T. (Ed.), *The End of the Be-ginning: Life, Society and Economy on the Brink of the Singularity* http://pespmc1.vub.ac.be/Papers/BrinkOfSingularity.pdf (accessed: 22-Dec-2018).

Kurzweil, R. (2005). Singularity Q&A. http://www.kurzweilai.net/singularity-q-a (accessed: 11-Dec-2023).

Licklider, J. C. R. (1960). Man-Computer Symbiosis. *MIT*, http://groups.csail.mit.edu/medg/people/psz/Licklider.html (accessed: 21-Jan-2023).

Marshall, S. (2010): The Problem With Trolley Problems. http://sebastianmarshall.com/the-problem-with-trolley-problems. (accessed 29-Jun-2022).

Pereira, L.M. and Saptawijaya, A. (2009). Modelling Morality with Prospective Logic. http://centria.di.fct.unl.pt/~lmp/publications/online-papers/epia07-morals.pdf. (accessed: 20-May-2015).

Sankar, S. (2012). TED talks: The rise of human-computer cooperation. *TED Global*, http://new.ted.com/talks/shyam_sankar_the_rise_of_human_computer_cooperation (accessed: 24-Dec-2022).

Williams, A. E. (2020, April 30). A Model for General Collective Intelligence. *AfricArXiv* https://doi.org/10.31730/osf.io/6u984 (accessed: 17-Dec-2022).

Ivana Ercegovac
Faculty of Applied Media, Higher Colleges of Technology, Fujairah, UAE
Tatjana Milivojević
The College of Social Work, Belgrade, Serbia
Ljiljana Manić
The College of Social Work, Belgrade, Serbia

GEŠTALT ČOVEK-KOMPJUTER I TEORIJA NOOSFERE: DA LI ĆE RAČUNAR BITI HUMANIZOVAN ILI ČOVEK KOMPJUTERIZOVAN?

***Apstrakt**: Internet je u poslednjih nekoliko decenija tako duboko ušao u naš svakodnevni život i postao suština našeg bića i načina na koji funkcionišemo, pa se postavlja pitanje da li je internet postao sastavni deo našeg života, ili su njegovi korisnici samo faktori globalnog mrežnog sistema. Mnogi naučnici pokušavaju da odgovore na pitanje da li je blizu trenutak da internet preuzme ulogu globalne svesti. Veštačka inteligencija se svakodnevno koristi u više aspekata u našim životima, a sadašnjost svedoči koliko se ljudi oslanjaju na simbiozu sa elementima tehnologije jednom nogom u virtuelnom svetu. Postoji nekoliko pravaca razmišljanja o budućnosti interakcije ili simbioze između čoveka i mašina. Ovaj rad se bavi ovim konceptima, daje pregled teorija koje se bave istim pitanjem i pokušava da objasni ideju zašto je potpuna kontrola mašine nad čovečanstvom u osnovi – neuverljiva.*

***Ključne reči**: noosfera, veštačka inteligencija, simbioza čoveka i mašine, globalni mozak, onlajn komunikacija*

PREGLEDNI NAUČNI RAD

Primljeno: 20. III 2024.
Prihvaćeno za objavljivanje: 21. XI 2024.

„CRNA HRONIKA“ I ETIKA U ŠTAMPI U SRBIJI PRE 100 GODINA I DANAS

Bojan Cvejić[1]
Univerzitet u Beogradu – Fakultet Političkih nauka
ORCID https://orcid.org/0009-0006-2869-0391

DOI: 10.5937/cm19-49941

Apstrakt: *Interesovanje publike za vesti iz sfere kriminala i naslovima o nesrećnim slučajevima i tragedijama nije trend novog doba. Vesti iz takozvane „crne hronike“ objavljuju se u medijima od kada je novinarstva. Iako često u njima ne postoji javni interes, već preteže interesovanje javnosti, „crne vesti“ su oduvek nalazile put do publike putem javnih glasila. U današnje vreme, naročito u medijima u Srbiji, primeri iz ove tematske oblasti najčešći su slučajevi u kojima novinari prelaze profesionalne granice i krše etičke standarde. Na osnovu iskustva i prakse, poslednjih decenija ustanovljena su brojna pravila o izveštavanju o krivičnim delima i ličnostima koje su direktni ili indirektni akteri takvih događaja, kroz medijske etičke kodekse, ali i zakone. Cilj ovog rada je ustanoviti šta se u medijima u Srbiji promenilo po ovom pitanju u odnosu na period od pre jednog veka, kada su etički kodeksi bili tek u povoju i nisu postojale smernice i precizna pravila. Uzorkom su obuhvaćena tri dnevna lista „Pravda“, „Vreme“ i „Politika“ iz perioda od 1. do 29. februara 1924. i dnevni novine „Kurir“, „Večernje novosti“ i „Politika“ u periodu od 1. do 29. februara 2024. godine.*

Ključne reči:*mediji, novinarstvo, etika, medijska etika, crna hronika, kriminalitet, štampa, vesti*

Uvod

Sve brži razvoj novih tehnologija pred novinare i medije u svetu danas postavlja brojne izazove – od brzine objavljivanja vesti, provere autentičnosti velikog broja izvora informacija, do krize autorstva i poverenja u medije. Mnogi

[1] Kontakt sa autorom: bojan.cvejic@gmail.com

teoretičari ocenjuju da je publika postala zasićena obiljem informacija koje su dostupne na različitim medijskim platformama i generalno na internetu. U toj „do sada nepoznatoj poplavi informacija" (Brey, 2020: 31), poslednje decenije naročito, mediji „sve agresivnije nastoje da privuku našu pažnju" (Poter, 2011: 27). Nove i drugačije okolnosti u kojima novinari rade nisu izazov samo za digitalne medije, već značajno utiču i na tradicionalne medije.

Vesti o nesrećama, tragedijama, kriminalu, zločinima i drugim krivičnim delima, međutim, izazivaju pažnju kod medijske publike od samih početaka novinarstva s tim što su u današnje vreme, imajući u vidu obilje lako dostupnih informacija, još masovnije zastupljene. U medijskoj literaturi vesti o kriminali ocenjuju se neretko kao najpopularnije teme za medije, koje „pomažu prodaji novina" (Chermak, 2011: 88). Iako u vestima iz ove tematike često ne postoji javni interes, već se urednici vode navodnim interesovanjem publike, mediji se utkruju ko će imati više detalja o nekom počinjenom zločinu. Samim tim, ovakva vrsta vesti, nekada karakterističnija za tabloidnije medije, sve više prostora nalazi i u glasilima koja spadaju u referentne i ozbiljnije medije.

U medijima u Srbiji ova oblast u praksi ustalila se pod nazivom „crna hronika", te se u štampanim glasilima i na internet portalima čitave sekcije označavaju tim terminom. Reč hronika nastala je od grčke reči „chronikus" što u prevodu znači – vremenski, a predstavlja „deo u novinama u kojem se piše o dnevnim događajima i beleže dnevne vesti i slično" (Vujaklija, 1986: 1024). Vremenom je dodat i epitet „crna" kako bi se tematski izdvojile dnevne vesti u kojima su epilozi nesrećni slučajevi i zločini.

U pojedinoj literaturi se popularizacija ovakvog medijskog sadržaja vezuje za period društvenih sukoba i pojavu tabloida, koji su naglašavali zabavu, seks i kriminal, dvadesetih i tridesetih godina 20. veka. Te novine su bilo duplo manjeg formata i „fokusirale su se na ljudska osećanja, sport i senzacionalizam" (Wilkins & Brennen, 2004).

Brojni teoretičari medija, pravnih nauka i bezbednosnih pitanja bavili su se popularizacijom kriminaliteta u medijima, kao „društvenim fenomenom koji istovremeno predstavlja važan društveni problem i komercijalnu vest" (Kesić, Dželetović & Tomić, 2020: 1417). Postoje različita stanovišta u akademskoj i naučnoj zajednici. Stjuart Hol (Stuart Hall) smatra da kriminalitet predstavlja vest zbog toga što „izaziva pretnju, ali i reafirmiše konsenzualnu moralnost društva" (Isto: 1415). Iako su mnogi saglasni da su vesti o ovakvim događajima

nešto o čemu javnost treba da bude informisana i da se ukazivanjem na društvene probleme može preventivno uticati na smanjenje broja krivičnih dela, postavlja se pitanje na koji način se izveštava o ovom segmentu dnevnih događaja i da li se to radi samo zbog činjenice o popularnosti ove teme među publikom.

Poslednjih decenija mediji su postali „zasićeni prikazima krimalne aktivnosti" (Mlađenović, 2018: 130). Urednici u praksi neretko se pravdaju upravo time da publika želi da čita i traži vesti iz „crne hronike". Novija istraživanja o navikama publike u Srbiji, međutim, pokazuju različite podatke. Prema istraživanju Centra za medijska istraživanja Fakulteta političkih nauka iz 2020. godine, 12 odsto ispitanika je odgovorilo da ih zanimaju sadržaji iz „crne hronike", dok je ispitivanje agencije Kliping godinu dana kasnije ukazalo da 27 odsto publike štampanih medija i 20 odsto posetilaca portala čita „crnu hroniku". Najmanji procenat zainteresovanih za vesti o kriminalitetu dalo je istraživanje Centra za profesionalizaciju medija i medijsku pismenost iz 2023. godine, prema kojem je 9,4 odsto ispitanika odgovorilo da u onlajn medijima čita isti sadržaj.

Analize sadržaja, s druge strane, ukazuju da je većina naslova vesti o kriminalitetu u Srbiji senzacionalističkog tipa, da „razmere nasilničkog kriminaliteta predstavljene u medijima ne odgovaraju stvarnoj stopi nasilničkog kriminaliteta" (Kesić, Dželetović i Tomić, 2020: 1419), kao i da je „medijski diskurs je u potpunosti lišen pitanja uzroka, prevencije ili politike suprotstavljanja kriminalitetu" (Isto: 1421).

Kritička stanovišta ocenuju da su mediji među „najvažnijim agentima u širenju kriminalnih koncepcija" (Quinney 1970, prema Pollak & Kubrin, 2007: 61) i da iskazuju zabrinutost da „glamurizuju i podstiču kriminal" (Greer, 2013), a da ujedno povremeno izazivaju i nezadovoljstvo javnosti pa i moralnu paniku. Mnoga istraživanja bavila su se uticajem medijskog izveštavanja o kriminalu na ljude, te je većina tih studija fokusirana na strah „koji je afektivna reakcija na zločin" (Baranauskas & Drakulich, 2018: 680). „Dramatizacijom izveštavanja postiže se afektualizacija auditorijuma, koji pod pritiskom tabloidnog diskursa potiskuje čovekov racio" (Jevtović, Bajić & Vojinović, 2020: 1062).

Etičnost izveštavanja u okviru oblasti „crne hronike"

Izveštavanje o „crnoj hronici" pokazalo se u praksi kao oblast za koju se može reći da je najosetljivija po pitanju poštovanja profesionalnih i etičkih stan-

darda novinarstva, odnosno granice se vrlo lako mogu preći što se tiče pitanja koje sve informacije treba objaviti, a koje ne. Najčešće dileme i greške novinara i urednika javljaju se kada je reč o poštovanju privatnosti osoba koje su akteri određenih krivičnih dela i kriminalnih radnji, ali i što se tiče pretpostavke nevinosti osumnjičenih. Mediji, najčešće u naslovima, radi efektnosti i senzacionalizma, proglase krivim osobe o kojima pišu iako one u tom trenutku neretko imaju status osumnjičenih lica.

Pravila pretpostavke nevinosti i zaštite ličnih podataka uređuju mnogi međunarodni dokumenti, ali i nacionalni zakoni. U Srbiji se pretpostavka nevinosti štiti Ustavom Srbije, Zakonikom o krivičnom postupku i Zakonom o javnom informisanju i medijima. Svi ovi dokumenti propisuju da se svako smatra nevinim sve dok se njegova krivica ne utvrdi pravnosnažnom odlukom suda.

Podatke o ličnosti, s druge strane, štite Ustav Srbije, Zakon o javnom informisanju i medijima i Zakon o zaštiti podataka o ličnosti, prema kojima je zabranjeno objavljivati informacije o privatnom životu. Zakoni se posebno osvrću na zaštitu maloletnika u takvim slučajevima, te Zakon o javnom informisanju i medijima utvrđuje da se „maloletnik ne sme učiniti prepoznatljivim u informaciji koja može da povredi njegovo pravo ili interes". Propisana pravila, međutim, podrazumevaju i izuzetke, ukoliko je objavljivanje određenih informacija od značaja za javni interes.

> „Što je delo monstruoznije i epohalnije, i što je usled toga veći opravdani interes javnosti za informisanjem o celokupnoj pozadini, utoliko intenzivnije izveštavanje mora da se bavi motivacijom, biografijom i ličnosti počinioca. To može uključivati i navođenje imena". (Brey, 2020: 74)

Gotovo svi etički kodeksi novinara u svetu prepisuju ova pravila, ali ih i preciziraju pošto, prema teoretičaru medija Luisu Alvinu Deju (Louis Alvin Day), „etičnost prevazilazi zakon, jer su mnogi postupci zakoniti, ali nisu etični" (Alvin Dej, 2004: 45). U Kodeksu novinara Srbije takođe se navodi da su mediji dužni da poštuju pravo pretpostavke nevinosti i dodaje se da u tom slučaju moraju i da štite privatnost i identitet osumnjičenog ili počionica, čak i u slučaju priznanja krivice. Zaštita privatnosti i identiteta podrazumeva „ne samo zaštitu imena (označavanje osumnjičenog inicijalima), već i zaštitu drugih podataka koji bi mogli da upute na njegov identitet: fotografija, adresa, opis izgleda, bračno stanje, socijalni status, pripadnost nekoj grupi, imena suseda, rođaka i prijatelja".

Prema Kodeksu novinara Srbije, novinari su dužni da poštuju i štite prava i dostojanstvo dece, žrtava zločina, osoba sa hendikepom i drugih ugroženih grupa, da poštuju dostojanstvo i integritet ljudi o kojima izveštavaju. „Novinar mora da ima svest o moći medija, odnosno o mogućim posledicama po žrtvu ili počinioca ukoliko se otkrije njihov identitet", navodi se u Kodeksu.

Teoretičari medija i medijske etike posebno naglašavaju značaj poštovanja privatnosti i pretpostavke nevinosti, koje se neretko krše u „paketu". Povreda pretpostavke nevinosti, kako smatra Dejl Žaket (Dale Jacquette), posle donošenja presude znači „stavljanje na stub srama, čime se izrečena kazna još više otežava, pri čemu se ne vodi računa ni o potrebi ponovnog integrisanja osuđenog u društvu, ni o interesima njegove porodice i najbližih" (Žaket, 2007: 59).

Kršenje pretpostavke nevinosti može izazvati brojne posledice kao što su uticaji na porodične i prijateljske odnose i na profesionalni i društveni ugled, čija se „težina ne može izraziti u novcu, niti se njime mogu otkloniti" (Kolaković-Bojović, 2012: 565).

Istraživanja i analize medija u Srbiji pokazuju veliki broj kršenja ovih profesionalnih i etičkih pravila u okviru rubrika „crne hornike". Monitoring Saveta za štampu iz 2023. godine, koji je obuhvatio dnevne novine u Srbiji, ukazuje upravo da je najveći broj prekršaja Kodeksa novinara Srbije zabeležen pri izveštavanju o krivičnim delima. Kako se navodi u rezultatima, jedna od najčešće kršenih odredbi jeste ona koja se odnosi na pretpostavku nevinosti, odnosno na zabranu objavljivanja podataka koji upućuju na identitet osumnjičene osobe – fotografija kuće, imena članova porodice ili rodbine, zanimanje, pozicija u sredini iz koje potiče i slično.

I nalazi drugih nezavisnih istraživanja ukazuju na slične tendencije u domaćim medijima. Monitoring medija koje je sprovela 2022. godine organizacija „Partneri Srbija" pokazao je da onlajn i mediji tabloidne uređivačke orijentacije „posebno agresivno zadiru u privatnost građana, najčešće u vestima o nasilju i nesrećama" (Kleut & Prodanović, 2022: 7), odnosno da se bez javnog interesa razotkriva identitet građana i objavljuju informacije o njihovom privatnom životu.

Ista organizacija je kroz analizu sadržaja medija 2016. godine (Grupa autora, 2017: 47) došla do rezultata da je u 315 tada analiziranih tekstova, pravo na pretpostavku nevinosti i pravo na privatnost prekršeno velikom broju osoba. Najčešće se radi o odraslim žrtvama i osumnjičenima, ljudima iz njihovog bliskog okruženja, ali i o maloletnim žrtvama.

Regulisanje pravila kroz zakone i novinarske kodekse

Posmatrajući istoriju novinarstva, mnoga od ovih profesionalnih i etičkih pravila nisu postojala oduvek, već su se vremenom uvodila u praksu i nadograđivala u skladu sa tendencijama medijskog izveštavanja i unapređenjem zaštite ljudskih prava kroz različite zakone i propise.

Pretpostavka nevinosti prvenstveno je pravni pojam, te se samim tim u početku vezivala za pravosuđe i regulativu koja se odnosila na tu oblast. Smatra da se je kao maksima prvi put zvanično ušla u američko pravo odlukom Vrhovnog suda krajem 19. veka. Ipak, pojedini autori mišljenja su da se koreni pojma pretpostavke nevinosti mogu naći još u rimskom pravu, ali ne u obliku koji je važeći u modernom društvu (Ilić, 2012: 576).

Prvi novinarski kodeksi koji regulišu standarde u medijskom izveštavanju pojavljuju se tek početkom 20. veka i uglavnom nisu bili toliko precizni kao danas, već su se oslanjali na opšte vrednosti novinarske profesije i rada medija. Najstarijim etičkim kodeksom na svetu koji još uvek važi smatra se „Povelja francuskih novinara" koju je usvojilo 1918. godine Nacionalno udruženje novinara (Korni, 1999: 21). U SAD Američko društvo urednika novina usvaja „Kanone novinarstva" 1923. u kojima ističu načela tačnosti informisanja, nepristrasnosti i odgovornosti. U Evropi su po ovom pitanju prednjačile skandinavske zemlje, te su tako Švedska, Finska i Norveška u prvih trideset godina 20. veka imale svoje etičke kodekse, ali i sudove časti ili savete za štampu.

Pretečom prvog kodeksa novinara u Srbiji smatraju se tri smernice Srpskog novinarskog društva iz 1881. godine. Prema njima, „srpski novinari udružuju se u nameri: 1) da obezbriže i unaprede srpsku publicistiku putem i sredstvima koja nađu za najudesnija; 2) da se uzajamno potpomažu u slučaju potrebe, i 3) da zaštite ugled i interese publicistike, sastavljajući porotni sud radi časti nad svakim svojim članom, koji bi na zlo upotrebljavajući javnu reč, kompromitovao slobodu štampe u Srbiji" (Bjelica, 1888: 18).

Prva profesionalna pravila na ovim prostorima mogu se uočiti u dopisu Udruženja novinara Federalne Srbije koje je poslato 23. maja 1945. godine tadašnjem Ministarstvu unutrašnjih poslova Srbije. U tom „Nacrtu privremenih pravila" ističe se da se iz ovog udruženja mogu isključiti novinari „po presudi Suda časti: 1) za presude protiv nacionalne časti, interesa naroda Jugoslavije i tekovina Narodnooslobodilačke borbe; 2) za povrede opštih interesa novinarstva, kao i ugleda novinara; 3) za rušenje discipline među članovima i prekršaja

odredbe drugih pravila; 4) posle osude državnih sudova za krivična i druga nastala dela" (Nedeljković, 2009: 407).

U prvom novinarskom kodeksu na našim prostorima koji je usvojen 1965. godine navodi se da je novinar „dužan da poštuje čovekovu ličnost i dostojanstvo" (Kodeks jugoslovenskog novinarstva), dok prve detaljnije smernice o pravilima privatnosti i pretpostavci nevinosti prilikom novinarskog izveštavanja nalazimo u Kodeksu novinara Jugoslavije iz 1988. godine. U ovom dokumentu se navodi:

> „Novinar ne sme senzacionalistički da otkriva javnosti čovekovu ličnost i njegovu intimu. Obavezan je da obazrivo izveštava o nesrećama, porodičnim tragedijama, bolestima, deci i maloletnicima. Kad izveštava iz oblasti pravosuđa, vodi računa da su svi ljudi pred zakonom jednaki i da niko ne može biti proglašen krivim dok nije pravosnažno okrivljen".

Kao što su se vremenom razvijali i dopunjavali, novinarski kodeksi posebno postaju značajni u današnjem, digitalnom dobu „u kojem se ne odvija samo demokratizacija komunikacije, nego i konstantan protok dezinformacija, netačnih informacija, laži i zloupotreba" (Ireton & Posetti, 2021: 22).

Veliki broj danas postojećih novinarskih etičkih kodeksa, međutim, ne može da predvidi sve situacije na koje mediji mogu naići u svom svakodevnom radu, naročito u digitalnom dobu kada se svakodnevno suočavaju sa novim izazovima, pa je često neophodno i da se novinari oslone na svoje ljudske i profesionalne osećaje. U prilog tome govore i pojedini medijski teoretičari kao što je Ričard Krejg (Richard Craig) koji smatra da ne mogu postojati utvrđena pravila i uputstva za novinare, „nema Hipokratove zakletve, ali se sasvim jasno zna šta je dozvoljeno, a šta nije" (Krejg: 2010: 299).

Metodološki pristup

Predmetom istraživanja ovog rada obuhvaćeni su sadržaji objavljeni u dnevnim listovima „Vreme", „Pravda" i „Politika" u periodu od 1. do 29. februara 1924. i novinama „Kurir", „Večernje novosti" i „Politika" u istom periodu sto godina kasnije, odnosno 2024. godine. Mediji iz 1924. uzeti su u uzorak kao jedine dostupne dnevne novine iz tog perioda u digitalnoj arhivi Narodne biblioteke Srbije. Tri dnevna lista obuhvaćena uzorkom izlazila su u periodu posle Prvog svetskog rata, u vreme tada nove države Kraljevine Srba, Hrvata i

Slovenaca. Istorijski kontekst na ovim prostorima u tim godinama karakterisala su nova posleratna stranačka gruisanja, politička nestabilnost i krize monarhije, a obrazovni nivo stanovnika države zaostajao je za Evropom. Dvadesetih godina 20. veka osniva se veliki broj novina, naročito su pred izbore pokretani novi politički listovi koji su služili kao „sredstvo političke propagande" (Bjelica, 1988: 67).

List „Pravda" pokrenut je 1904. kao privatni list koji je ostao u tom statusu sve do kraja izlaženja 1941. godine. „Politika" je osnovana iste godine kao „Pravda", takođe kao privatni list s nezavisnim i umerenim stavom, koja je „pogodila ukus tadašnje intelektualne čitalačke publike" (Bjelica, 1968: 99) i koja je brzo postala najčitaniji list u državi s pozitivnim uticajem na drugu štampu. Posle Prvog svetskog rata, odnosno 1924. godine „Politika" postaje akcioanrsko društvo. Dnevne novine „Vreme" počinju da izlaze 1921. godine, a njeni osnivači su bili radikalski političari, te je list od početka bio „dvorski i radikalsko-režimski" (Bjelica, 1968: 141).

S druge strane, list „Kurir" danas predstavlja jedan od tiražnijih tabloida u Srbiji, „Večernje novosti" dnevne novine sa dugom tradicijom koje su od polutabloida poslednjih godina prerasle u tabloid, dok je „Politika" obuhvaćena uzorkom kao ozbiljna dnevna štampa koja je ujedno izlazila i u periodu od pre jednog veka.

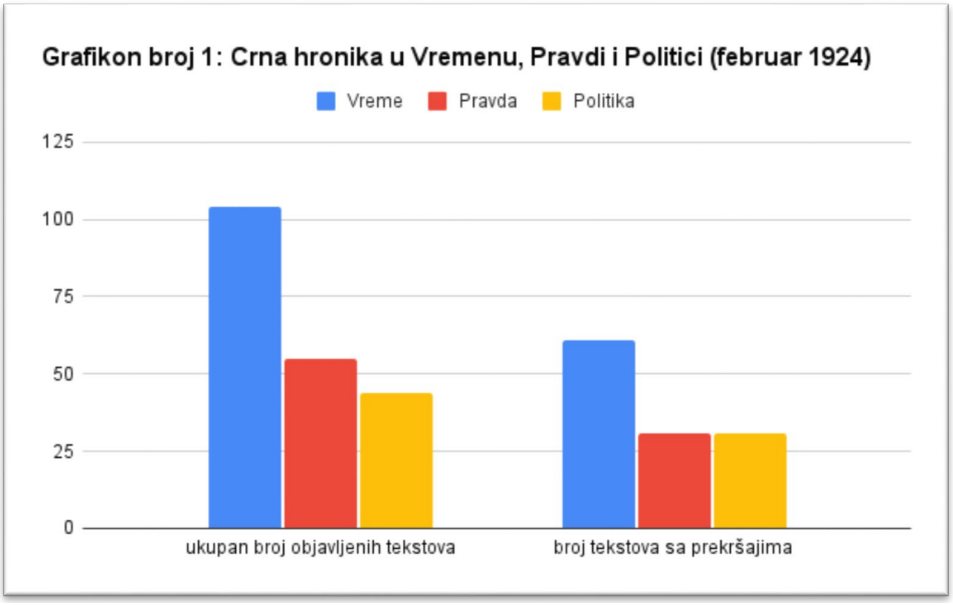
Statističkom metodom u radu biće utvrđen broj vesti koje su mediji koji predstavljaju uzorak objavili iz oblasti „crne hronike". Analizom sadržaja ustanoviće se teme i načini na koje su se mediji bavili kriminalitetom pre jednog veka u odnosu na današnje medije. Putem analize sadržaja biće utvrđen i broj prekršaja Kodeksa novinara Srbije u dnevnim novinama iz 2024. godine, kao i to šta bi bili prekršaji etičkih standarda u glasilima iz 1924. da su postojali pravila i kodeksi koji su danas opštevažeći u novinarstvu.

Cilj istraživanja je poređenje izveštavanja medija o jednoj osetljivoj temi u razmaku od jednog veka, odnosno ustanoviti kako su o „crnoj hronici" izveštavali novinari kada nisu postojale precizne smernice i šta se po tom pitanju promenilo do danas na domaćoj medijskoj sceni kada su pravila izveštavanja uokvirena zakonima, kodeksima i brojnim drugim dokumentima.

Analiza sadržaja „crne hronike" u medijima 1924. godine

Dnevni listovi „Vreme", „Pravda" i „Politika" u periodu od 1. do 29. februara 1924. objavili su ukupno 203 vesti koje se bave nesrećama, tragedijama, zločinima i drugim kriminalnim delima. Zajednička karakteristika sve tri novine jeste da su vesti iz takozvane „crne hronike" objavljivane u okviru sekcije „Dnevnih vesti", sa kratkim naslovima i nisu imale posebnu stranicu. Druge zajedničke odlike jesu hronološko opisivanje događaja i nenavođenje izvora, kao i nepostojanje fotografija koje su ilustrovale takav sadržaj.

Poštovanje pretpostavke nevinosti i pravila privatnosti u to vreme nije bilo svojstveno domaćoj štampi, s obzirom na to da nisu postajale zvanične smernice. U analiziranom periodu zabeležena su 123 teksta u kojima se krše etički standardi koji su važeći u današnje vreme, što je 60,6 odsto od ukupnog broja tekstova iz oblasti „crne hronike" u ovom listu.



U listu **„Vreme"** u analiziranom periodu pre 100 godina objavljeno je ukupno 104 vesti na tematiku kriminaliteta od kojih se u 61 ili 58,65 odsto beleže prekršaji pravila danas važećeg Kodeksa novinara Srbije. Najproblematičnije u tadašnjim tekstovima iz ugla današnjih pravila jeste upravo nepoštovanje pret-

postavke nevinosti i pravila privatnosti koje najčešće „idu u paru". Privatnost se tada nije poštovala u 60 tekstova, a prezumpcija nevinosti u 29.

Iako su teme ovakvih vesti bila sitna dela kao što su tuče i krađe, novinari „Vremena" gotovo uvek su objavljivali imena i prezimena svih aktera određenih događaja. Primer se vidi već prvog dana analiziranog perioda u vesti u kojoj se navodi da su se u jednoj kafani u Sremskoj Kamenici „zavadili građani Stevan Vukosavljević i Petar Krstić", a da dok su se „njih dvojica gušali, ušli su u kafanu Stevanov brat Lazar i Krstićev ujak Boža Postanac".

Krađe su takođe često bile povod za vesti, ali su uglavnom počinioci bili nepoznati i samo se skretala pažnja da se dešavaju i šta je pokradeno. Međutim, ima primera i da se u ovakvim vestima često otkrivao identitet pokradenog, sa sve navođenjem njegove adrese stanovanja. Na primer, u vesti „Lopov i pepita pantalone" se navodi:

> „Juče oko podne uvukao se nepoznati lopov u otvorenu sobu Božidara Pečenkovića, trgovačkog pomoćnika u Dobrinjskoj ulici br. 6, u vremenu kada je Božidar začas izašao iz sobe i ukrao mu je sa čiviluka pepita pantalone i zimski kaput".

Prilikom izveštavanja o ubistvima otkrivali su se identiteti žrtava i počinilaca kada su oni bili poznati, ali i drugi detalji iz njihovog privatnog života.

Primer:

> „Mihailo Penjević, koji je na zverski način ubijen prošle noći od maskiranih razbojnika, vrši već 24 godine dužnost opštinskog delovođe u Pinosavi. Ranije je svršio dva razreda gimnazije. Mihailo se u selu oženio i danas ima četvoro dece, jednog muškarca od 19 godina i tri ćerke, od kojih je jedna već udata u istom selu".

List „Vreme" je u ovom periodu često izveštavao i o samoubistvima, a u tim vestima otkrivan je ne samo identitet osoba nego su se nagađali i razlozi zbog kojih je to učinjeno. U februaru 1924. je objavljeno osam ovakvih slučajeva. Jedan od primera je samoubistvo činovnika u hotelu „Pariz". Novinari su naveli njegove ime Svekoj Udovički, ali i niz detalja iz privatnog života, kao što su: „Udovički koji je ima 40 godina, rodom je iz Mola u Bačkoj. Bio je oženjen i ima dve ćerčice i sina dečaka od desetak godina. Njegova porodica je ostala u Kumanovu".

U ovoj vesti opisuju se njegovo ponašanje prethodnih dana u hotelu, razlozi za ovakav čin, ali i nepotrebni i uznemirujući detalji sa lica mesta: „Samoubica je ispalio sebi, ležeći na leđima u postelji, revolverski metak u desnu slepoočnicu. Metak je prošao kroz mozak prouzrokovao trenutnu smrt, izašao na kraj leve slepoočnice, udario u zid kraj kreveta, odbio se i pao u postelju gde je nađen. Kako jastuk, tako i dušek pod mrtvacem, bili su natopljeni krvlju".

U današnje vreme, prema teoretičarima medijske etike, medijima nije preporučljivo izveštavanje o samoubistvima, jer, kako smatra Tomas Brej, „o samoubistvima nepoznatih ne treba izveštavati, pre svega da bi se izbeglo kopiranje dela" (Brey, 2020: 74). Drugi, među kojima je i Dejl Žaket, postavljaju pitanje zašto je informacija o načinu smrti vredna da bude vest i konstatuje da iza svega stoji i poštovanje privatnosti njihovih bližnjih koji mogu doživeti bol i patnju ako se objavi da je određena osoba izvršila samoubistvo. „Osim morbidne radoznalosti, nije objašnjivo zašto bi čitaocima ili gledaocima bilo značajno to na koji je način neko umro" (Žaket, 2007: 282).

U tri teksta u analiziranom periodu otkrivaju se i identiteti maloletnika. Na primer, u vesti „Zločin razvratnog železničara", sem što se otkriva ime i prezime osumnjičenog, ne poštuje se ni privatnost žrtve koja je i maloletna. Već u prvoj rečenici ističe se da se slučaj desio u Skoplju i da je „Božidar Todorović, nadzornik prtljaga na ovdašnjoj železničkoj stanici, pokušao sinoć oko 9 časova da u svojoj kancelariji, na železničkoj stanici, siluje dvanaestogodišnju devojčicu Ljubicu Živković iz Peći".

U dva teksta, s druge strane, uočava se i diskriminacija počinilaca krivičnih dela na osnovu nacionalne pripadnosti, te se u jednom navodi da je „interesantno da su sva osmorica lopovskih saučesnika Mađari po narodnosti". Drugi tekst informiše javnost da je „Emina, žena Osmana Bekepa, ubila u selu Bučinu, Fatimu Bećirović", pod naslovom „Zločin ljubomorne muslimanke".

List **„Pravda"** je u periodu istraživanja objavio značajno manje vesti iz „crne hronike" – ukupno 55 tokom mesec dana, od kojih je 31 (56,36 odsto) sporan sa stanovišta današnjih etičkih pravila. U svim spornim, prema standardima modernog novinarstva, ne poštuje se pravilo privatnosti, a u 13 i pretpostavka nevinosti.

U ovom glasilu ističu se u okviru date tematike vesti o krađama, odnosno „lopovlucima" ili „poharama". U njima se gotovo uvek krši pravilo privatnosti

ili osumnjičenih ili žrtava krađe, neretko objavljujući adrese pokradenih u tekstovima.

Primer:

> „Policijski organi uhvatili su juče Tanasija Radojkovića sa stanom u Jove Ilića ulici br. 44, u momentu kada je ukrao zimski kaput g-đi Desanki Stojanović, koja stanuje u Daničićevoj ul. br. 3. Kaput je bio obešen u predsoblju kuće, koju je Tanasije obio. Nad njim se vodi istraga, pošto izgleda da je on izvršo više ovakvih krađa".

U vestima o krađama česti su primeri kada se osim privatnosti krši i pretpostavka nevinosti iznošenjem optužbi žrtava, pa se tako navodi da je „Hanu Petel, sopstvenik kujne kod 'Male Kasine' izvestio policiju, da mu je njegov biv. momak Boža Božić, ukrao dve kante masti" ili da je „na saslušanju Jovan izjavio, da sumnja za ovu krađu na Anu Lazić, službavku i Pavla Svetića, radnika".

Primer jedne od dužih vesti objavljenih iz ove oblasti u „Pravdi" je „Jedno malo dete našlo je smrt pre neki dan u kazanu punom supe". U tekstu se krši pretpostavka nevinosti, pravilo privatnosti otkrivanjem identiteta osumnjičenih, indirektnim identifikovanjem maloletne žrtve, ali i objavljivanjem detalja iz njihovih privatnih života.

U tekstu se navodi da se „otac nesrećnog deteta, trgovački pomoćnik, razveo odavno sa njegovom majkom, a oženio se sa jednom drugom ženom. U dvorištu kafane 'Dinar' stanovao je on, a žena mu je radila u kuhinji 'Dinara'. Ona je vele, nerado gledala dete, gotovo mu nikada, kako to pričaju njene komšije, nije poklanjala pažnju...", kao i da je „dete, kao što rekosmo bilo omiljeno u celoj okolini; bilo je žensko i imalo je krasnu plavu kosu i ljupko lice. Uz to, bilo bistro i dosta slobodno, čime je pridobila simpatije cele porodice".

I u ovom listu se beleže primeri izveštavanja o samoubistvima. Recimo, u tekstu „Na tramvajskim šinama" ističe se da se „Rus Kosta Paškov, st. filozofije, bacio juče po podne u napitom stanju na tramvajske šine u Kr. Milana ulici", ali i da je „on student filozofije, a stanuje u Ćušinoj ul. br. 4".

U **„Politici"** u istom periodu objavljena su 44 teksta koja se mogu klasifikovati kao „crna hronika". Kada bi važili današnji etički standardi, ovaj list bi prekršio kodeks u čak 31 tekstu, što je više od 70 odsto ukupnog broja „crnih vesti". U svakom od njih nije ispoštovano pravilo privatnosti, a u 12 ni pretpostavka nevinosti.

Karakterističan trend za početak 20. veka u domaćim medijima uočen je i u ovim novinama, koja takođe često izveštava o krađama, pritom objavljujući identitet osumnjičenih i žrtava i na taj način kršeći pretpostavku nevinosti.

Primer:

> „G. Ignjat Petrović, hotelijer hotela 'Kontinental' primetio je poodavno da iz kafane i hotela nestaju razne stvari: šampanj, vino, likeri, jorgani, salvete, posuđe. Najzad je uspeo da pronađe i lopova – bar jednog od njih, jer izgleda da je njih bilo nekoliko. Kod hotelske služavke Tereze Rihter našao je on kradenih stvari u vrednosti 5.500 dinara. Tereza, međutim, tvrdi da je nevina i da joj je te stvari podmetnuo neko".

U jednoj od vesti izražena je diskriminacija po osnovu nacionalne pripadnosti: „Pokrali je njena dva samca, dva brata Mađara, kojima ne zna imena i koje nije prijavljivala policiji".

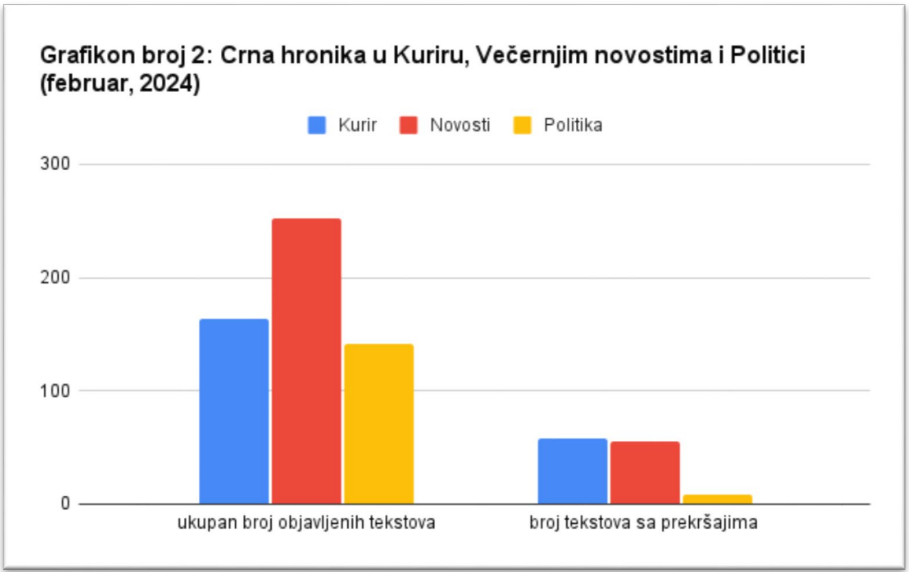
I „Politika" je u to vreme izveštavala o samoubistvima bez zadrške i prikrivanja identiteta, što se može uočiti u tri vesti. Privatnost nije poštovana u ovom listu ni u izveštavanju o drugim događajima, a u jednoj vesti se otkriva i identitet maloletnika: „Slavko Crnojlović, najstariji, uprkos svojih brčića, koji izgledaju kao da su od šale prilepljeni, nagleda sasvim mlad, a već je 1922. osuđen na šest meseci zbog opasne krađe. Drugi, Sava Pajić, sin jednog kočijaša, poznat je već poodavno beogradskoj policiji kao kockar i varalica, iako mu je tek šesnaest godina, dok je treći Čedomir Nešić, još sasvim početnik i više slučajno umešan u ovo suđenje".

Analiza sadržaja „crne hronike" u medijima 2024. godine

Tokom analiziranog perioda od 1. do 29. februara 2024. godine dnevni listovi „Kurir", „Večernje novosti" i „Politika" objavili su ukupno 558 tekstova koji se tematski mogu svrstati u oblast „crne hronike". Sva tri lista svakodnevno na svojim stranama imaju posebne rubrike posvećenim temama o kriminalitetu i nesrećama. Kodeks novinara Srbije prekršen je u 121 tekstu od 558, što čini udeo od 21,68 odsto, tačnije profesionalni i etički standardi nisu poštovani u proseku u svakoj petoj objavi.

„Kurir" je tokom februara 2024. objavio 164 teksta iz „crne hronike" i u svakom trećem prekršio etički kodeks, konkretno u 58 tekstova. U najvećem

broju slučajeva reč je o nepoštovanju pravila privatnosti – u 57 tekstova i pretpostavke nevinosti – u 18 tekstova.



Što se tiče pravila privatnosti, u velikom broju vesti u ovim novinama identitet osumnjičenih, žrtava ili drugih aktera kriminalnih radnji ili nesrećnih slučajeva otkriven je indirektno, kroz različite informacije koje jasno ukazuju na identitet osoba o kojima se piše. Na osnovu analize sadržaja primetan je i trend da se pojedini događaji prate danima u nastavcima, a da se zapravo ne otkrivaju nove informacije od javnog značaja, već detalji o privatnim životima aktera kojima se samo dodatno otkrivaju identiteti, iako su prvenstveno skriveni inicijalima.

Jedan od takvih primera je slučaj ubistva muškarca iz Doboja koga su navodno ubili njegova supruga i njen ljubavnik, a dan kasnije se u priču uključuje i njegova maloletna ćerka. O ovom zločinu objavljeno je sedam tekstova. U prvoj vesti „Horor: Žena i njen ljubavnik omamili Sašu, pa ga brutalno ubili i iskasapili! Telo ostavili u šumi kod Doboja" otkriva se pun identitet žrtve – ime i prezime, godine, zanimanje, adresa stanovanja, dok se identitet njegove supruge prikriva inicijalima i godinama. Međutim, s obzirom na to da su objavljeni lični podaci njenog supruga, jasno se ukazuje i na

njen identitet, a imajući u vidu da je i osumnjičena na taj način se krši i njena pretpostavka nevinosti.

> „Vlasnik renta-kar agencije Saša Kulišić iz Doboja u Republici Srpskoj prvo je omamljen, a zatim brutalno ubijen i iskasapljen u šumi nadomak grada, a za njegovo ubistvo osumnjičeni su njegova supruga A. K. (33) i njen ljubavnik D. L. (19)!"

> „Po svemu sudeći osumnjičeni je napadnut u krevetu u svojoj kući u Ulici Miloša Obilića".

Sledećeg dana među saučesnicima se pominje i njegova maloletna ćerka, pri čemu se sada identitet žrtve skriva inicijalima, ali svi ostali podaci navedeni u tekstu ukazuju na nepoštovanje privatnosti maloletne osobe.

> „Nakon što je pronađeno iskasapljeno telo vlasnika rentakar agencije S. K. iz Doboja vezano za drvo u šumi, istražitelji su otkrili nove jezive detalje ovog stravičnog zločina, za koji su osumnjičeni njegova supruga A. K. (33), njen ljubavnik D. L. (19), a sada i njegova ćerka (14), kojoj je određen pritvor u trajanju od 30 dana".

> „Nakon što je maloletnica uhapšena, njena polusestra Tamara rekla je za Kurir da je ne čudi da je devojčica učestvovala u zločinu".

U ovom tekstu osim pravila privatnosti i prezumpcije nevinosti više osoba, prekršeno je još nekoliko odredbi Kodeksa novinara Srbije – otkrivanje identiteta maloletnika, slepo verovanje izvorima i zloupotreba emocija sagovornika, pošto su novinari ispitivali članove porodice. U Kodeksu se ističe da „izvori informacija s kojima novinar razgovara nisu uvek svesni moći medija i posledica koje njihove izjave mogu da imaju po njih lično, kao i po ljude o kojima govore".

Zloupotreba emocija sagovornika, članova porodica žrtava koje su u tom trenutku u stanju šoka i bola, beleži se u još četiri teksta u analiziranom periodu u ovom listu. Otkrivanje identiteta maloletnika upečatljivo je u ukupno dva teksta, a slepo verovanjima izvorima koji iznose nagađanja i pretpostavke u ukupno tri teksta.

Odredba da su novinar dužni da poštuju dostojanstvo žrtava prekršena je u periodu koji je predmetu istraživanja u pet tekstova, najčešće iznošenjem detalja o smrti neke osobe koji mogu da uznemire njegove najbliže koji će to čitati.

U velikom broju tekstova, osim otkrivanja identiteta, privatnost se grubo narušava i informacijama iz privatnog i porodičnog života osoba, a jedan od takvih primera je: „Dragana i Branislav imaju dva sina. Jedan je tek saznao za tragediju, ali budući da živi u Kini, njegov dolazak u Srbiju se tek očekuje, dok je drugi sin u zatvoru jer je, kako kažu meštani, krenuo očevim stopama, iako i za njega kažu da je dobar mladić koji se, nažalost, uhvatio lošeg društva".

U **„Večernjim novostima"** u istom periodu su objavljena 252 teksta u „crnoj hronici", a u 55 (21,82%) je prekršen Kodeks novinara i to u nekim tekstovima i po nekoliko različitih odredbi. Pravilo privatnosti krši se u svih 55, pretpostavka nevinosti u 33, zloupoteba emocija u dva, dostojanstvo žrtve u jednom tekstu, dok se identitet maloletnika otkriva u šest tekstova. Pravilo privatnosti u većini slučajeva otkriveno je indirektno, pomoću niza informacija koje mogu ukazati na to o kojim osoba se radi.

Primeri:

> „Žitelj sela Padina u opštini Kovačica, M. G. koji je u subotu u popodnevnim satima pronađen mrtav u dvorištu svoje kuće u Janošikovoj ulici sa više rana na telu u vidu ugriza, prema nezvaničnim informacijama, umro je prirodnom smrću".

> „Novosadska policija uhapsila je Mustafu D. (29) iz Čeneja, osumjičenog da je u noći između petka i subote u tom mestu usmrtio komšiju Dušimira P. (71). Sumnja je najpre pala na I. P. (45), sina ubijenog čoveka, koji živi sa njm u istoj kući..."

U pojedinim vestima, pored drugih prekršaja Kodeksa, indirektno se otkrivaju i identiteti maloletnih osoba, kao što su primeri:

> „Šokantan obrt u istrazi ubistva Saše Kulišića (46), čije je beživotno telo u utorak nađeno vezano za drvo na izletištu Preslica kod Doboja. Posle njegove supruge Andree K. (32), koja se tereti da je zajedno sa svojim ljubavnikom Draženom L. (19) usmrtila Sašu, lisice na ruke stavljene su četrnaestogodišnjoj Kulišićevoj ćerki zbog sumnje da je pomagala majci i njenom momku tinejdžeru u nesvakidašnjem zločinu".

> „Ovo je juče pred Prvim sudom u Beogradu izjavila Nevena T., majka devojčice Lane (8), koju je, kako tužilaštvo tvrdi, otac Uroš Pašajlić (39), ostavio samu pet dana u stanu na Zvezdari".

List **„Politika"** izdvaja se u analizi sa najmanje prekršaja etitčkih standarda prilikom izveštavanja o „crnoj hronici" – u osam od ukupno 142 objave. U svih osam reč je o nepoštovanju privatnosti, a u jednom i o pretpostavci nevinosti.

U većini slučajeva otkriva se identitet žrtava nesrećnih slučajeva, dok se u pojedinim primerima indirektno identifikuju osumnjičeni i maloletna lica:

> „Policija u Novom Sadu uhapsila je Branislava R. (48) iu Beočina, osumnjičenog za dvostruko ubistvo. On se sumnjiči, prema navodima novosadske policijske uprave, da je preksinoć nožem usmrtio bivšu suprugu Draganu R. (40) i njenu majku Nadu Č. (74) u njihovoj kući. Prema saznanjima našeg lista, zločin se dogodio u Rakovcu na teritoriji opštine Beočin".

> „Nevena T., majka sada devetogodišnje devojčice koja je u martu prošle godine pronađena zatočena, gladna i neadekvatno obučena u stanu u beogradskom naselju Mirijevo, kazala je tokom jučerašnjeg svedočenja da 'joj je bilo neverovatno kada je čula šta se dogodilo' i da ona Uroša Pašajlića, optuženog za zapuštanje ćerke, ne poznaje kao takvog".

Zaključak

Poredeći sadržaj dnevnih novina iz 1924. godine i sto godina kasnije, odnosno 2024. godine, ne primećuje se velika razlika u interesovanju medija u Srbiji, pa samim tim i publike, o vestima o nesrećama, kriminalu, zločinima i drugim krivičnim delima ili onome što se danas u novinarskoj praksi naziva „crna hronika". Početkom 20. veka takvi sadržaji objavljeni su mahom u okviru kratkih „Dnevnih vesti", dok danas u novinama postoje čitave rubrike koje nose naziv „Crna hronika" i koje se svakodnevno objavljuju u proseku na po dve do tri strane.

Iako su nekada novine izlazile na trostruko i četvorostruko manjem broju strana nego danas, u listovima „Vreme", „Pravda" i „Politika" u periodu od 1. do 29. februara 1924. godine objavljene su ukupno 203 vesti o kriminalitetu i nesrećama. Vek kasnije u istom periodu dnevne novine „Kurir", „Večernje novosti" i „Politika" u svojim štampanim izdanjima imale su 558 tekstova iz ove tematike.

U većini vesti u okviru ovih tema iz oba analizirana perioda ne vidi se postojanje javnog interesa za njihovo objavljivanje. Razlika u odnosu na period od

pre jednog veka jeste u tome što se danas sadržajima iz oblasti „crne hronike" daje mnogo više prostora u smislu dužine tekstova i time što se pojedinim slučajevima novinari bave danima i u nastavcima, iznoseći nove detalje o istom događaju, često nepotrebne i bez velikog značaja za javni interes.

Druga razlika je u vrsti krivičnih dela o kojima se izveštava javnost. Godine 1924. veliki broj vesti odnosio se na informisanje građana o počinjenim krađama i tučama koje su se najčešće dešavale u kafanama, dok je današnjim medijima najveći fokus na monstruzonim ubistvima, porodičnim tragedijama i drugim kriminalnim radnjama.

Novinarski etički kodeksi i zakoni u prvom analiziranom periodu nisu toliko regulisali izveštavanje medija, pogotovo ne u ovoj oblasti. Utvrđivanje etičkih pravila u glasilima bila su tek u povoju dvadesetih godina prošlog veka, a na osnovu prakse i uočenih tendencija razvijala su se tek u narednim decenijama. Brojna prethodna istraživanja i analize sadržaja ukazuju da mediji u današnje vreme najčešće prelaze granice profesionalnih i etičkih standarda po pitanju poštovanja pravila privatnosti i pretpostavke nevinosti i to najčešće „u kompletu".

Aktuelni međunarodni propisi i nacionalni zakoni garantuju poštovanje ličnih podataka i privatnosti i pretpostavke nevinosti, odnosno da ne može niko biti proglašen krivim do izricanja zvanične presude. Etički medijski kodeksi na globalnom nivou idu korak dalje te pod kršenjem pretpostavke nevinosti podrazumevaju i kada se u medijima otkrije identitet osumnjičenih, direktno ili posredstvom drugih informacija koje mogu da identifikuju određene osobe. Posebno su zaštićena prava žrtava i maloletnika i njihov identitet.

Različita istraživanja ukazuju da mediji u Srbiji najveći broj prekršaja važećeg Kodeksa novinara Srbije prave upravo u tekstovima iz „crne hronike" i to najčešće okrivanjem identiteta osumnjičenih, žrtava i drugih aktera u određenim nemilim događajima. Deklarativno, pravilo se poštuje time što se identitet prikriva neobjavljivanjem imena i prezimena aktera događaja već samo inicijala, ali se brojnim drugim detaljima, kao što su adrese stanovanja, fotografije njihovih domova, zanimanja kojima se bave, podaci o njihovom privatnom životu i pominjanje članova porodica ili osoba iz bliskog okruženja, te osobe jasno mogu identifikovati.

U istraživanju koje je bilo predmet ovog rada pokazalo se da su „Kurir", „Večernje novosti" i „Politika" u februaru 2024. godine prekršili Kodeks novinara u svakom petom tekstu (21,68%) iz „crne hronike" i to u 120 tekstova nije

ispoštovano pravilo privatnosti, a u 52 i pretpostavka nevinosti. Najmanji broj prekršaja, odnosno u 5,63 odsto tekstova zabeleženo je u „Politici" koja važi za ozbiljnu štampu, dok je taj procenat u tabloidima kao što su „Kurir" i „Večernje novosti" značajno veći – 35,36 odsto i 21,82 odsto.

Sličan trend uočen je i u dnevnim novinama iz 1924. godine što se tiče izveštavanja o kriminalitetu i nesrećama. Iako tada nisu postojale jasne smernice i pravila da bi se ustanovili konkretni prekršaji, ako posmatramo iz ugla savremenih standarda može se reći da bi listovi „Vreme", „Pravda" i „Politika" u 60,6 odsto ovakvih vesti prekršili Kodeks novinara Srbije da je tada postojao u ovoj formi.

Naime, tada su mediji otkrivali pun identitet osumnjičenih i žrtava, ne samo iznošenjem njihovih imena, već i drugim ličnim podacima kao što su tačne adrese stanovanja i imenovanje članova njihovih porodica. Rezultati istraživanja ovog rada ukazuju da je u 122 teksta o „crnoj hronici" pre sto godina grubo prekršeno danas važeće pravilo privatnosti, a u 54 i pretpostavka nevinosti. Najveći procenat kršenja savremenih etičkih standarda imala bi „Politika" – u više od 70 odsto slučajeva, listu koji izlazi i dan-danas i koji beleži neuporedivo manje prekršaja.

Slično je i po pitanju zaštite maloletnika čiji je identitet početkom 20. veka, kako pokazuje istraživanje za potrebe ovog rada, direktno otkriven u pet tekstova i devet puta na indirektan način u današnjim medijima.

Karakteristično za štampu od pre stotinu godina bilo je i često izveštavanje o samoubistvima, sa sve iznošenjem imena ljudi koji su izvršili ili pokušali da izvrše takav čin, kao i potencijalnim razlozima za njihove odluke. Savremeno novinarstvo i etika, međutim, stanovišta su da izveštavanje o samoubistvima nije preporučljivo, imajući u vidu opasnost od ponavljanja istih slučajeva, odnosno podsticanja osoba koja mogu biti sklone tome, ali i zbog poštovanja emocija i šoka članova njihovih porodica. Mediji su mahom u praksi prihvatili ove preporuke, te u analiziranom periodu 2024. godine u tri lista koja su predmet ovog istraživanja nije zabeležena nijedna vest o ovakvim slučajevima.

S druge strane, jedna od karakteristika medija modernog doba jeste zloupotreba emocija sagovornika, koja se u Kodeksu novinara Srbije izričito zabranjuje. Naime, novinari i mediji danas, sa ciljem pribavljanja što više detalja o tragičnim događajima, neretko intervjuišu i prenose izjave članova najuže porodice žrtava, koje su u tim trenucima u stanju patnje i šoka i zbog toga često

nesvesni toga šta govore i negativnog uticaja njihovih izjava u medijima. U analiziranom periodu listovi „Kurir" i „Večernje novosti" prekršili su sedam puta ovu odredbu kodeksa, dok u „Politici" nema takvih primera.

Iako su etički kodeksi novinara i drugi propisi nastali i dopunjavali se vremenom kako bi se unapredilo medijsko izveštavanje, na osnovu negativnih primera iz prakse, oblast „crne hronike" u medijima u Srbiji i nakon stotinu godina se suočava s istim problemima po pitanju zaštite ličnih podataka osoba o kojima se piše. Uprkos tome što su uspostavljeni mehanizmi zaštite u odnosu na period sa početka 20. veka, domaći mediji nastavljaju da krše osnovna načela profesionalnog i etičkog novinarstva. Za razliku od ranijeg doba, današnji mediji ne otkrivaju direktno osobe o kojima izveštavaju, ali zato kroz niz drugih informacija jasno ukazuju na njihov identitet čineći istu, ako ne i veću, štetu po živote tih istih ljudi.

Literatura:

Alvin Dej, L. (2004). *Etika u medijima – primeri i kontraverze*. Beograd: Medija centar.

Baranauskas, A. & Drakulich, K. (2018). Media construction of crime revisited: Media types, consumer contexts, and frames of crime and justice. *Criminology,* vol. 56, no. 4, pp. 679-714.

Bjelica, M. (1968). *200 godina jugoslovenske štampe: Pregled istorije novinarstva.* Beograd: Jugoslovenski institut za novinarstvo i Književno izdavačka zadruga Sloboda.

Bjelica, M. (1988). *Hronika Srpskog novinarskog udruženja 1881-1941.* Beograd: Udruženje novinara Srbije i Jugoslovenski institut za novinarstvo.

Brey, T. (2020). *Kvalitetno novinarstvo u Jugoistočnoj Evropi – udžbenik i priručnik za uvežbavanje novinarskih tehnika rada.* Beograd: Fondacija Fridrih Nauman za slobodu.

Chermak S. (2011). Crime in the News Media: A Refined Understanding of How Crimes Become News. In: Barak G. (ed.), *Media, process, and the social construction of crime* (pp 87-113). New York: Routledge

Greer, C. (2013). Crime and Media: Understanding the Connections. In: C. Hale, K. Hayward, A. Wahadin and E. Wincup (eds.), Criminology*, third edition* (pp 25). Oxford: Oxford University Press.

Ilić, I. (2012). Pretpostavka nevinosti okrivljenog i pravo na javno informisanje. *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Nišu*, vol. LXI, br. 61, str. 571-586.

Ireton, C. & Posetti, J. (2021). *Novinarstvo, „lažne vijesti" i dezinformacije*. Podgorica: Unesco i Institut za medije Crne Gore.

Izveštaj o monitoringu poštovanja Kodeksa novinara Srbije u dnevnim novinama u periodu od 1. jula 2023. do 31. decembra 2023. godine. Posećeno 2. 3. 2024. URL: https://savetzastampu.rs/wp-content/uploads/2024/02/Izvestaj-monitoring-2023.pdf

Jevtović, A, Bajić, P. & Vojinović M. (2022). Crna hronika kao segment medijske agende u dnevnim novinama u Srbiji. *Sociološki pregled*, vol. LVI, br. 3, str. 1056-1081.

Kako konzumiramo medije? (2021). Beograd: Agencija Kliping.

Kesić D, Dželetović M. & Tomić M. (2020). Prezentacija kriminaliteta u medijima. *Sociološki pregled*, vol. LIV, br. 4, str. 1415-1436.

Kleut, J. i sar. (2017). *Transparentnost, privatnost i pretpostavka nevinosti: tužilaštvo-mediji-građani*. Posećeno 2. 3. 2024. URL: https://www.partners-serbia.org/public/documentations/Transparentnost-privatnost-i-pretpostavka-nevinosti.pdf

Kleut, J. & Prodanović, D. (2022). *Monitoring kršenja prava na privatnost u medijima.* Posećeno 2. 3. 2024. URL: https://www.partners-serbia.org/public/news/monitoring-medija-publikacija.pdf

Kodeks novinara Jugoslavije (1988). Beograd: dokument/fizička arhiva Udruženja novinara Srbije

Kodeks novinara Srbije, uputstva i smernice (2015). Beograd: Savet za štampu.

Kolaković-Bojović, M. (2012). Mediji i pretpostavka nevinosti. *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Nišu*, vol. LXI, br. 61, str. 555-569.

Korni, D. (1999). *Etika informisanja*. Beograd: Clio.

Krejg, R. (2010). *Onlajn novinarstvo*. Beograd: Clio.

Krstić, A., Milojević, A. (2011). Etički i profesionalni aspekti izveštavanja dnevne štampe u Srbiji. U: R. Veljanovski (ur.), Indikatori profesionalnog/neprofesionalnog *ponašanja novinara i* medija - *mogućnosti za poboljšanje stanj*a (str. 11-37). Beograd: Fakultet političkih nauka.

Milivojević, S, Ninković Slavnić, D. & Bajčeta, S. (2020). *Informisanje u digitalnom okruženju u Srbiji*. Posećeno 4. 3. 2024. URL: https://safejournalists.

net/wp-content/uploads/2021/04/informisanje-u-digitalnom-okruzenju-2020-5-compressed-compressed-1.pdf

Mlađenović, N. (2018). Shvatanje medijatizacije u teoriji umreženog društva Manuela Kastelsa. Doktorska disertacija. Beograd: Fakultet političkih nauka.

Nedeljković, M. (2009). *Hronika Udruženja novinara Srbije 1941-2006.* Beograd: Udruženje novinara Srbije i Službeni glasnik.

Nedeljković, M. (2023). *Nepoverenje i nekvalitetan sadržaj najveće prepreke za uvođenje pretplate na onlajn medije u Srbiji.* Posećeno 11. 3. 2024. URL: https://www.danas.rs/vesti/drustvo/nepoverenje-i-nekvalitetan-sadrzaj-najvece-prepreke-za-uvodjenje-pretplate-na-onlajn-medije-u-srbiji/

Pollak, J. & Kubrin, C. (2007) Crime in the News: How Crimes, Offenders and Victims Are Portrayed in the Media. *Journal of Criminal Justice and Popular Culture,* vol. 14, no.1, pp. 59-83.

Politika. Posećeno 29.2.2024. URL: https://digitalna.nb.rs/view/URN:NB:RS:SD_2F6F6602455A67B1B521D786232CBF4A?virtuelne=NBS/Periodika/drustvo

Poter, Dž. (2011). *Medijska pismenost.* Beograd: Clio.

Pravda. Posećeno 29.2.2024. URL: https://digitalna.nb.rs/view/URN:NB:RS:SD_297E5B2BA5B6B1AB05C31088275D9858?virtuelne=NBS/Periodika/drustvo

Srebrni jubilej – Savez novinara Jugoslavije 1945-1970 (1971). Beograd: Savez novinara Jugoslavije.

Ustav Republike Srbije (2021). Službeni glasnik Republike Srbije, br. 115/2021. Beograd: Javno preduzeće „Službeni glasnik".

Vreme. Posećeno 29.2.2024. URL: https://digitalna.nb.rs/view/URN:NB:RS:SD_EA14D129E93A8F6C7A1935AA12C320B4?virtuelne=NBS/Periodika/drustvo

Vujaklija M. (1986). *Leksikon strani reči i izraza.* Beograd: Prosveta.

Wilkins, L. & Brennen, B. (2004). *Conflicted Interests, Contested Terrain: Journalism Ethics Codes Then and Now*. Posećeno 1. 3. 2024. URL: https://epublications.marquette.edu/comm_fac/152

Zakon o zaštiti podataka o ličnosti (2018). Službeni glasnik Republike Srbije, br. 87/2018. Beograd: Javno preduzeće „Službeni glasnik".

Zakonik o krivičnom postupku (2021). Službeni glasnik Republike Srbije, br. 62/2021. Beograd: Javno preduzeće „Službeni glasnik".

Zakon o javnom informisanju i medijima (2023). Službeni glasnik Republike Srbije, br. 92/2023. Beograd: Javno preduzeće „Službeni glasnik".
Žaket, D. (2007). *Novinarska etika – moralna odgovornost u medijima*. Beograd: Službeni glasnik.

Bojan Cvejić
University of Belgrade – Faculty of Political Science

"BLACK CHRONICLE" AND ETHICS IN THE PRESS IN SERBIA 100 YEARS AGO AND TODAY

Summary: *The public's attention in crime news and headlines about accidents and tragedies is not a trend of the new age. News from the so-called "crime chronicle" has been published in the media since the beginning of journalism. Although there is often no public interest in them, but rather a predominance of public curiosity, "black news" has always found its way to the audience through the media. Nowadays, especially in the media in Serbia, examples from this thematic area are most commonly cases in which journalists cross professional boundaries and violate ethical standards. Based on experience and practice in recent decades, numerous rules regarding reporting on criminal acts and personalities, who are direct or indirect actors in such events, have been established through media ethical codes and competent laws. The aim of this research is to establish what has changed in the Serbian media in this regard compared to a hundred years ago, when ethical codes were in their early stages without guidelines and precise rules. The sample includes three daily newspapers: Pravda, Vreme, and Politika from the period between February 1 and February 29, 1924, as well as the daily newspapers Kurir, Večernje novosti, and Politika from the period between February 1 and February 29, 2024.*

Key words: *media, journalism, news, newspaper, crime, media ethics, ethics*

PRIKAZ

Filozofija medija – Mediji i sloboda

Zbornik radova sa Međunarodne naučne konferencije Beograd, septembar 2022. godine[1]

Branko Marković[2]
Visoka škola za komunikacije, Beograd
ORCID https://orcid.org/0009-0009-0449-8620

Nakon Međunarodne konferencije Filozofija medija-mediji i sloboda održane u Beogradu 2022. godine u organizaciji Estetičkog društva Srbije i NVO „Mladi grašak“, 2024. godine štampan je zbornik radova sa iste u uredništvu Divne Vuksanović, Dragana Ćalovića, Vlatka Ilića i Dragane Kitanović. Zbornik je posvećen Ratku Božoviću, istaknutom univerzitetskom profesoru i književniku, a na 169 strana pored uvoda, posvete i biografije Ratka Božovića prezentovano je 12 autorskih radova uz likovne priloge Jovanke Mladenović. Prema uvodnoj reči uredništva, zbornik stavlja u fokus pitanje „slobode od“ ili „slobode za“ medije uz reaktuelizaciju tema razlikovanja slobode od njenih pseudo-oblika u medijima, pojave medijskog totalitarizma i robovanja medijima, cenzure, govora mržnje, medijskog prostora kao mesta za slobodno mišljenje, obrazovanje i stvaralaštvo.

Ratko Božović u radu „Sloboda i mediji“ iznosi sumnju da mediji mogu postati institucionalna konstrukcija slobodne javnosti i tvrdi da globalni mediji u saglasnosti sa interesima liberalnog kapitalizma predstavljaju prepreku za formiranje te javnosti i preduslov za kreiranje diktature koju sami građani, konzumenti medija, dobrovoljno prihvataju. On poseban problem uviđa u činjenici

[1] Divna Vuksanović at al. (eds). *Filozofija medija: Mediji i sloboda*. Zbornik radova. Estetičko društvo Srbije i NVO „Mladi grašak“. Beograd 2024. Čigoja štampa. (169 pp)

[2] Kontakt sa autorom: brankomarkovic010@gmail.com

da mediji postaju plen finansijskih moćnika sa političkim aspiracijama koji blokiraju energiju medija neophodnu za formiranje slobodnog javnog mnenja. Sveopšta komercijalizacija rezultira tabloidizacijom novinarstva do njegove „mentalne i moralne ispuštenosti". Takvo novinarstvo postaje „uslužno", čime se poništava njegova sloboda i stvaralačka autonomija, dok se kritičko novinarstvo doživljava kao „remetilački faktor". Božović posebno naglašava značaj osobina novinara kao promotera pravih vrednosti društva u procesu oživljavanja javnosti i javnog mnenja. Naime, uspostavljanje sistema vrednosti u jednom društvu nije moguće bez sposobnih, savesnih i slobodnih novinara. Poseban problem Božović uviđa u funkcionisanju medijskog sistema koji nekritički prihvata globalističke obrasce kojima se slobodni građanin pretvara u „marionetu neoliberalnog mita". Koncept demokratije je u direktnoj vezi sa slobodnim medijima, a značaj novinara u njihovom kreiranju je presudan zaključuje Božović.

Kroz metaforu „kralja pacova" (Rat king) Divna Vuksanović u radu „Savremeni mediji: pojam i praksa emancipacije" iznosi jednu sumornu i pesimističnu sliku savremenih medija, koja po njenom mišljenu više prikazuje njihovo ropstvo nego neslobodu. Naime, ona robovski status medija shvata kao specifičnu društvenu patologiju „polužive/polumrtve" simbioze građana, medijskog sistema i interesa krupnog kapitala. U vezi sa tim pitanje emancipacije medija shvata kao njihovo oslobađanje od građanskih ideoloških obrasaca kojima su podređeni u tom kolopletu. Naime, ocena slobode medija uokvirena je, prema njenom mišljenju, unapred definisanim ideološkim kriterijumima birokratskih struktura koja se realizuje i svodi na ispunjavanje unapred zadatih tabela i obrazaca. Takvim verifikovanjem omogućava se kreiranje ambijenta pseudoslobode medija „oslobođenih" i od kritičkih novinara i od bilo kakvog kritičkog mišljenja izvan unapred zadatih obrazaca. Kao prelomne događaje jačanja takvog ambijenta i cenzure na internetu, Vuksanović navodi „slučaj Asanž", zatim brisanja naloga Donalda Trampa sa društvene mreže Twiter kao i funkcionisanje medija naročito društvenih mreža tokom pandemije Covida-19 i formiranje timova fakt čekera (Fact Checher), čiji je zadatak bio da eliminišu lažne vesti i profile sa društvenih mreža. Prema mišljenju autorke, iluzija o slobodi koju će doneti internet je u potpunosti razbijena težnjom na internetu ka kontrolisanim mrežnim transakcijama naročito sa afirmacijom veštačke inteligencije u njima. Autorka ipak zaključuje da „digitalno ropstvo" nije naša konačna stvarnost i da je moguć put u poželjnom pravcu za većinu građana.

U radu „Sloboda u medijskom društvu“ Dragan Ćalović pažnju usmerava na efekte razvoja medijskog društva po slobodu. Autor se bavi pitanjem razumevanja pojma slobode odnosno pitanjima slobodne volje i političke sloboda kao njenih najznačajnijih dimenzija. Pitanje slobodne volje Ćalović razmatra kroz dijametralno različite pristupe determinizma i indeterminizma ovom problemu odnosno da li se htenje razvija pod nekakvim uticajem ili ne. Zatim navodi dva pravca : kompatibilizam koji pokušava da napravi kompromis između navedenih pristupa i inkopatibilizam koji stoji na stanovištu da je samo jedan od navedenih pristupa uslovljenosti htenja ispravan. Na Kantovom konceptu pozitivnog i negativnog određenja slobode u izmenjenim medijskim okolnostima razdvajanja medijske realnosti od neposredne realnosti čulnog opažanja, Ćalović razvija tezu o usponu prve realnosti koja rezultira kolektivnim zaokretom ka neslobodi odnosno uzdizanju čulnosti nad umom. Pritom medijski svetovi po Ćaloviću imaju sposobnost raskidanja veze čulno-pojavnih svetova sa umom onemogućavajući čoveku da prepozna svoju neslobodu i da u njoj gotovo uživa kroz afirmaciju lažnih sklonosti i čulnih želja.

„Spekulativni i De Re mediji“ rad Miška Šuvakovića se bavi pitanjima dve medijske realnosti odnosno modaliteta i to medijskim spekulativnim modalitetom i medijskim De Re modalitetom. U središte definicije navedenih modaliteta on stavlja koncept asamblaža pod kojim u infrastrukturnom i funkcionalnom smislu podrazumeva digitalne naprave kao i odnose među njima, odnosno digitalne mreže ali i odnose informacija u digitalnom poretku kao i čulne efekte koje proizvode interfejsi u smeru od digitalnog ka analognom svetu događaja. Generisane softverske platforme po autoru pretstavljaju teren na kome se odigravaju procesi transmedijalizacije i transindividualizacije u kojima čovek postaje proizvod sopstvenog proizvoda svojevrsni „digitalni proleter“. Kao takav prema Šuvakoviću on je funkcionalni agent De Re medija, dok je algoritam funkcionalni entitet spekulativnih medija. Autor u tom smislu naglašava antagonizam između „digitalnog proletera“ i „digitalnog fašizma“ pod kojim podrazumeva prisilnu redukciju nepredvidivih kompleksnih ljudskih i neljudskih modaliteta postojanja na protokole algoritme i procedure. Ovaj antagonizam po autoru ukazuje na suštinsku razliku između dva koncepta na kome se može zasnivati savremeno društvo, koncepta ostvarivanja profita i koncepta realizovanja slobode.

U radu „Kjerkegorova kritika modernih fenomena javnosti i štampe“ Sofija Mojsić prezentovala je negativne stavove o javnosti i štampi koje je danski filo-

zof i teolog Soren Kjerkegor izneo u recenciji romana „Dva doba: doba revolucije i savremeno doba“ Tomazine Gilemburg. Takođe autorka je prezentovala i Kjerkegorovu kritiku modernog „hrišćanskog sveta“.

Uloga medija u savremenom svetu razmatrana je u radu „Digitalni panoptikon i proces konstrukcije scenarija socijalne realnosti“ Branka Markovića. Autor aktuelizuje pitanje vidljivosti aktera digitalne arhitekture društva i dovodi je u vezu sa kreiranjem njene hijerhije. U vezi sa tim naglašava da su mediji izgubili ulogu koju su imali u predigitalnoj eri i da su postali puko sredstvo u rukama društvenih aktera sa najviše moći u kreiranju globalnog digitalnog poretka. Autor u bekstvu od (iz) digitalnog poretka ne vidi rešenje ni za medije ni za pojedince, već samo u povećanju nivoa digitalnog i medijskog obrazovanja.

Veza kripto-prostora i umetnosti sagledavana je u radu „Umetnost i NFT – po nameri ili po duhu?“ Srđana Šarovića i Une Popović. Autori odgovaraju na pitanja šta je kripto umetnost, kakva je priroda NFT dela i kako se ono može očuvati u okvirima kripto-ekonomije. Kripto umetnost po autorima ima tu moć da oslikava i prirodu kripto prostora obzirom da je digitalna jedinstvenost i originalnost dela obezbeđena blokčejn tehnologijom. U vezi sa tim deo rada se odnosi na proceduru nastanka kripto dela od formulisanja koncepta, njegovog generisanja na osnovu programskog koda do „mintovanja“ i uvođenja u kripto prostor. Poseban deo rada odnosi se na pitanje autorstva i ekonomije u kripto umetnosti.

„Granice slobode u digitalnim medijima“ rad Katarine Šmakić bavi se efektima koje je izazvala pojava interneta i novih digitalnih tehnologija na obrasce ponašanja ljudi. Ona pojam „digitalnih domorodaca“ (tvorac izraza Mark Prenski) koji označava generacije rođene posle 1997. godine dovodi u vezu sa novom istraživačkom oblašću „keptologijom“ (Captology) čije značenje podrazumeva istraživanje potencijala novih tehnologija u procesu ubeđivanja (Computers As Persuasive Tehnologies). Priroda novih tehnologija je neutralna, ali motivi njenih kreatora su po autoru usmereni na menjanje ljudskih obrazaca ponašanja u skaldu sa sopstvenimi interesima. Šmakić navodi komparaciju koju Nik Sivr koristi kako bi uporedio zamke za hvatanje životinja sa tehnikama kontrole ljudskog ponašanja na internetu kao i njegovo stanovište da ne bi trebalo postavljati pitanje kako izbeći te zamke već kako ih iskoristiti u pozitivnom smeru.

Dragana Kitanović u radu „Medijska proizvodnja fanova: od slobodne potrošnje do konzumerskog kapitalizma“ kritikuje negativno tretiranje u studi-

jama medija i kulture pojma fan, pri čemu naglašava kreativnost koju ta grupa ima u procesu kreiranja otpora kontroli popularne medijske kulture. U tom smislu, fanovi po autorki imaju potencijala da utiču na promene popularnih narativa i stajališta pri čemu im digitalna tehnologija ide na ruku u formiranju originalnog tipa fan kulture. Iako delom predstavljaju „tekstokradice" po Kitanović fanovi nisu samo fanatični sledbenici, već su i „potrošači" i „investitori kapitala".

U tekstu „Medijska abolicija" autor Predrag Jakšić bavi se pitanjima medijskih propagandnih tehnika satanizacije, medijske abolicije i njihovih efekata na realna dešavanja. U tom smislu on definiše ulogu medija kao oružje moćnih u oblikovanju za njih adekvatnih društvenih uslova. Kao primer koliko mediji u pojedinim slučajevima idu ispred birokratizovanih državnih struktura Jakšić navodi primer Nelsona Mendele koji je iako medijski amnestiran, izabran za predsednika i dobio Nobelovu nagradu, nakon toga imao problema da uđe u SAD jer je njegovo ime bilo na listi terorista jedne od bezbednosnih agencija ove zemlje.

Kroz više studija slučaja Kamenko Bulić autor teksta „Medijsko putovanje u noć, licentia poetica BBC-jevog humanitarističkog narativa", nastoji da dokaže da navedena medijska kuća odstupa od obrazaca nepristrasnosti u svom izveštavanju u brendiranju rata u Ukrajini čime kreira spekulativne identitetske obrasce percepcije tog događaja „oslobođenih realnosti". Pad profesionalizma u jednom od najpoznatijih globalnih medija autor posredno dovodi u vezu sa padom profesionalizma i slobode zapadnih medija uiopšte u procesu kreiranja „dobrovoljne poslušnosti".

Tamara Bradić u tekstu „Kolaborativna onlajn nastava za učenike nižih razreda osnovne škole – softver kao novi jezik" zastupa tezu da kolaborativna onlajn nastava nije najbolje rešenje za učenike nižih razreda, te da bi ovakav način učenja bio moguć uz prisustvo roditelja i nastavnika, pri čemu ipak naglašava da je nastava uživo najbolje rešenje za učenike navedenog uzrasta. Autorka navodi brojne argumente za svoje tvrdnje od kojih izdvajamo složenost konstituisanja znanja kao i nedovoljnu intelektualnu zrelost učenika u susretu sa softver kulturom.

Zbornik tekstova Filozofija medija – mediji i sloboda se kao tamni oblak tehnološkog medijskog društvenog i svakog drugog pesimizma nadvio nad čitalačkom publikom pružajući ipak tračak nade da će zagrljaj čoveka sa digitalnim

medijskim tehnologijama imati pozitivan ishod po čoveka. Dominantnost negativne, kritičke slike naše medijske stvarnosti u zborniku predstavlja uglavnom adekvatnu referenciju naše realnosti, ali se postavlja pitanje da li je dovoljno samo tumačenje sveta u nastojanju da se taj svet promeni. U tom smislu doduše samo u naznakama zbornik nagoveštava rešenja i moguće pravce delovanja. Ipak prepoznavanjem kompleksnosti problema savremenog medijskog društva, sa različitih aspekata, Zbornik svojim tekstovima pruža solidnu osnovu i širok dijapazon za dalja istraživanja i promišljanja odnosa slobode i medija.

Spisak recenzenata

Dr Milica Andevski, redovni professor,
Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet

Dr Zoran Aracki, redovni profesor,
Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet

Dr Predrag Bajić, docent,
Univerzitet Union – Nikola Tesla, Fakultet za sport

Dr Vladimir Barović, redovni profesor,
Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet

Dr Aleksandar Bogdanić, redovni professor,
Univerzitet u Banjoj Luci, Fakultet političkih nauka

Dr Tatjana Ćitić, vanredni profesor,
Univerzitet Union – Nikola Tesla, Fakultet za sport

Dr Dragana Ćopić,
Akademija umetnosti Novi Sad

Dr Predrag Jakšić,
Fakultet dramskih umetnosti, Beograd

Dr Zoran Jevtović, redovni profesor,
Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet

Dr Veselin Kljajić, redovni profesor,
Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka

Dr Dunja Majstorović Jedovnicki, docent,
Univerzitet u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti

Dr Marijana Matović, naučni saradnik,
Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka

Dr Mirko Miletić, redovni profesor,
Univerzitet Megatrend, Fakultet za kulturu i medije

Dr Smiljana Milinkov, vanredni profesor,
Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet

Dr Sofija Mojsić,
Univerzitet u Beogradu, Filozofski fakultet

Dr Natalija Perišić, redovni profesor,
Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka

Dr Sanja Petkovska, naučni saradnik,
Institut za kriminološka i sociološka istraživanja, Beograd

Dr Dejan Pralica, redovni profesor,
Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet

Dr Nataša Ružić, vanredni profesor,
Univerzitet Crne Gore, Fakultet političkih nauka

Dr Marina Simić, redovni profesor,
Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka

Dr Katarina Šmakić,
Fakultet za diplomatiju i bezbednost,
Katedra za produkciju dramskih i audiovizuelnih umetnosti i medija

Dr Dobrivoje Stanojević, redovni profesor,
Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka

Dr Uroš Šuvaković, redovni profesor,
Univerzitet u Beogradu, Učiteljski fakultet

Dr Dragana Trninić, vanredni professor,
Univerzitet u Banjoj Luci, Fakultet političkih nauka

Dr Aleksandar Vranješ, docent,
Univerzitet u Banjoj Luci, Fakultet političkih nauka

Dr Stefan Vukojević, docent,
Univerzitet u Istočnom Sarajevu, Filozofski fakultet

Dr Vuk Vuković, docent,
Univerzitet u Podgorici, Fakultet dramskih umjetnosti

Dr Tatjana Vulić, redovni profesor,
Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet

Uputstvo autorima

Časopis ***CM: Communication and Media*** objavljuje originalne naučne radove i pregledne radove iz oblasti komunikologije, medijskih studija, upravljanja komunikacijom, odnosa s javnošću i advertajzinga. Osim toga ***CM*** objavljuje i aktuelne stručne radove, kratka i prethodna saopštenja, iskustva iz prakse, prevode i prikaze. ***CM*** izlazi dva puta godišnje.

Kao jedini časopis iz oblasti komuniciranja i medija u Srbiji, ***CM*** ima za cilj uspostavljanje veza između domaćeg i inostranog naučno-istraživačkog rada, kao i promociju mladih istraživača i njihovih kvalitetnih radova. Dinamične promene u medijskom prostoru Srbije i balkanskih zemalja, kao i međunarodni medijski trendovi i izazovi predstavljaju posebnu oblast na koju se ***CM*** usredsređuje.

Svi radovi se recenziraju tako da je osigurana anonimnost recenzenata i autora (*double blind review*). Kako bi se obezbedio visok kvalitet i sprečio plagijarizam, autentičnost svih rukopisa se proverava u sistemima Ephorus i iThenticate.

Od 2022, časopis ***CM: Communication and Media*** objavljivaće po jedan tekst na nekom od svetskih jezika (engleski, nemački, francuski, ruski, španski...). Od 2022, takođe, ***CM*** neće objavljivati tekstove sa više od dva koautora.

ELEKTRONSKO PRIJAVLJIVANJE RUKOPISA

Rukopisi se podnose u elektronskoj formi posredstvom sistema ASEESTANT (South East European Journals Production Assistant) pristupom na link:

http://aseestant.ceon.rs/index.php/comman/about/submissions.

INVITATION LETTER FOR PAPERS IN FOREIGN LANGUAGES

CM: Communication and media, from Belgrade, Serbia ISSN 2466-541X paper and ISSN 2466-5452(Online) is glad to announce the upcoming Volume 18, 2022. We kindly invite you for manuscript submission for the upcoming issue in one of the languages of the world – English, German, French, Russian, Spanish etc.

For information about the previous issues, please visit: https://www.fpn.bg.ac.rs/cm-communication-and-media

CM
COMMUNICATION AND MEDIA
KOMUNIKACIJA I MEDIJI

Adresa redakcije/Editorial office
Trg Marije Trandafil 24, 21101 Novi Sad
Telefon: +381 (0)21 / 301-2358; cm@fpn.bg.ac.rs

Prepress:
Čigoja štampa, Beograd

Štampa/Print:
Čigoja
ŠTAMPA
office@cigoja.rs
www.cigoja.rs

Štampanje časopisa finansijski je pomoglo
Ministarstvo nauke, tehnološkog razvoja i inovacija Republike Srbije
Publication of the Journal is financially supported
by the Ministry of Science, technological development and innovation of the Republic of Serbia

CIP – Каталогизација у публикацији
Библиотеке Матице српске, Нови Сад

316.774

CM : Communication and Media = komunikacija i mediji / glavni i odgovorni urednik Miroljub Radojković. – God. XVI, br. 1 (2021)– . –
Novi Sad : Institut za usmeravanje komunikacija ; Beograd : Fakultet političkih nauka, 2016– . – 24 cm

Dostupno i na: http://www.fpn.bg.ac.rs/cm-communication-and-media. – Dva puta godišnje. – Je nastavak: CM. Communication Management = ISSN 1452-7405. – Drugo izdanje na drugom medijumu: CM. Communication and Media

(Online) = ISSN 2466-5452

ISSN 2466-541X = CM. Communication and Media

COBISS.SR-ID 227945484