

**Гордана М. Рудић**  
Универзитет у Новом Саду  
Педагошки факултет у Сомбору,  
Катедра за библиотекарство  
gordana.rudic@dmi.uns.ac.rs

Стручни рад  
УДК: 316.774:37.013  
DOI: 10.19090/MV.2021.12.359-374

**Жељко У. Вучковић**  
Универзитет у Новом Саду  
Педагошки факултет у Сомбору,  
Катедра за библиотекарство  
zeljko.sombor@yahoo.com

## **ИЗАЗОВИ И ПЕРСПЕКТИВЕ КРИТИЧКЕ ПЕДАГОГИЈЕ МЕДИЈА**

*АПСТРАКТ:* Односи између медија и образовања указују на суштину друштва у којем живимо и на вредности на којима је оно засновано. Медији често доминирају нашим слободним временом и у великој мери обликују наше погледе на свет и друштвено понашање. Преобиле медијских садржаја и информација које нуди интернет доводи до проблема у проналажењу потребних садржаја и валидних информација. У раду су анализирани ови проблеми, као и могућности коришћења огромног информационог и комуникационог потенцијала медија у сврхе учења, образовања и културе. Критичка педагогија медија мора допринети интеграцији медијских компетенција у школски систем и приближавању школе свакодневном животу младих и новим начинима комуникације, учења и друштвености. Аутори закључују да је, упркос свим изазовима, могуће искористити медијску и информациону револуцију у хумане и образовне сврхе, кроз развијање информационе и медијске писмености, разумевања медијског света и одговорног креирања медијских садржаја.

*Кључне речи:* медији, интернет, образовање, информациона писменост, педагогија медија.

## **CHALLENGES AND PERSPECTIVES OF CRITICAL MEDIA PEDAGOGY**

*ABSTRACT:* The essence of our society and its core values are indicated by the relationship between the media and education. Media often dominate our free time and largely shape our views of the world and social behaviour. The abundance of media content and information offered by the internet leads to the impossibility of finding the necessary content and valid information. Usage of the information and communication potential of the media for learning, education, and culture is analyzed in the paper. The integration of media competencies into the school system and bringing the school closer to the everyday life of young people and new ways of communication, learning, and sociability should be a task of critical media pedagogy. Despite all the challenges, the authors conclude that it is possible to use the media and information revolution for humanitarian and educational

purposes. It is necessary to develop information and media literacy, understand the media world, and responsibly create media content for those purposes.

*Key words:* media, internet, education, information literacy, media pedagogy.

## 1. УВОД: МЕДИЈИ ИЛИ ОБРАЗОВАЊЕ?

Према запажању Светлане Безданов Гостимир, анализом наше медијске и педагошке стварности може се увидети да медији и образовање углавном немају додирних тачака. С једне стране, прагматичној природи већине савремених медија, заснованих на сензационализму, спектакуларности и атракцији, потпуно су страни некомерцијални образовни и школски програми и садржаји. Са друге стране, новија емпиријска истраживања показују да су наши учитељи и наставници недовољно медијски писмени и медијски компетентни, да чак и слабији ученици показују не само више интересовања, већ и више вештина и знања о савременим компјутерским играма, друштвеним мрежама и новим медијима (Безданов Гостимир 2008: 177).

Светска искуства указују да се у школским курикулумима на свим нивоима образовања у развијеним земљама систематска пажња поклања медијском образовању већ више од тридесет година. При томе су готово у равноправној употреби термини: медијско образовање, образовање за медије, медијска писменост, медијска култура, увод у медије, увод у комуникације, комуникологија, медији масовне комуникације, уметност медија и слично. Без обзира на формулацију термина, најважније је разумевање суштине и сврхе медијског образовања, а то је по нашем мишљењу формирање медијских компетенција појединца ради побољшања квалитета живота у савременом медијском свету. Да бисмо изградили људе способне да разумеју медије и да се критички и делотворно понашају са медијима и у односу на њих, медијско образовање се мора одвијати систематски и континуирано већ од предшколског узраста:

„Посматрано шире, национална стратегија би морала да се заснива на циљевима образовања који укључују и компоненту коју бисмо могли назвати: медијска писменост ради побољшања квалитета живота. Таква формулација укључује све од права човека да буде информисан и да информише, да може да саопшти своје идеје у различитим формама, до шансе да се боље образује користећи управо технолошке предности масовних медија. У сваком случају учење о медијима помоћу медија морало би бити базични принцип, метод који не би смео бити занемарен” (Зиндовић Вукадиновић 2008: 171).

Медијско образовање може се одредити као бескрајно истраживање начина на који ми стичемо свест о свету и начина на који други људи представљају смисао тог света за нас. Комплексност и озбиљност проучавања односа између медија и образовања проистиче из чињенице да нас овај однос води до саме суштине друштва у којем живимо и до вредности на којима је наш свет заснован. У утицајној књизи под насловом *Образовање и медији* Гоне (Gone 1998) указује на десет суштинских разлога за хитно и систематско успостављање медијског образовања: 1. висока потрошња медијских садржаја и презасићеност (сатурација) до које стижемо због сувишка најразличитијих информација; 2. идеолошка улога медија схваћена као селективна и интересна конструкција друштвене свести, посебно имајући у виду рекламе; 3. значај информација за процесе управљања и руковођења у предузећима и организацијама (владине агенције, политичке партије, министарства, велике компаније); 4. све већа улога медија у политичким и демократским процесима (избори као медијски догађаји); 5. нарастајући значај визуелних и електронских комуникација у свим доменима друштва (осим школе, која примат још увек даје штампаним медијима, савремени комуникациони системи углавном су визуелног карактера); 6. очекивање младих да буду образовани у духу времена у којем живе (какав је смисао образовања и изградње индивидуалне културе ако се избегавају технологије и вредности свакодневног живота и медијског света у којем млади човек одраста?); 7. приватизација и тржишна оријентација информационих и медијских индустрија и институција које преобликују улогу, особине и приоритете савремених медија; 8. улога дигитализације у записивању, чувању и трансмисији речи, слика и података и конвергенција различитих метода и технологија у медијској производњи; 9. процес глобализације донео је нове форме власништва, ширења и утицаја медијске индустрије и 10. појачан утицај медија на понашање, стилове живота и морални развој, самосвест и идентитет појединаца, не само као грађана, већ као људских бића (медијско образовање мора имати јасну вредносну димензију) (Gone 1998: 23).

## 2. ИНФОРМАЦИЈЕ ИЛИ ЗНАЊЕ?

Преобиле информација око нас доводи до ситуације у којој оне постају бескорисне, јер такво „бомбардовање” информацијама представља препреку за примање оних информација које су релевантне за одређене потребе или активности. „Реакције на прекомерност информација могу да буду изостављање (запостављање или неусвајање одређене информације) и

грешка (погрешно усвајање информације)” (Vikeri et al. 2011: 27). Оваква ситуација у први план истиче значај селекције и вредновања информација у циљу њихове сврсисходне употребе.

Обиље информација је потребно ставити у службу знања и не дозволити да тако значајан ресурс буде сметња за његово увећање и унапређење. Како од податка и информације доћи до знања? Кључни појмови, податак, информација и знање, имају мноштво дефиниција и тумачења. Издвојимо Фиделово (Raya Fidel) тумачење које бележи Зинс (Zins 2007: 483) у свом истраживању о концептуалним приступима за дефинисање ових појмова, коришћењем Делфи методе: *податак* је низ симбола; *информација* је податак који се преноси, има значење, ефекат и циљ; *знање* је лични, когнитивни оквир који омогућује људима да користе информације. Можемо закључити да је веза између информације и знања двострана: са једне стране, коришћењем информација увећавамо знање, са друге знање је неопходно за коришћење информација. Дакле, кључни елеменат важан за развијање знања није информација сама по себи, него њено правилно, сврсисходно и ефикасно коришћење.

Информације могу правилно и ефикасно користити само информационо писмене особе. У данашњем развијеном информатичком друштву, писменост подразумева и информациону писменост. Америчко удружење библиотека, давне 1989. године, дало је дефиницију информационо писмене особе, као особе која уме да препозна када јој је информација потребна и која има способност да потребну информацију лоцира, вреднује и ефикасно користи (АЛА 2006).

Млади људи, они који су одрасли или одрастају уз интернет, умеју да користе различите уређаје, информационе сервисе и алате који им омогућавају приступ непрегледном мору информација, што јесте почетни услов за проналажење информација. Многи би се сложили са тврђењем да се тиме они могу сматрати информационо писменима. Међутим, умеће коришћења уређаја и алата који омогућују претраживање интернета није довољно, тако да наведено тврђење није тачно. Млади људи проводе много времена претражујући интернет, користећи мобилне телефоне и компјутере. Међутим, често само бесциљно лутају („сурфују”) морем информација и различитих медијских садржаја, без артикулисане потребе за одређеним, провереним и валидним информацијама. Информације на које наилазе конзумирају површно и „успут”.

Уколико издвојимо студенте, као посебан део популације младих, можемо рећи да су они свакако у стању да препознају када су им информације потребне, јер током студија често имају потребу за проналажењем информација из одређене области или у вези са одређеном тематиком. Међутим, поставља се питање да ли они имају способност да потребне информације лоцирају, вреднују и ефикасно користе. Иако су вешти у коришћењу уређаја и алата за претраживање интернета, они имају тешкоћа да пронађу, лоцирају и вреднују информације које су им заиста потребне, како за студије тако и за решавање свакодневних потреба. То потврђује и истраживање које је спроведено међу више од 11.000 студената америчких колеџа. Већина њих је изјавила да се врло брзо „изгуби” у „густишу преоптерећеном информацијама” (Head 2013: 474). Закључено је да обиље информационих технологија, уређаја, информационих ресурса доводи до парадоксалне ситуације – расположива количина информација је готово безгранична, али је дефинисање и сужавање упита за проналажење релевантних и тачних одговора, један од најтежих и веома фрустрирајућих изазова са којима се студенти суочавају. Велики број коментара на ово истраживање од стране просветних радника, администратора, професионалаца у различитим областима и осталих, показало је да „парадокс тражења информација” погађа готово све (Head 2013: 476).

Потреба за подизањем нивоа информационе писмености младих је евидентна. Да би „човек научио да се информише и да информише друге” неопходно је „образовање за информације” (Le Koadik 2005: 120). За младе школског узраста информациона писменост је важна за учење и стицање знања у учионици, као и ван ње. Потребно је да учитељи и наставници имају активну улогу у развијању њихових знања и вештина у том домену. Међутим, врло често и сами наставници имају потребу да подигну ниво сопствених компетенција у погледу информационе писмености, те можемо констатовати да им је потребна (и неопходна) подршка. Ефикасан допринос овом процесу може да пружи особље школске библиотеке кроз сарадњу са наставним особљем. Библиотекари у школским библиотекама јесу, или би требало да буду, професионално оспособљени и едуковани у домену информационе писмености, претраживања информација, њиховог организовања и вредновања. Међутим, упркос истраживањима која показују да подизање нивоа информационе писмености има позитиван утицај на учење ученика, као и да је у томе важна сарадња наставника са библиотекарима, библиотекари се и даље боре да их наставници прихвате као сараднике у

образовању (McKeever et al. 2017: 55). Увођењем дисциплине везане за информације у процес образовања, са специјализованим предавачима, били би обезбеђени почетни услови за оспособљавање ученика да претражују, проналазе, вреднују и користе информације, односно, за буду припремљени за улазак у информационо друштво (Le Koadik 2005: 121).

### 3. АНТИНОМИЈЕ МЕДИЈСКОГ СВЕТА

Живимо у глобалном медијском свету, окружени модерним медијским технологијама и преплављени таласом најразличитијих медијских порука и садржаја. Медији у великој мери обликују наше животе, погледе на свет и системе вредности, тако да се с правом о савременој култури може говорити као о медијској култури:

„С појавом медијске културе, слике, звуци и представе почињу да учествују у стварању садржаја свакодневног живота, доминирају нашим слободним временом, обликују политичка гледишта и друштвено понашање, и нуде грађу на основу које људи обликују чак и сопствени идентитет. Радио, телевизија, филм и други производи индустрије културе обезбеђују моделе на основу којих одређујемо шта значи бити мушкарац или жена, успешан или неуспешан, моћан или слаб. На основу садржаја које нам пружа медијска култура многи људи формирају своја схватања о класи, етничкој припадности или раси, националности, сексуалности, о 'нама' и 'њима'. Медијска култура учествује у обликовању доминантних схватања о свету и највишим вредностима; она дефинише шта се сматра добрим или лошим, позитивним или негативним, моралним или злим. Приче и слике у медијима приказују симболе, митове и изворе који за већину људи, у већем делу света, данас чине општу културу. Медијска култура пружа основу за стварање идентитета, у складу са којом се појединци данас уклапају у савремена техно-капиталистичка друштва. Она производи нове облике глобалне културе” (Kelner 2004: 5).

Свеприсутност медија и готово фамилијарни однос модерног човека са њима ретко су праћени критичким разумевањем медијске моћи и утицаја. Медијима се радије приступа са технолошке него са друштвене и вредносне позиције. За уобичајену, свакодневну свест медији су најчешће средства забаве, лаке и ефикасне комуникације, а њихова друштвена улога сагледава се углавном кроз метафоре какве су „прозор у свет” или „огледало стварности”. Међутим, пажљивијим посматрањем показује се да ствар са медијима ни издалека није тако једноставна и идилична. Медији нису само прозор или огледало света, већ активни, заинтересовани посредници између

човека и света, који креирају и конструишу своје поруке и значења у складу са интересима центара идеолошке и друштвене моћи.

Савремена друштва и савремени појединци налазе се пред снажним медијским изазовом. У времену у којем живимо медији утичу не само на нашу перцепцију, већ и на наше схватање стварности, на наше образовање, формирање укуса, стилова живота и система вредности. Медији нас информишу, забављају, социјализују, образују, убеђују. Међутим, медији стално показују своје двоструко, јанусовско лице: никада раније човечанство није имало прилику да прикупи, обради и пренесе толику количину информација и различитих медијских садржаја. С друге стране, богатство информационих ресурса и комуникационих технологија често се користи као оруђе друштвене моћи, манипулације и доминације. Како с правом примећује социолог Драган Коковић (Коковић 2007), карактер, улога и значај масовних медија могу се посматрати са међусобно искључивих, антиномијских позиција:

1. Медији стварају специфичну вештачку средину и тако удаљавају човека од реалног света и реалних проблема – Медији омогућују универзализацију човека и његово укључивање у живот целокупног човечанства;
2. Медији стандардизују свакодневни живот, уништавајући сваку индивидуалност – Медији обогаћују индивидуалност, јер проширују постојеће везе и односе између људи;
3. Медији смањују обим непосредне међуљудске комуникације – Медији проширују ограничене непосредне контакте и тако повећавају и универзализују међуљудску комуникацију;
4. Медији подстичу испразно и несврховито коришћење слободног времена – Медији обогаћују слободно време стварајући услове за задовољење различитих људских потреба;
5. Медији су по својој природи манипулативна и антидемократска оруђа моћи и доминације – Медији су оруђа слободе и демократизације друштвеног живота;
6. Медији подстичу пасивност живљења и лењост мишљења – Медији подстичу активност, динамичност и партиципацију у друштвеном животу.

Наведеним медијским антиномијама можемо додати и оне које се директно тичу сфере образовања. У књизи под насловом *Гугл универзитет*:

образовање у (пост)информатичком добу Тара Брабазон у само једној реченици лапидарно одређује кључни проблем образовања у свету медија, интернета и нових информационих и комуникационих технологија: „Кликање замењује мишљење” (Brabazon 2007: 16). Нове технологије и оруђа попут Веб 2.0 (Веб 2.0) дозвољавају свима да партиципирају у креирању и ширењу интернетских садржаја, али растући квантитет информација и разни методи приступа не гарантују квалитет и креативност њихове употребе. Могући пут за решавање овог проблема Тара Брабазон види у обједињеном напору наставника, педагога и библиотекара да се Гугл (Google) трансформише од оруђа забаве до оруђа образовања, критичког и рефлексивног мишљења. Без обзира на глобалну технолошку и информациону инфраструктуру, информатичко друштво се неће трансформисати у друштво знања док сваки појединац не буде оспособљен да одабере, организује, пренесе и користи информације на креативан и друштвено одговоран начин.

#### 4. КРИТИЧКА ПЕРСПЕКТИВА МЕДИЈСКЕ ПЕДАГОГИЈЕ

По природи своје друштвене мисије, образовање је увек нека врста посредовања (медијације) између човека и света, између истине и стварности, између бића и мишљења. Зато целокупни школски и образовни систем нужно има своју посредничку или медијалну димензију. У настојању да достигне неки постављени идеал или образац знања, ставова и вредности, школа се одувек појављује као медијатор између појединца и заједнице, жеља и могућности, слободе и норми. И не само образовање, већ и све друге сфере људског живота, зависе од посредника и правила која они успостављају. Људско знање и укупни резултати спознајних процеса у великој мери су одређени посредницима или медијима који су постављени између субјекта и објекта сазнања. Тако је, на пример, прилично јасно да ће неко ко погледа кап воде посредством микроскопа добити сасвим различиту поруку од неког ко истражује посматрајући исту кап голим оком. Ствар се додатно усложњава када знамо да у систему посредовања, поред технолошких конфигурација, учествују и бројни друштвени и институционални фактори као носиоци односа моћи, утицаја и манипулације. Стога се критичка педагогија медија мора утемељити на чврстим комуниколошким, социолошким и филозофским основама и спознајама о онтолошким, епистемолошким и вредносним димензијама сваког медијског посредовања (Andevski et al. 2012).



Основна сврха и мисија критичке педагогије медија била би да ученицима, студентима и свим грађанима омогући да схвате савремену културу и друштво, да створе сопствени идентитет и отпорност према медијским манипулацијама, као и да подстакне медије да стварају алтернативне и креативне облике културе ради трансформације савременог медијализованог и отуђеног друштва:

„Критичка медијска педагогија развија концепте и анализе које читаоцима омогућују да критички анализирају садржаје савремене медијске и потрошачке културе, открију значења и ефекте сопствене културе и тако им помогне да стекну контролу над сопственим културним окружењем. Сматрам да критика културе и медијска педагогија захтевају примену друштвене теорије и да та, критичка теорија друштва такође треба да полази од медија и студија културе као критичких метода, да би омогућила суштински увид у структуру савременог друштвеног живота. Тако овај пројекат комбинује методолошке стратегије, теорије и концепте, како модерних тако и постмодерних теорија, покушавајући да створи критичку перспективу подесну за анализирање најважнијих културних и друштвених феномена савременог доба” (Kelner 2004: 20).

Као општи циљ медијско-педагошких настојања Тулодјецки (Tulodziecki 2000) наводи оспособљавање за прикладно, самостално, креативно и друштвено одговорно делање у свету у којем влада снажан утицај медија. Овај циљ обухвата неколико задатака у медијско-педагошком раду.

Први циљ јесте смислено коришћење постојеће медијске понуде за различите сврхе, какве су информисање, разонода, игра, учење, решавање проблема и комуницирање. Притом, велика одговорност лежи како на родитељској кући тако и на школи. Посебну могућност за употребу медија у школи пружа пројектно оријентисана настава.

Други задатак педагогије медија јесте креирање сопствених медијских доприноса. Деца и млади треба да буду способни да помоћу медијских технологија креирају сопствене медијске поруке и садржаје. У ту сврху они морају познавати најмање три области: језик медија, утицај медија, као и медијску продукцију и ширење медијских порука.

Трећи задатак обухвата разумевање и вредновање медијских форми, као предуслов креирања, разумевања и процена медијских порука и садржаја. Веома је важно да деца и млади могу да вреднују предности и ограничења медијског изражавања у погледу форме приказивања или начина обликовања поруке.

Четврти задатак подразумева отварање могућности да деца и млади разумеју емоционално дејство медија и њихов утицај на ставове, вредности и понашања. Важност овог задатка проистиче из чињенице да су медији у стању да створе проблематичне емоције попут страха или агресивности, као и искривљене представе о стварности и другим појединцима и друштвеним групама.

Пети задатак јесте способност разумевања и просуђивања услова медијске продукције и ширења медијских порука. То подразумева критичку анализу личних и институционалних, правних, економских, политичких и других друштвених услова медијске производње и дистрибуције. Претпоставка за овакву анализу јесте елементарна транспарентност и прозирност медијске сцене као карактеристика демократског друштва.

Најзад, шести и свеобухватни задатак јесте развој интелектуалног, социјалног и моралног приступа и става према медијима. Што су поменути ставови развијенији, то је већа и вероватноћа избегавања опасних медијских утицаја, одговорног коришћења медијских садржаја и обликовања живота у свету медија, информација и комуникација.

Педагогија медија је релативно млада педагошка дисциплина која је настала као резултат развоја педагошке науке и као одговор на образовне и васпитне последице све веће употребе и утицаја модерних медија. У теоријским темељима ове дисциплине стоје различите научне области (педагошке науке, социологија, медиологија, комуникологија, итд.), па су због тога и настали различити приступи и интерпретације у објашњењу и разумевању медијског деловања. Развојне етапе медијске педагогије могу се поделити у шест фаза: почеци медијске педагогије, која се паралелно развијала са наглом експанзијом штампаних медија и филмске индустрије у првој половини XX столећа; идеолошка педагогија медија, која се развијала у тоталитарним системима фашизма и реал-социјализма, са циљем да се медији и моћ коју они поседују употреби у идеолошке сврхе; нормативна педагогија медија, као почетак еманциповања и самосталног развоја нове научне дисциплине (у овој фази дефинише се двострука природа и улога медија, као оруђа манипулације и као битна оруђа образовања и комуникације); критичка и еманципаторска педагогија медија у којој је главна идеја развој медијских компетенција са циљем изградње критичког става и спречавања медијских манипулација; образовно-технолошка и функционална педагогија медија – главни проблем постаје увођење нових медија у васпитно-образовни систем и наставни процес (развијају се поддисциплине као што су медијска дидактика,

образовна технологија, медијска писменост); рефлексивно-практична педагогија медија, са нагласком на активном и практичном приступу у стицању медијских компетенција које подразумевају способност кретања по свету медија на критички и независан начин, с осећајем одговорности, а користећи медије као средство за креативно изражавање и образовање (Tolić 2008: 3–4).

Класична формулација коју је предложио Баке (Bake 2013) разликује следеће области медијске компетенције:

- критика медија – способност да се аналитички, етички и рефлексивно анализирају медијски садржаји и поруке;
- наука о медијима – знање о медијима у смислу информисаности о медијском систему, које укључује и способност коришћења различитих медијских формата и технологија;
- употреба медија – коришћење медијских садржаја и
- иновативно и креативно медијско деловање – стварање медијских садржаја и развој иновативних медијских пракси.

## 5. БУДУЋНОСТ МЕДИЈСКОГ ОБРАЗОВАЊА

Незаустављив развој медијских технологија, широка понуда мултимедијалних садржаја, конвергенција ка јединственим дигиталним форматима порука, интерактивност и фамилијарност младе генерације са новим медијима, претпоставке су једне оптимистичке визије будућности медија и медијског образовања. Међутим, ове претпоставке саме по себи нису довољне. Дигитални медијски оптимизам мора се засновати на новој визији културе и новој друштвености. Управо такав правац развоја нуди модел партиципативне културе. Партиципативна култура је култура у којој су повезани слобода изражавања и грађанска ангажованост, култура која подстиче активизам, креативност, комуникацију и размену идеја (Jenkins 2010). Форме партиципативне медијске културе подразумевају: а) укљученост – формална или неформална припадност онлајн заједницама у различитим областима медија какве су, на пример, друштвене мреже; б) експресивност – продукција нових креативних форми, на пример, видео-уметности; в) заједничко решавање проблема – тимски рад у формалним или неформалним групама ради решавања одређених задатака или развоја нових знања и г) циркулација – проток идеја и информација, на пример, активно учешће на блогovima.

Све већи број истраживача уочава потенцијалне користи од партиципативних форми културе, какве су прилике за заједничко учење, одговорнији став према интелектуалној својини, диверсификација културе, развој вештина које тражи тржиште знања, охрабривање грађанског активизма. Кроз ове активности младих људи ствара се и нова форма скривеног курикулума. Има аутора који сматрају да се поменуте вештине и компетенције могу стећи спонтано, без учешћа школе и педагошких интервенција. Међутим, партиципативна медијска култура захтева систематски приступ медијском образовању из најмање три разлога: дигитални јаз, проблем транспарентности и етички изазов. Дигитални јаз представља проблем неједнаке доступности дигиталних ресурса, до вештина и знања која треба да припреме младе за активан живот у савременом свету. Проблем транспарентности чине изазови са којима се млада генерација суочава у напору да критички приступи медијским ресурсима и да разуме начин на који медији обликују слику стварности. Етички изазов изазван је нестанком традиционалних и појавом нових начина образовања и модела социјализације. Како осигурати да се млади људи социјализују у оквирима измењених друштвених правила и моралних норми са којима ће се суочити као креатори медија и актери онлајн заједница?

Из глобалне перспективе може се закључити да школа као институција споро реагује на друштвене и технолошке промене и на образовне потенцијале партиципативне културе, те да се нови модели медијског деловања и образовања обликују ван школских зидова и унутар неформалних комуникационих заједница. Партиципативна култура нуди удобно, пријатељско и атрактивно окружење за учење и образовање. Школе се морају отворити ка новој писмености и медијским компетенцијама које млади људи очекују и захтевају као предуслов успешног живота у будућем свету. Нова медијска компетенција темељи се на традиционалној и информационој писмености, технолошким способностима и критичкој рефлексији медијских садржаја, као и на новим вештинама и способностима:

- Игра: способност, мотивација и жеља да се игра и експериментише са околином у решавању проблема.
- Перформанс: способност да се усвоје различити идентитети у циљу подстицања импровизација, открића, прихватања мултикултуралности.
- Присвајање: способност прихватања, коришћења и ремиксовања медијских садржаја.

- Мултиплицирање: способност истовременог решавања различитих задатака.
- Дистрибуција: способност интеракције са различитим технологијама и оруђима које проширују когнитивне капацитете.
- Колективна интелигенција: способност удруживања и тимског решавања задатака.
- Просуђивање: способност вредновања поузданости и квалитета информационах извора.
- Трансмедиска навигација: вештина праћења токова прича и информација кроз разноврсне медијске конфигурације.
- Умрежавање: способност повезивања, синтезе и дисеминације информација.
- Посредовање: способност кретања кроз различите заједнице и културе, поштовање различитих перспектива и вредности.

## 6. ЗАКЉУЧАК

У свету се већ више од тридесет година поклања пажња медијском образовању. Нужно је да национална стратегија активно и систематски укључује ову компоненту у циљеве образовања и у Србији. Обиље информација и различитих медијских садржаја потребно је ставити у службу знања, а то подразумева подизање нивоа информационе и медијске писмености, као и развијање критичког разумевања утицаја медија. Критичка педагогија медија омогућује разумевање савремене културе и друштва, стварање сопственог идентитета и отпорност према медијским манипулацијама.

Свеprisутност медија у свакодневном животу модерног човека доводи до фамилијарног односа са њима, због чега се њихова моћ и утицај ретко критички разматрају и разумеју. Медијске компетенције није довољно посматрати само са технолошке позиције, у смислу познавања медијског система и коришћења различитих медијских формата и технологија. У даљем планирању и развоју систематског медијског образовања потребно је пронаћи адекватне методе за развој интегралних медијских компетенција које омогућују критичку анализу медијских садржаја и порука, њихово коришћење, као и иновативно и креативно стварање медијских садржаја.

Развој медијских компетенција данас, у условима настанка нове друштвености и нових облика културе, треба да укључи потенцијале

партиципативне културе. Овај облик културе подстиче грађанско ангажовање, комуникацију, креативност и размену идеја. Такође, има очигледан утицај на развој медијских вештина и компетенција код младих у оквиру неформалних комуникационих заједница. Потенцијале партиципативне културе треба искористити и у формалном медијском образовању младих. Оно треба да се стиче систематски, у оквиру школског система, који, нажалост, споро реагује на друштвене и технолошке промене. Формалним образовањем у области медија смањује се дигитални јаз, код младих се развија критички приступ медијским ресурсима и разумевање начина на који медији обликују слику стварности. Формално образовање за медије, уз примену модела партиципативне културе, омогућило би младим људима, као креаторима медија и актерима онлајн заједница, да се социјализују у оквирима измењених друштвених правила и моралних норми.

Можемо закључити да је интерактивност, као потенцијал нових медија, својство технологије, док је партиципативност кључно својство нове медијске културе. Партиципативни модел образовања и културе може бити одговор на изазове медијског и информационог доба.

## ЛИТЕРАТУРА

- ALA – American Library Association. (2006). *Presidential Committee on Information Literacy: Final Report*. Приступљено 19. 12. 2020. URL: <<http://www.ala.org/acrl/publications/whitepapers/presidential>>.
- Andevski, M., Vučković, Ž. (2012). *Prolegomena za kritičku pedagogiju medija*. Vršac: Visoka škola strukovnih studija za vaspitače „Mihailo Palov”.
- Bake, D. (2013). *Medijska pedagogija*. Beograd: Fakultet za medije i komunikacije.
- Bezdanov Gostimir, S. (2008) *Medijska pismenost (za srednje škole...)*, u *Knjiga za medije – mediji za knjigu*, ur. D. Vuksanović, (Beograd: Clio): 173–187.
- Brabazon, T. (2007). *The University of Google: Education in a (post) information age*. Aldershot: Ashgate.
- Vikeri, B. S., Vikeri, A. (2011). *Informaciona nauka u teoriji i praksi*. Beograd: Narodna biblioteka Srbije.
- Gone, Ž. (1998). *Obrazovanje i mediji*. Beograd: Clio.
- Zindović Vukadinović, G. (2008). *Obrazovanje za medije – prilog konceptu za srednje škole*, u *Knjiga za medije – mediji za knjigu*, ur. D. Vuksanović, (Beograd: Clio): 167–172.

- Zins, C. (2007), Conceptual approaches for defining data, information, and knowledge. *Journal of American Society for Information Science and Technology* 58 (4): 479–493. Приступљено 17. 12. 2020. DOI: 10.19090/MV.2021.12.- 10.1002/asi.20508.
- Jenkins, H. (2010). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Chicago: Mac Arthur.
- Kelner, D. (2004). *Medijska kultura*. Beograd: Clio.
- Koković, D. (2007). *Društvo i medijski izazovi: uvod u sociologiju masovnih komunikacija*. Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Le Koadik, I.F. (2005). *Nauka o informacijama*. Beograd: Clio.
- McKeever, C., Bates, J. and Reilly, J. (2017). School library staff perspectives on teacher information literacy and collaboration. *Journal of Information Literacy* 11 (2): 51–68. Приступљено 15. 12. 2020. URL: <<http://dx.doi.org/10.11645/11.2.2187>>.
- Tolić, M. (2008). Aktualnost medijskih kompetencija u suvremenoj pedagogiji. *Acta Iadertina* 38 (5): 1–13.
- Tulodziecki, G. (2000). *Medienerziehung in der Grundschule – Grundlagen, empirische Befunde und Empfehlungen zur Situation in Schule und Lehrerbildung*. Opladen: Leske und Budrich.
- Head, A. (2013). Project Information Literacy: What Can Be Learned About the Information-Seeking Behavior of Today's College Students? *Invited Paper, Association of College and Research Librarians Conference, Forthcoming*. Приступљено 17. 12. 2020. URL: <<https://ssrn.com/abstract=2281511>>.

Gordana M. Rudić  
University of Novi Sad  
Faculty of Pedagogy in Sombor

Željko U. Vučković  
University of Novi Sad  
Faculty of Pedagogy in Sombor

## CHALLENGES AND PERSPECTIVES OF CRITICAL MEDIA PEDAGOGY

### *Summary*

The world has been paying attention to media education for more than thirty years. It is also necessary that the national strategy of Serbia actively and systematically includes this component in the education objectives. The abundance of information and various media contents need to be in the service of knowledge. In that sense, we should raise the

level of information and media literacy and develop a critical understanding of media influence. Critical media pedagogy enables a contemporary culture and society understanding, personal identity creation, and resistance to media manipulations.

The ubiquity of media in modern everyday life leads to being familiar with them. Therefore, their power and influence are rarely critically considered and understood. It is not enough to observe media competencies only from a technological point of view, as knowledge of the media system and the use of different media formats and technologies. It is necessary to find those educational methods for integrated media competencies development that enable an analytical, ethical, and reflective analysis of media content and messages, their use, and innovative and creative media content creation.

The development of media competencies today, in the conditions of the emergence of new sociability and new forms of culture, should use the potentials of participatory culture. This form of culture encourages civic engagement, communication, exchange of ideas, and creativity. It already has a significant impact on media skills and competencies development within informal communication communities of young people. However, we should use participatory culture potentials in a formal media education of young people in schools. While using a participatory culture model in formal media education, we will enable young people, as media creators and actors of online communities, to socialize within the changed social rules and moral norms.

As a new media potential, interactivity is a property of technology, while participatoriness is the most significant property of a new media culture. A participatory model of education and culture can answer the challenges of the media and information age.

*Key words:* media, internet, education, information literacy, media pedagogy.

Примљено: 4. 6. 2021.

Прихваћено: 19. 7. 2021.