



United Nations  
Educational, Scientific and  
Cultural Organization

Communication and  
Information Sector



# Informaciona i medijska pismenost

## Program obuke nastavnika



KarolIn Vilson  
Alton Grizl  
Ramon Tuazon  
Kvaml Akjempong  
Či-Kim Čeng



Medijska i  
informaciona  
pismenost

Program obuke  
nastavnika

Dio 1

Okvir nastavnog programa i  
kompetencija

Dio 2

Osnovni i dodatni moduli

Izdavač: Nacionalna biblioteka Crne Gore "Đurđe Crnojević", Bulevar crnogorskih junaka 163, Cetinje, Crna Gora u saradnji sa Bibliotekom Plus, Gospodar Jovanova 63, Beograd, Srbija

Urednici: Alton Grizl i Kerolin Vilson  
Urednik izdanja: Jelena Đurović

Prevod sa engleskog: Gordana Ljubanović  
Lektura i korektura: Vera Đukanović  
Godina izdanja: 2015.

© NBCG 2015

Objavljivanje ovog priručnika je podržano kroz projekat UNESCO Participacija 2014-2015 "IMP - Strategija i edukacija"

The translation and publication of this Curriculum is supported through the UNESCO Participation 2014-2015 Project "MIL - Strategy and education"  
<http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/>



Ova publikacija je dostupna u otvorenom pristupu u skladu sa licencom Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-NC.SA 3.0 IGO) koju je dodijelila organizacija Creative Commons <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.

Svi koji koriste sadržaj ove publikacije, obavezni su da poštuju uslove korišćenja koje je propisao UNESCO-v repozitorijum u otvorenom pristupu (Open Access Repository [www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbncsa-en](http://www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbncsa-en)).

Izraženi stavovi i predstavljeni tekstovi u ovoj publikaciji ne odražavaju mišljenje UNESCO-a u vezi pravnog statusa bilo koje zemlje, teritorije, grada ili oblasti, nadležnih vlasti, ili njihovih granica.

Ideje i mišljenja izražena u ovoj publikaciji pripadaju autorima i ne predstavljaju nužno ideje i mišljenja UNESCO-a i ne obavezuju Organizaciju.

---

Autori fotografija

Korica (s lijeva na desno, odozgo na dolje):

1. © iStockphoto
2. CC BY Rodrigo Galindez
3. © iStockphoto
4. © 2008 Edson E. Whitney, ljubaznošću organizacije Photoshare
5. © 2005 Adnan Kabir, ljubaznošću organizacije Photoshare
6. © iStockphoto
7. © iStockphoto
8. © 2007 Rajal Thaker, ljubaznošću organizacije Photoshare
9. © iStockphoto
10. © iStockphoto
11. © iStockphoto
12. © 2005 Alain B. Labrique/JHSPH, ljubaznošću organizacije Photoshare

str. 13 i 43 (s lijeva na desno, odozgo na dolje):

1. CC BY Video Volunteers(VV)
2. © 2009 Dr Urvish Joshi, ljubaznošću organizacije Photoshare
3. © 2006 Hugh Rigby/CCP, ljubaznošću organizacije Photoshare
4. CC BY Video Volunteers(VV)
5. © 2008 Bob Msangi, ljubaznošću organizacije Photoshare
6. © 2009 Frederick Noronha, ljubaznošću organizacije Photoshare
7. CC BY C G-K

8. © 1997 CCP, ljubaznošću organizacije Photoshare
  9. © 2007 Rajal Thaker, ljubaznošću organizacije Photoshare
  10. © 2001 CCP, ljubaznošću organizacije Photoshare
  11. © 2007 Arup Haldar ljubaznošću organizacije Photoshare
  12. © 2008 Edson E. Whitney, ljubaznošću organizacije Photoshare
- str. 58: CC BY Rodrigo Galindez  
str. 77: © UN Photo/Martine Perret  
str. 90: © 2008 Edson E. Whitney, ljubaznošću organizacije Photoshare  
str. 100: © OSCE/Stephan Weixler/Austria  
str. 106: CC BY Gorski  
str. 117: © 2003 Justin Fahey, ljubaznošću organizacije Photoshare  
str. 125: © 2006 Hugh Rigby/CCP, ljubaznošću organizacije Photoshare  
str. 133: © 2006 Sara Feldman, ljubaznošću organizacije Photoshare  
str. 144: © 2007 William Ongala, ljubaznošću organizacije Photoshare  
str. 152: CC BY Video Volunteers(VV)  
str. 157: © 2009 Dr Urvish Joshi, ljubaznošću organizacije Photoshare  
str. 170: CC BY Video Volunteers(VV)  
str. 174: © 2007 Alfredo L. Fort, ljubaznošću organizacije Photoshare  
str. 176: CC BY Paul Keller

---

Grafički dizajn: UNESCO  
Priprema: Zorica Sjekloča  
Štampa: IVPE, Cetinje  
Štampano u Crnoj Gori

CIP - Каталогизација у публикацији  
Национална библиотека Црне Горе, Цетинје  
ISBN 978-86-7079-154-1  
COBISS.CG-ID 28274448



# UNESCOV USTAV

'... Države potpisnice ovog Ustava, vjerujući u potpune i jednake obrazovne mogućnosti za sve, u neograničenu težnju ka objektivnoj istini i u slobodnu razmjenu ideja i znanja, složne su i opredijeljene da razvijaju i šire puteve komunikacije među svojim narodima i da te puteve iskoriste za uzajamno razumijevanje i tačnije i veće znanje o životima tih naroda...'

# ZAHVALNICE

Autori iskazuju zahvalnost Vidžajananda Jajaviri (Wijayananda Jayaweera) i Vladimiru Gaju (Vladimir Gaï) za presudni doprinos i predvođenje rada na ovom nastavnom programu, od početne ideje, do konačne izrade. Autori se takođe zahvaljuju na savjetima i komentarima sljedećim ljudima:

## SARADNICI

### — Recenzenti:

Irmgarda Kasinakite-Budenberg (Irmgarda Kasinskaite-Buddeberg), specijalista za programe, UNESCO, Pariz

Endru Padifat (Andrew Puddephatt), direktor, Global Partners and Associates, London, Velika Britanija

Fakson Banda (Fackson Banda), specijalista za programe, UNESCO, Pariz

Bojan Radojkov (Boyan Radoykov), šef odsjeka, Odsjek za univerzalni pristup i očuvanje, UNESCO, Pariz

Indradžit Banerđi (Indrajit Banerjee), direktor, Sektor za informaciono društvo, UNESCO, Pariz

Ralf Kats (Ralph Catts), stariji istraživač, Mreža škola i društvenog kapitala, Škotska shema za primijenjena obrazovna istraživanja (AERS)

Žako di Tua (Jaco Du Toit), savjetnik za komunikacije i informacije, UNESCO Vindhuk

Misako Ito, (Misako Ito), savjetnik za komunikacije i informacije, UNESCO Rabat

Ejbel Kejn (Abel Caine), specijalista za programe, UNESCO, Pariz

Tobi Mendl (Toby Mendel), izvršni direktor, Centar za pravo i demokratiju

### — Drugi saradnici:

Juta Krol (Jutta Croll), izvršni direktor, Stiftung Digitale Chancen, Berlin, Njemačka

### — Međunarodna ekspertska grupa koja se sastala da bi uputila savjete u vezi sa strategijom pripreme ovog Programa obuke

Kvami Akjempong (Kwame Akyempong), zamjenik direktora, Centar za međunarodno obrazovanje, Univerzitet u Sasseksu, Brajton, Velika Britanija

Ivlin Bivort (Evelyne Bevort), zamjenik direktora, Centre de Liaison de l'Enseignement et des Moyens d'Information (CLEMI), Pariz, Francuska

Fakson Banda (Fackson Banda), SAB Limited – UNESCO predsjednik Medija i demokratije, Univerzitet Rods, Grejemstaun, Južna Afrika

Albert K. Bekhorst (Albert K. Boekhorst), gostujući profesor, Odsjek za informacionu nauku, Univerzitet u Preoriji, Južna Afrika

Č. K. Čeng (C. K. Cheung), instruktor nastavnika, Fakultet za obrazovanje, Hongkong, Kina

Noel Čikeke (Noel Chicuecue), Nacionalni stručni službenik, UNESCO Mozambik

Bandula P. Dajaratni, diplomirani nastavnik i kreator nastavnih programa, Nacionalni institut za obrazovanje, Univerzitet u Kolombu, Šri Lanka

Karmila Flojd (Carmilla Floyd), pisac, novinar i instruktor za medije, Stokholm, Švedska

Divina Frau-Majgs (Divina Frau-Meigs), podpredsjednik, Međunarodno udruženje za istraživanje medija i komunikacije (IAMCR), Univerzitet u Parizu – Sorbona, Francuska

Martin Hadlou (Martin Hadlow), direktor, Centar za komunikacije i društvene promjene, Škola za novinarstvo i komunikacije, Univerzitet u Kvinslendu, Brizbejn, Australija

Hesus Lau, direktor, Biblioteka USBI VER, Univerzitet Verakruza, Meksiko

Marija Ester Mansebo (Maria Ester Mancebo), profesor obrazovnih politika, Državni univerzitet, Montevideo, Urugvaj

Peni Mur (Penny Moore), Savjetnik za obrazovna istraživanja i izvršni direktor, Međunarodno udruženje školskih biblioteka, Velington, Novi Zeland

Renato Operti (Renato Opertti), Međunarodni biro za obrazovanje, UNESCO Ženeva

Karolin Pontefrakt (Caroline Pontefract), šef Odsjeka za obrazovne nastavnika, UNESCO, Pariz

Raša Omar (Rasha Omar), direktor, Odsjek za nauku i tehnologiju, Centar za razvoj palestinskih nastavnih programa, Ministarstvo za obrazovanje i visoko obrazovanje, Ramala, Palestinske teritorije

Hoze Manuel Peres Tornero, podpredsjednik, Evropsko udruženje za zaštitu interesa gledalaca (EAVI); generalni sekretar, Međunarodno udruženje za obrazovanje za medije (MENTOR), Autonomni univerzitet Barselone, Španija

Manuel Kintero Kintero (Manuel Quintero Quintero), generalni direktor, Latinoamerički institut za obrazovnu komunikaciju, Meksiko

Sami Taje (Samy Tayie) predsjednik, Međunarodno udruženje za obrazovanje za medije (MENTOR), Kairo, Egipat

Tusen Čiči (Toussaint Tchitchi), Univerzitet Abomej-Kalavija, Benin

Jordi Torent (Jordi Torrent), rukovodilac projekata, Obrazovanje iz medijske pismenosti, Alijansa civilizacija, Ujedinjene nacije

Ramon R. Tuason (Ramon R. Tuazon), predsjednik, Tehnički komitet za komunikacije, Komisija za visoko obrazovanje (CHED), i predsjednik Azijskog instituta za novinarstvo i komunikacije, Filipini

Kerolajn Vilson (Carolyn Wilson), predsjednik, udruženje za medijsku pismenost (AML), Ontario, Kanada, i instruktor, Institut Ontarija za istraživanja u obrazovanju, Univerzitet u Torontu, Kanada

## — Drugi sastanak međunarodne ekspertske grupe koja je pregledala prvi nacrt Programa

Klement Lambert (Clement Lambert), predavač, Jezičke umjetnosti/Opisnjenjavanje, Institut za obrazovanje, Univerzitet Zapadnoindijskih ostrva, Jamajka

Suzan Meler, direktor, Međunarodni centar za medije i javnu agendu (ICMPA), Salzburg, Austrija

Roksana Morduhovic (Roxana Morduchowicz), direktorka školskih i medijskih programa, Nacionalno ministarstvo obrazovanja, Buenos Ajres, Argentina

Juta Krol (Jutta Croll), izvršni direktor, Stiftung Digitale Chancen, Berlin, Njemačka

Per Lundgren (Per Lundgren), član Savet direktora, Svjetski samit o medijima za djecu i mlade, Karlštat, Švedska

Muna Benslimani (Mouna Benslimane), predavač, Škola za informacionu nauku, Maroko

Ana Najdu (Ana Naidoo), prodekan, Fakultet za obrazovanje, Univerzitet u Pretoriji, Južna Afrika

Asim Abul Satar (Asim Abdul Sattar), dekan, Fakultet za obrazovanje, Maldivski koledž za visoko obrazovanje, Maldivi

Ramon R. Tuason (Ramon R. Tuazon), predsjednik, Tehnički komitet za komunikacije, Komisija za visoko obrazovanje (CHED), i predsjednik Azijskog instituta za novinarstvo i komunikacije, Filipini

Kerolajn Vilson (Carolyn Wilson), predsjednik, udruženje za medijsku pismenost (AML), Ontario, Kanada, i instruktor, Institut Ontarija za istraživanja u obrazovanju, Univerzitet u Torontu, Kanada

K. K. Čung (C. K. Cheung), instruktor nastavnika, Fakultet za obrazovanje, Hongkong, Kina

Kvami Akjempong (Kwame Akyempong), zamjenik direktora, Centar za međunarodno obrazovanje, Univerzitet u Saseksu, Brajton, Velika Britanija

Jordi Torent (Jordi Torrent), rukovodilac projekata, Obrazovanje iz medijske pismenosti, Alijansa civilizacija, Ujedinjene nacije

Renato Operti (Renato Opertti), Međunarodni biro za obrazovanje, UNESCO Ženeva

## — Niz regionalnih radionica za obuku i savjetovanje edukatora, u južnoj Africi, Latinskoj Americi i Karibima, i u južnoj Aziji

### ► Južna Afrika

Findil Morin Nksumalo (Phindile Maureen Nxumalo), šef Odsjeka za obrazovanje, Koledž Vilijam Pičer, Svazilend

Vandila Sifundza (Wandile Sifundza), urednik biltena SNAT, Nacionalno udruženje nastavnika Svazilenda

Musa Hlofe (Musa Hlophe), kreator nastavnog programa matematike, zadužen za temu Informacije u Nacionalnom centru za nastavne programe, Južnoafrička Republika

Mafata Pol Mafata, Koledž Lesotoa za obrazovanje, Lesoto

Mabatong Macing (Mabataung Metsing), Nacionalni centar za nastavne programe, Južnoafrička Republika

Džon Nijambe (John Nyambe), Nacionalni institut za razvoj obrazovanja, Namibija

Gerard Ngalangi (Gerhard Ngalangi), predavač, Rundu Koledž za obrazovanje, Namibija

Alen Čajida (Allen Chaida), predavač, Kaprivi Koledž za obrazovanje, Namibija

Tulonga Henoć (Tulonga Henoch), predavač, Ongvediva Koledž za obrazovanje, Namibija

Elizabet Braun (Elizabeth Brown), predavač, Univerzitet Namibije, Namibija

Endru Stivens, predavač, Univerzitet Rods, Južnoafrička Republika

Pentikost Nkoma, predavač, Švane Univerzitet tehnologije, Pretorija, Južnoafrička Republika

Les Majring (Les Meiring), predavač, Oblasni univerzitet Nelson Mendela, Port Elizabet, Južnoafrička Republika

Gerit Štols (Gerrit Stols), Univerzitet u Pretoriji, Južnoafrička Republika

Ana Najdu (Ana Naidoo), prodekan, Fakultet za obrazovanje, Univerzitet u Pretoriji, Južnoafrička Republika

Meri En Hud (Mary Anne Hood), predavač, Univerzitet u Fort Heru, Ist Landn, Južnoafrička Republika

Sikonzili Ndlovu (Sikhonzile Ndlovu), rukovodilac obuka za medije, Gender Links, Johannesburg, Južnoafrička Republika

Marina Rut (Maryna Roodt), predavač, Centralni univerzitet za tehnologiju, Blumfontejn, Južnoafrička Republika

Van Herden (Van Heerden), predavač, Univerzitet Zapadnog Kejpa, Južnoafrička Republika

Merien Hiks (Marianne Hicks), predavač, Međunarodne studije, Univerzitet Monaš, Južnoafrička Republika

Ina Furi (Ina Fourie), vanredni profesor, Odsjek za informacionu nauku, Univerzitet u Pretoriji, Južnoafrička Republika

Johan van Vajk (Johan van Wyk), rukovodilac biblioteke, Univerzitet u Pretoriji, Južnoafrička Republika

### ► Latinska Amerika i Karibi

Džozef Mekenzi (Joseph Mckenzie), redovni profesor, Monegju koledž za nastavnike, Jamajka

Loren Dženet Kembel (Lorraine Jeanette Campbell), direktor za obrazovanje, Koledž Edna Menli za vizuelne i izvođačke umjetnosti, Kingston, Jamajka

Hirfa Morison (Hirfa Morrison), bibliotekar Koledža, Mjesni koledž Ekscelzior, Kingston, Jamajka

Zelin Dženings-Krejj (Zellyne Jennings-Craig), direktor, Škola za obrazovanje, Zapadnoindijski univerzitet, Mona, Jamajka

Sonja Benet-Kaningam (Sonia Bennet-Cunningham), glavni direktor, VTDI, HEART Trust/NTA, Kingston, Jamajka

Debora Frensis (Deborah Francis), redovni profesor, Nastavnici Sv. Džozefa, Kingston, Jamajka

Delija Palmer (Dahlia Palmer), predavač, Koledž Šortvud za nastavnike, Kingston, Jamajka

Barbara Foster (Barbara Foster), koordinator, Zapadnoindijski univerzitet, Mona, Jamajka

Ketrin Gibson (Catherine Gibson), nastavnik poslovnih studija, Koledž Erdiston za obuku nastavnika, Barbados

Linda Rozenbold (Linda Rozenbald), nastavnik pedagogije, Koledž za napredne studije pedagogije, Lejzveh, Surinam

Dženifer Palmer Kroford (Jennifer Palmer Crawford), šef Odsjeka Obrazovanje nastavnika, Koledž Klarens Ficroj Brajant, Gvadalup

Rojston Emanuel (Royston Emmanuel), predavač, Mjesni koledž Ser Artur Luis, Santa Lucija

Džeklin Moris (Jacqueline Morris), predavač, Univerzitet Trinidad i Tobago

Lajonel Daglas (Lionel Douglas), vanredni profesor Univerzitet Trinidad i Tobago

Valentin Telemek (Valentine Telemaque), IKT instruktor, Sjeveroistočna cjelovita škola, Vezli, Dominikanska Republika

Erika Vaskez (Erika Vasquez), direktor, Odsjek za osnovno obrazovanje, Nacionalni univerzitet Kostarike

Silvija Džejms-Mičel (Sylvia James-Mitchell) predavač, Koledž T. A. Merišou za komunikacije, Grenada

Bob Haris, (Bob Harris), slobodni novinar, PBC TV, Kingston, Jamajka

Marlon Dikson (Marlon Dixon), kameraman, PBC TV, Kingston, Jamajka

Džilijen Bernard (Gillian Bernard), konsultant, UNESCO Kingston, Jamajka

Elizabet Teri (Elizabeth Terry), predsjednik, ICT4D Jamajka, i direktor za projekte i partnerstva, HEART Trust/NTA

Isidro Fernandes-Abali (Isidro Fernandez-Aballi), savjetnik za Informacije i komunikacije za Karibe, UNESCO Kingston, Jamajka

Erika Voker (Erika Walker), Nacionalni programski službenik za Sektor komunikacija i informacija, UNESCO, Kingston, Jamajka

Melodi Palmer (Melody Palmer), rukovodilac programa i koordinator mreže, ICT4D Jamajka

## ► Južna Azija

Braza Gopal Bovmik (Braza Gopal Bhowmick), sekretar, Nacionalni odbor za nastavni program i udžbenike, Daka, Bangladeš

Rajana Taslim (Rayhana Taslim), vanredni profesor, Koledž za obuku nastavnika, Daka, Bangladeš

Šamim Reza (Shameem Reza), vanredni profesor, Odsjek za masovne komunikacije i novinarstvo, Univerzitet u Daki, Bangladeš

Džigme Čoden (Jigme Choden), Ministarstvo za informacije i komunikacije, Timpu, Butan

Ješej Jang (Yeshey Yang), rukovodilac za politiku i planiranje, Ministarstvo za informacije i komunikacije, Timpu, Butan

Mohamad Aktar Sidiki (Mohammad Akhtar Siddiqui), predsjedavajući, Nacionalni savjet za obrazovanje nastavnika, Nju Delhi, Indija

Arul Selvan (Arul Selvan), vanredni profesor, Škola za novinarstvo i studije novih medija, Nju Delhi, Indija

Mahalakšmi Džajaram (Mahalakshmi Jayaram), ranije Fakultet, sada Azijski koledž za novinarstvo, Čenaj

Šuhudra Rizvan (Shuhudha Rizwan), rukovodilac za razvoj obrazovanja, Centar za kontinuirano obrazovanje, Ministarstvo obrazovanja, Male, Maldivi



Abdul Rašid Ali (Abdul Rasheed Ali), dekan, Fakultet društvenih nauka i umjetnosti, Maldivski koledž za visoko obrazovanje, Male, Maldivi

Ima Narajan Šresta (Ima Naryan Shrestha), instruktor, Nacionalni centar za razvoj obrazovanja, Nepal Shreeram Lamichhane, Institut za obuku nastavnika, Nepal

Andžum Zija (Anjum Zia), predsjedavajuća, Odsjek za masovne komunikacije, Lahorski univerzitetski koledž za žene, Lahore, Pakistan

Entoni D'Silva, Obrazovni institut Notr Dam, Karači, Pakistan

Pradipa Vidžitung (Pradeepa Wijetunge), direktor, Nacionalni institut za bibliotekarstvo i informacionu nauku, Kolombo, Šri Lanka

Premila Gamadž (Premila Gamage), bibliotekar, Institut Šri Lanke za političke studije, Kolombo, Šri Lanka

# SADRŽAJ

**Predgovor** ..... 11

**Dio 1:**  
**Nastavni program i okvir kompetencija** ..... 13

**Dio 2:**  
**Osnovni i dodatni moduli** ..... 43

**Rječnik termina** ..... 181



# PREDGOVOR

Živimo su svijetu u kom kvalitet primljenih informacija uveliko utiče na naše odluke i postupke koji iz njih slijede, zajedno s mogućnošću svakog od nas da uživa osnovne slobode i sposobnošću za samostalno odlučivanje i lični razvoj. Tehnološki napredak u telekomunikacijama podstakao je poplavu medija i drugih dobavljača informacija od kojih građani dobijaju i dijele velike količine informacija i znanja. Dodatak ovom fenomenu i njegova posljedica je izazov građanima da nesmetano procijene važnost i pouzdanost informacija i tako u potpunosti iskoriste svoje pravo na slobodu izražavanja i pravo na informacije. To su okolnosti u kojima se mora sagledati potreba za informacionom i medijskom pismenošću (IMP): one proširuju pokret građanskog vaspitanja čiji su dio nastavnici, kao glavni zastupnici promjene.

Ovaj Program obuke je važan resurs koji pomaže državama-članicama da neprekidno rade na ostvarenju ciljeva proklamovanih u dokumentima koji se odnose na IMP: Grinvaldskoj deklaraciji (Grünwald Declaration, 1982.), Aleksandrijskoj deklaraciji (Alexandria Declaration, 2005.), i UNESCO-voj Pariskoj agendi (UNESCO Paris Agenda, 2007.). Ovo je pionirski poduhvat iz dva razloga. Prvo, on je vizionarski. Oslanjajući se na savremena kretanja ka stapanju radija, televizije, Interneta, novina, knjiga, digitalnih arhiva i biblioteka u jednu platformu – po prvi put predstavlja IMP na cjelovit način. Drugo, izrađen je imajući posebno u vidu nastavnike u formalnom sistemu obrazovanja, čime pokreće i pospješuje proces koji treba da obuhvati i razvije sposobnosti miliona mladih ljudi.

UNESCO je iskoristio sve mogućnosti da obezbijedi sistematičan i sveobuhvatan postupak u pripremi ovog Programa obuke. Taj proces se sastojao od izrade nacrt, recenziranja i vrednovanja koje su obavili stručnjaci iz različitih oblasti, kao što su mediji, informacije, IKT, obrazovanje i metodika nastave. Posao je započeo 2008. i obuhvatio je: organizovanje sastanka međunarodne grupe eksperata koji su predložili strategiju za pripremu Programa obuke; pronalaženje resursa za obuku iz IMP širom svijeta; angažovanje četiri grupe eksperata koji su pripremili nacrt Programa; organizovanje drugog sastanka međunarodne grupe eksperata koja je pregledala nacrt, kao i serije testova na terenu, kroz radionice i konsultacije u južnoj Africi, Latinskoj Americi i na Karibima, i u južnoj Aziji; i, najzad, pripremu drugog nacrt, posljednji krug uređivanja sadržaja i lekturu teksta.

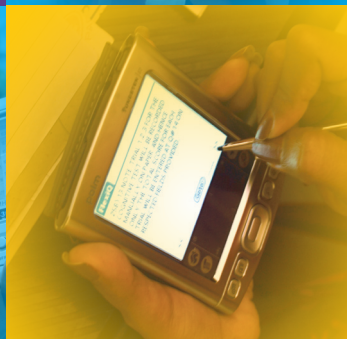
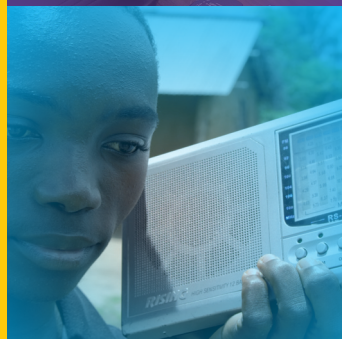
Ova publikacija je podijeljena na dva dijela. Dio 1 izlaže nastavni program i okvir kompetencija IMP, što daje opšti pregled i obrazloženje Programa, sklop i glavne teme. On se dopunjava sa UNESCO-vim priručnikom Okvir IKT kompetencija za nastavnike (ICTs Competency Framework for Teachers, 2008.). Dio 2 sadrži razrađene osnovne i dodatne module nastavnog programa. Program obuke će biti preveden na arapski, francuski, ruski, španski, a zatim i na druge jezike.

Priprema ovog Programa obuke je jedan element opšte strategije njegovanja informaciono pismenih društava i podsticanja međunarodne saradnje. Druge aktivnosti su: priprema Svjetskog okvira indikatora IMP, uspostavljanje IMP univerzitetske mreže, uobličavanje Smjernica za pripremu nacionalnih politika u oblasti IMP i osnivanje Međunarodnog informativnog čvorišta za IMP, u saradnji sa Alijansom civilizacija Ujedinjenih Nacija.

UNESCO sa zadovoljstvom primjećuje zanimanje koje se širom svijeta pokazuje za Program obuke. Vjerujemo da će se to zanimanje pretočiti u pozitivne rezultate u drugoj fazi ove inicijative: prilagođavanje i probno uvođenje Programa obuke u institucije obrazovanja nastavnika, u svim krajevima svijeta. Vjerujemo da će, na kraju, ovaj Program obuke doprinijeti inovacijama i poboljšanjima na svim obrazovnim nivoima.

Zahvaljujemo se našim mnogobrojnim konstruktivnim partnerima u ovom poslu.

Janis Karklinš (Jānis Kārklīņš)  
Pomoćnik generalnog direktora  
Sektor za komunikacije i informacije  
UNESCO



# DIO 1



# NASTAVNI PROGRAM I OKVIR KOMPETENCIJA



<b>UVOD .....</b>	<b>16</b>
<b>OBJEDINJENA PREDSTAVA O INFORMACIONOJ I MEDIJSKOJ PISMENOSTI .....</b>	<b>18</b>
<b>DOBROBITI OD IMP I ŠTA SE OD NJE TRAŽI .....</b>	<b>20</b>
<b>GLAVNE TEME PROGRAMA OBUKE .....</b>	<b>21</b>
<b>OKVIR PROGRAMA OBUKE .....</b>	<b>22</b>
<b>POLITIKA I VIZIJA .....</b>	<b>24</b>
<b>ZA DEMOKRATSKI DISKURS I DRUŠTVENO UČEŠĆE POTREBNO JE POZNAVANJE MEDIJA I INFORMACIJA .....</b>	<b>25</b>
<b>PROCJENJIVANJE MEDIJA I INFORMACIJA .....</b>	<b>27</b>
<b>PROIZVODNJA I KORIŠĆENJE MEDIJA I INFORMACIJA .....</b>	<b>28</b>
<b>OSNOVNE KOMPETENCIJE NASTAVNIKA .....</b>	<b>29</b>
<b>PRISTUPI NASTAVI I UČENJU IMP; UPOTREBA PROGRAMA OBUKE .....</b>	<b>35</b>
<b>Dodatak:</b>	
<b>Odabrani izvori o informacionoj i medijskoj pismenosti .....</b>	<b>39</b>

# UVOD

Član 19 Univerzalne deklaracije o ljudskim pravima navodi da 'Svako ima pravo na slobodu mišljenja i izražavanja; ovo pravo znači i slobodu da se neometano formira mišljenje, te da se informacije i ideje traže, primaju i saopštavaju kroz razne medije i bez obzira na granice.' Informaciona i medijska pismenost daje građanima kompetencije koje su im neophodne da bi potraživali i uživali sve dobrobiti ovog osnovnog ljudskog prava. Njegovo ostvarivanje je potvrđeno Grinvaldskom deklaracijom iz 1982, koja priznaje potrebu da politički i obrazovni sistemi unapređuju kod građana kritičko razumijevanje 'fenomena komunikacije' i da podstiču njihovo učestvovanje u medijima (novim i starim). Dalji doprinos je dala Aleksandrijska deklaracija iz 2005, koja informacionu i medijsku pismenost postavlja u osnove cjeloživotnog učenja. U njoj se ističe kako IMP 'daje moć ljudima u svim životnim uslovima da efikasno traže, procjenjuju, koriste i kreiraju informacije da bi ostvarili svoje lične, društvene, profesionalne i obrazovne ciljeve. To je osnovno ljudsko pravo u digitalnom svijetu i ono povećava društvenu inkluziju svih naroda.'

Mediji i drugi dobavljači informacija, kao što su biblioteke, arhivi i Internet, opšte su prihvaćeni kao glavna sredstva za pomoć građanima da odlučuju na osnovu informacija. Oni su i sredstva uz koja društva uče o samima sebi, njeguju javni diskurs, i grade osjećaj društvenog zajedništva. Medijski i informacioni kanali presudno utiču na cjeloživotno učenje, pa su zbog toga građanima potrebna osnovna znanja o funkcijama medija i drugih snabdjevača informacijama i o načinima pristupa do njih. Svrha informacione i medijske pismenosti jeste da to znanje prenese korisnicima.

16

Informaciona i medijska pismenost otjelovljuje znanje o a) funkcijama medija, biblioteka, arhiva i drugih dobavljača informacija u demokratskim društvima, b) uslovima pod kojim informativni mediji i dobavljači informacija mogu efikasno da ispunjavaju te funkcije, i c) procjenjivanju njihove uspješnosti na osnovu korišćenja sadržaja i usluga koje nude. Za uzvrat, to znanje treba da omogući korisnicima da smisleno kontaktiraju s medijskim i informacionim kanalima. Kompetencije koje se stiču informacionim i medijskim opismenjavanjem opremit će građane vještinama kritičkog mišljenja, što će im omogućiti da od medija i drugih dobavljača informacija zahtijevaju veoma kvalitetne usluge. Sveukupno, one stvaraju jednu pogodnu sredinu u kojoj mediji i drugi dobavljači informacija mogu da ponude kvalitetne usluge.

Jasno je, uzimajući u obzir njihovu prostornu i kulturnu sveprisutnost, da informativni mediji pretenduju na istaknutije mjesto u ovom Nastavnom programu i okviru kompetencija, nego drugi mediji. Oni predstavljaju mnogostruki sistem tokova informacija. Tradicionalno, emitterski mediji – zbog svoje sveprisutnosti i širokog spektra – podvrgavaju se regulaciji da bi se obezbijedila uravnoteženost, što nije slučaj sa štampanim. Da bi se osigurala neka mjera odgovornosti prema javnom interesu, u informativnim medijima su razvijeni sistemi samoregulacije, kao alterantiva državnoj regulaciji.

Ovaj sistem samoregulacije počiva na određenim etičkim vrijednostima i načelima. Publika ima pravo na posebna očekivanja od informativnih medija i smatra da zaslužuju javnu kritiku ako ne postupaju prema tim očekivanjima. Zbog toga ovaj Okvir daje prizmu kroz koju se mediji mogu procjenjivati s obzirom na njihove funkcije, uslove pod kojima ih obavljaju, i načine na koje njihove proizvode prihvata određena publika.



Širenje IMP među učenicima zahtijeva od nastavnika da i sami postanu informaciono i medijski pismeni. Prvenstvena usmjerenost na nastavnike je osnovna strategija za postizanje efekta umnožavanja: od informaciono pismenih nastavnika, do njihovih učenika, i najzad, do društva u cjelini. Informaciono i medijski pismeni nastavnici će biti sposobniji da podrže napore učenika da nauče kako se uči, da uče samostalno, i da praktikuju cjeloživotno učenje. Obrazovanjem učenika za informacionu i medijsku pismenost, nastavnici će odgovoriti svojim zadacima, prvo kao zagovornici obaviještenog i razumnog građanstva, i drugo, na promjenu svoje uloge edukatora, do koje dolazi zbog toga što se učenje udaljava od usmjerenosti na nastavnika i kreće u pravcu učenja usmjerenog na one koji uče.

Veća je vjerovatnoća da će nastavnici prihvatiti nastavni program IMP ako se on poveže sa pedagoškim postupcima koji im omogućavaju da bolje podučavaju tradicionalne nastavne predmete. Podsticanje promjena u sektoru obrazovanja koje će nastati kao posljedica uvođenja IMP i njihov uticaj na profesionalni razvoj nastavnika, dva su važna cilja Nastavnog programa i okvira kompetencija.

# OBJEDINJENA PREDSTAVA O INFORMACIONOJ I MEDIJSKOJ PISMENOSTI

UNESCO-v Program obuke kombinuje dvije odvojene oblasti – informacionu pismenost i medijsku pismenost – pod jednim krovnim terminom: Informaciona i medijska pismenost. On napušta pojedinačna značenja svakog od ovih termina, kako je prikazano na Slici 1,<sup>1</sup> u pravcu objedinjene predstave koja sadrži elemente obje pismenosti i prenosi zadatke i ciljeve IMP.

**Slika 1: Glavni ishodi/Elementi informacione i medijske pismenosti**

## Informaciona pismenost

Definisanje i artikulacija informacionih potreba	Lociranje i pristup informacijama	Procjena informacija	Organizovanje informacija	Etično korišćenje informacija	Prenošenje informacija	Korišćenje vještina IKT za obradu informacija
--	-----------------------------------	----------------------	---------------------------	-------------------------------	------------------------	---

18

## Medijska pismenost<sup>2</sup>

Poznavanje uloge i funkcija medija u demokratskim društvima	Shvatanje uslova pod kojima mediji mogu da vrše svoje funkcije	Kritičko vrednovanje medijskih sadržaja, s obzirom na predviđene funkcije medija	Korišćenje medija za samoizražavanje i demokratsko učešće	Vještine prikazivanja (uključujući IKT), potrebne za kreiranje korisničkih sadržaja
---	--	--	---	---

S jedne strane, Informaciona pismenost naglašava važnost pristupa informacijama, njihovo vrednovanje i etično korišćenje. Medijska pismenost, s druge strane, naglasak stavlja na sposobnost da se spoznaju funkcije medija, da se procijeni kako se te funkcije ispunjavaju i da se izgradi razuman odnos prema medijima s ciljem samoizražavanja. Program obuke obuhvata oba koncepta. Razne definicije ili koncepcije obrazovanja u oblasti informacione i medijske pismenosti bave se kompetencijama kod kojih je naglasak na razvijanju vještina ispitivanja i sposobnosti da se izgradi smislen odnos sa medijskim i informacionim kanalima, bez obzira na oblik i tehnologiju koju koriste.

Postoje dvije glavne škole mišljenja o odnosu između tih konvergentnih polja – informacione pismenosti i medijske pismenosti. Za neke, Informaciona pismenost je šire polje istraživanja kojem je medijska pismenost podređena, dok je za druge Informaciona pismenost samo dio medijske, koja je shvaćena kao šire polje.

1 Prilagođeno prema: Ralph Catts & Jesus Lau, 2008.

2 Vještine IKT i digitalna pismenost ovdje namjerno nijesu istaknuti. Nije bila namjera da se IKT vještinama dodijeli manji značaj, nego je ta tema dovoljno obrađena u UNESCO-vim Standardima IKT kompetencija za nastavnike, 2008.

Najzad, međunarodna grupa stručnjaka koje je okupio UNESCO ukazala je na razlike, kao i povezanosti, između medija i drugih snabdjevača informacijama. Obratite pažnju na termine koji se koriste širom svijeta:

- Medijska pismenost
- Informaciona pismenost
- Pismenost za slobodu izražavanja i informacija
- Bibliotečka pismenost
- Žurnalistička pismenost
- Računarska pismenost
- Internet pismenost
- Filmska pismenost
- Pismenost za računarske igre
- Televizijska pismenost, reklamna pismenost

Očigledno je da postoje veze između ovih koncepcija (v. Sliku 2). U ovom okvirnom dokumentu ne razrađuju se sve te povezanosti. Ipak, neke od njih su predmet aktivnosti iz uvodnog modula (Modul 1) Programa obuke. Suština je da će nastavnici, kako budu sticali više znanja o oblasti IMP, nailaziti na ove termine i trebalo bi da im bar budu poznati. Mnogi od njih su i dalje predmet žive rasprave i različito se koriste, zavisno od profesionalnog konteksta ili kulturne prakse različitih društvenih zajednica koje ih upotrebljavaju. Širom svijeta, mnoge organizacije koriste izraz medijsko obrazovanje (ME – media education), i on se ponekad usvaja kao zajednički izraz za informacionu pismenost i medijsku pismenost. UNESCO koristi izraz IMP sa željom da uskladi različita shvatanja, uzimajući u obzir platforme za isporuku koje se slivaju u jednu.

Namjena ovog modela Programa obuke jeste da sistemima obrazovanja nastavnika u nerazvijenim, i u zemljama u razvoju pruži okvir za izradu programa koji će proizvoditi informaciono i medijski pismene nastavnike. UNESCO takođe predviđa da će oni koji se bave obrazovanjem pregledati Nastavni program i okvir kompetencija i priključiti se kolektivnom procesu oblikovanja i obogaćivanja ovog Programa obuke, kao živog dokumenta. Zbog toga se Program obuke ograničava samo na osnovne potrebne kompetencije i vještine koje se mogu lagano uklopiti u postojeće obrazovanje nastavnika, bez prevelikog opterećivanja (već preopterećenih) studenata nastavnčkih fakulteta.

Slika 2: IMP okruženje: predstave o IMP



# DOBROBITI OD IMP I ŠTA SE OD NJE TRAŽI

Informaciona i medijska pismenost povećava mogućnost ljudi da uživaju svoja osnovna ljudska prava, posebno ona koja su navedena u Članu 19 Univerzalne deklaracije o ljudskim pravima, gdje se kaže da 'Svako ima pravo na slobodu mišljenja i izražavanja; ovo pravo znači i slobodu da se neometano formira mišljenje, te da se informacije i ideje traže, primaju i saopštavaju kroz razne medije i bez obzira na granice.'

Glavni dobici od IMP su:

1. U procesu nastave i učenja ona nastavnicima daje više znanja o tome kako da osposobe buduće građane.
2. Informaciona i medijska pismenost prenosi presudno važna znanja o funkcionisanju medija i informacionih kanala u demokratskim društvima; ona pruža dovoljno znanja o potrebnim uslovima da bi se te funkcije efikasno ispunjavale i osnovne vještine koje su neophodne za vrednovanje rada medija i dobavljača informacija, s obzirom na to kakvo funkcionisanje od njih očekujemo.
3. Društvo koje je informaciono i medijski pismeno njeguje razvitak slobodnih, nezavisnih i pluralističkih medija i otvorenih informacionih sistema.

20

Da bi se uživale dobrobiti od IMP, potrebno je da:

1. se informaciona i medijska pismenost shvataju kao cjelina i da obuhvate kombinaciju kompetencija (znanja, vještine i stavovi).
2. program obuke za IMP osposobi nastavnike da podučavaju informacionu i medijsku pismenost tako da učenici upoznaju osnovne alatke za kontakt sa medijskim i informacionim kanalima, kao autonomni i razumni mladi građani.
3. građani posjeduju znanja o pronalaženju i potrošnji informacija, kao i o njihovoj produkciji.
4. žene, muškarci i marginalizovane grupacije, kao što su osobe s invaliditetom, domorodački narodi ili etničke manjine, uživaju ravnopravan pristup informacijama i znanju.
5. se IMP posmatra kao neophodno sredstvo za omogućavanje dijaloga među kulturama, uzajamno razumijevanje i razumijevanje kultura naroda.

# GLAVNE TEME PROGRAMA OBUKE

Program obuke treba tumačiti s obzirom na specifične okolnosti u kojima će biti korišćen. Utoliko je ovo fleksibilan priručnik koji se može prilagođavati uslovima u različitim zemljama. U osnovi, Nastavni program i okvir kompetencija daje strukturu za razvijanje sopstvenog programa učenja o informacionoj i medijskoj pismenosti, i na raznim nivoima bavljenja medijima i kanalima informacija. Očekuje se da se kroz takav program razviju kompetencije koje pokazuju znanje, vještine i stavove.

Najopštije, Program obuke nastavnika za IMP koji sadrži ovaj paket treba da pomogne nastavnicima tako što će obraditi sljedeće teme:

- Funkcije medija i drugih snabdjevača informacijama, kako oni rade i koji su optimalni uslovi potrebni da bi efikasno ispunjavali svoje funkcije.
- Kako se predstavljene informacije mogu kritički procijeniti unutar posebnog i šireg konteksta u kom su proizvedene.
- Koncept uredničke samostalnosti i novinarstvo kao disciplina provjeravanja i potvrde.
- Kako mediji i drugi dobavljači informacija mogu optimalno da doprinesu poboljšanju osnovnih sloboda i cjeloživotnog učenja, naročito zato što se bave i time kako i zašto mladi ljudi danas pristupaju i koriste medije i informacije, i kako ih biraju i procjenjuju.
- Medijska etika i Informaciona etika.
- Mogućnosti, prava i odgovornosti pojedinaca u vezi s medijima i informacijama.
- Međunarodni standardi (Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima), sloboda informacija, ustavne garancije slobode izražavanja, ograničenja koja su neophodna da bi se spriječila povrede prava drugih ljudi (kao što je govor mržnje, klevetanje i povrede privatnosti).
- Šta se očekuje od medija i drugih dobavljača informacija (pluralizam i raznovrsnost, kao norma).
- Izvori informacija i sistemi za njihovo skladištenje i organizovanje.
- Procedure pristupa, pretraživanja, određivanja informacionih potreba.
- Alati za lociranje i pronalaženje.
- Kako razumjeti, organizovati i vrednovati informacije, uključujući pouzdanost izvora.
- Kreiranje i predstavljanje informacija u različitim formatima.
- Očuvanje, skladištenje, ponovno korišćenje, arhiviranje i predstavljanje informacija u upotrebljivim formatima.
- Korišćenje informacija za rješavanje problema i odlučivanje u ličnom, ekonomskom, društvenom i političkom životu. Iako izuzetno važna, ova tema predstavlja proširenje IMP koje je najudaljenije od tematike ovog Programa obuke.

# OKVIR NASTAVNOG PROGRAMA

Na osnovu preporuka UNESCO-ve grupe stručnjaka za IMP<sup>3</sup> i modula koji su osmišljeni uz ovaj okvir, istaknute su tri ključne, međusobno povezane, tematske cjeline, kao široke oblasti Programa obuke prema kojima je postavljen Okvir. To su:

1. Poznavanje i razumijevanje značaja medija i informacija za demokratski diskurs i društveno učešće.
2. Vrednovanje medijskih tekstova i izvora informacija.
3. Proizvodnja i korišćenje medija i informacija.

Ove velike teme su povezane sa šest oblasti opšteg obrazovanja i usavršavanja nastavnika da bi se vidjela povezanost i stvorio Okvir nastavnog programa za UNESCO-v Program obuke nastavnika za informacionu i medijsku pismenost (v. Tabelu 1).

Okvir i prateći moduli nastavnog programa nijesu obavezni, jer se mogu prilagođavati postojećim svjetskim, regionalnim i nacionalnim strategijama. (V. opširnije u odjeljku Prilagođavanje i integrisanje u strategije, u Uvodu Dijela 2.) Oni treba da budu dovoljno fleksibilni da se prilagode različitim obrazovnim i institucionalnim sistemima i skrojeni prema lokalnim potrebama. Ipak, UNESCO smatra da upoznavanje nastavnika sa IMP mora sadržati elemente koji naglašavaju temeljne slobode, onako kako su opisane u Članu 19 Univerzalne deklaracije o ljudskim pravima, da bi bilo korisno. Kako god da je prilagođen, program obuke za IMP treba da njeguje kod nastavnika uviđanje važnosti temeljnih sloboda i prava kao sastavnog dijela građanskog vaspitanja, prvo u učioničkim uslovima, a onda i u lokalnim i globalnim razmjerama.

22

Program obuke za IMP je od značaja za sektor štampe i audiovizuelnih medija, uključujući novine, knjige, emitterske medije kao što su radio i televizija, kao i onlajn informativne medije i druge dobavljače informacija. Stoga obrazovanje nastavnika za IMP ne treba posmatrati kao da je rezervisano samo za one koji imaju pristup naprednim tehnologijama. Ono je podjednako primjenjivo i tamo gdje je prisustvo naprednih tehnologija ograničeno.

---

3 Ovaj dokument se oslanja na preporuke UNESCO-ve Međunarodne grupe eksperata za Program obuke nastavnika za IMP, 2008.

**Tabla 1: Okvir nastavnog programa IMP**

Dimenzije nastavnog programa			
Glavne oblasti nastavnog programa	Poznavanje medija i informacija za demokratski diskurs	Procjena medija i informacija	Produkcija i korišćenje medija i informacija
<b>Politika i vizija</b>	Priprema informaciono i medijski pismenih nastavnika	Priprema informaciono i medijski pismenih učenika	Njegovanje informaciono i medijski pismenih društava
<b>Nastavni program i vrednovanje</b>	Poznavanje medija, biblioteka, arhiva i drugih dobavljača informacija, njihovih funkcija i potrebnih uslova za funkcionisanje	Poznavanje kriterijuma za procjenu medijskih tekstova i izvora informacija	Vještine istraživanja načina na koje se proizvode informacije i medijski tekstovi, društvenog i kulturnog konteksta informacione i medijske produkcije; kako ih građani koriste, i u koje svrhe
<b>Pedagoški pristupi</b>	Integrisanje medija i informacija u učionički diskurs	Vrednovanje sadržaja medija i drugih dobavljača informacija za potrebe rješavanja problema	Korisnički sadržaji i njihova upotreba u nastavi i učenju
<b>Mediji i informacije<sup>4</sup></b>	Štampani mediji – novine i ilustrovani časopisi; dobavljači informacija: biblioteke, arhivi, muzeji, knjige, časopisi, i drugo.	Emiterski mediji – radio i televizija	Novi mediji – Internet, društvene mreže, platforme za isporučivanje sadržaja (računari, mobilni telefoni i drugo)
<b>Organizacija i administriranje</b>	Znanje o organizaciji rada u učionici	Saradnja kroz praktikovanje informacione i medijske pismenosti	Primjena informacione i medijske pismenosti u cjeloživotnom učenju
<b>Profesionalni razvoj nastavnika</b>	IMP znanja za građansko vaspitanje, učestvovanje u profesionalnoj zajednici i za vođenje strukovnih udruženja	Procjena i rukovanje medijima i izvorima informacija za potrebe stručnog usavršavanja	Liderstvo i uzorno građanstvo: zastupanje, promocija i praktikovanje IMP

<sup>4</sup> U ovom Okviru, IKT su zamijenjene sa 'mediji i informacije' da bi se izrazila nova dimenzija, ili dodatak, uz šest osnovnih komponenti obrazovnog sistema. Nije nam namjera da umanjimo važnost IKT, nego da naznačimo da su one već dovoljno obrađene u UNESCO-ovim Standardima za IKT kompetencije nastavnika.

# POLITIKA I VIZIJA

Da bi se osiguralo sistematsko i sve veće uključivanje IMP u sve nivoe obrazovnog sistema potrebni su odgovarajući nacionalni programi. Prvo se treba upoznati s nacionalnim obrazovnim politikama, zakonima koji omogućavaju slobodu izražavanja i slobodu informacija, kao i u drugim srodnim međunarodnim dokumentima koji se odnose na slobode, i ustanoviti gdje se ukrštaju sa politikama iz oblasti informacione i medijske pismenosti. Tamo gdje ne postoji politika IMP, treba postaviti pitanje: Koja je moguća uloga nastavnika u popularizaciji IMP? Ako postoji, koliko je relevantna i savremena? U kojoj mjeri prati međunarodne standarde i uzornu praksu? Kako može da se osavremeni? Stoga je glavni aspekt Programa obuke za IMP razmatranje 'politike i vizije' informacione i medijske pismenosti i njihovog uticaja na obrazovanje uopšte i, posebno, na obrazovanje nastavnika. To razmatranje treba da vodi analizi politike i vizije, i njihovog uticaja na pripremu informaciono i medijski pismenih nastavnika i učenika. Konačno, ono treba da skrene pažnju na ulogu nastavnika u izgradnji informaciono i medijski pismenih društava.



# ZA DEMOKRATSKI DISKURS I DRUŠTVENO UČEŠĆE POTREBNO JE POZNAVANJE MEDIJA I INFORMACIJA

Zadatak ove velike tematske oblasti jeste sticanje uvida u to kako mediji i informacije povećavaju sposobnost nastavnika, učenika i građana uopšte da se služe medijskim proizvodima, bibliotekama, arhivima i drugim dobavljačima informacija kao sredstvima za ostvarivanje slobode informacija, pluralizma, međukulturnog dijaloga i tolerancije, i načinima da doprinesu demokratskoj debati i dobrom upravljanju. Slika 3 na kraju ovog odjeljka pokazuje taj odnos. Ova tema obuhvata razna pitanja koja se preklapaju, a odnose se na funkcionisanje i važnost medija i informacija. Neka od njih su:

- Otvaranje kanala za međusobnu komunikaciju građana;
- Širenje priča, ideja i informacija;
- Ispravljanje nesrazmjere u informisanosti između onih koji upravljaju i onih kojima se upravlja, i održavanje konkurencije privatnim akterima;
- Olakšavanje argumentovanih debata među različitim društvenim akterima, kao i pomaganje da se sukobi razrješavaju demokratskim sredstvima;
- Obezbeđivanje sredstava pomoću kojih društvo uči o samom sebi i gradi osjećanje društvenog zajedništva;
- Obezbeđivanje mehanizama za kulturnu ekspresiju i kulturnu koheziju unutar jednog naroda i među narodima;
- Preuzimanje uloge faktora koji prati rad vlade u svim njenim oblicima, kao i promocija javnosti rada i javnog nadzora nad onima koji imaju društvenu moć, tako što će se otkrivati korupcija i pogrešno postupanje korporacija;
- Djelovanje u korist ekonomske efikasnosti;
- Potpomaganje demokratskih procesa i doprinos garantovanju slobodnih i poštenih izbora;
- Preuzimanje uloge zagovornika i samostalno društveno djelovanje, istovremeno poštujući vrijednosti pluralizma (na primjer, informativni mediji);
- Funkcija kolektivnog pamćenja društva (na primjer, biblioteke);
- Očuvanje kulurne baštine;
- Omogućavanje pristupa informacijama;
- Pomoć u prevazilaženju digitalnog jaza davanjem pristupa najširoj publici;
- Uticanje da se biblioteke posmatraju kao informacione agencije i centri obrazovnih izvora informacija;
- Olakšavanje procesa podučavanja, učenja i učenja kako se uči (Informaciona pismenost), kroz visokoškolske biblioteke; i
- Edukacija korisnika biblioteka.

(Prilagođeno prema UNESCO-vim Indikatorima razvijenosti medija, 2008.)

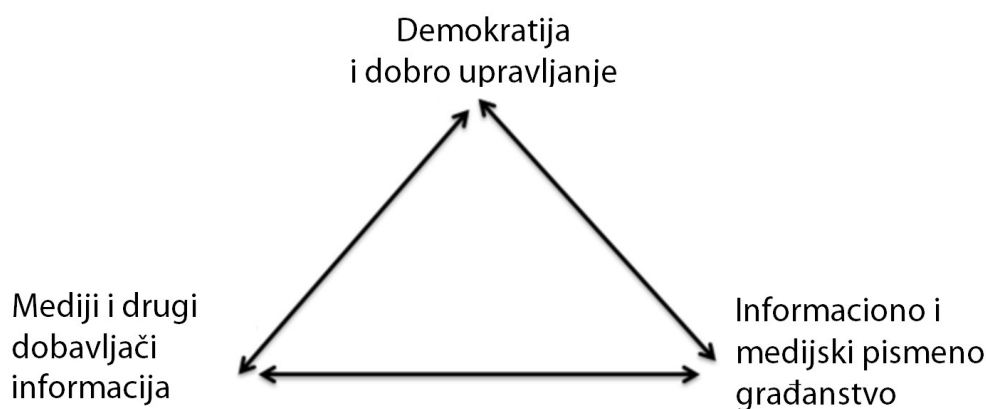
Teško je postaviti noseće stubove dobrog upravljanja – na primjer, transparentnost, odgovornost prema javnosti, i građansko učešće – bez medijskih i informacijskih sistema. Ti sistemi služe da se podstakne dinamično društvo ili ‘građanska kultura’. Neke takve funkcije su:

- Pružanje informacija i znanja koji su razumljivi i važni različitim grupacijama ljudi;
- Izgradnja lojalnosti i trajne privrženosti vrijednostima i procedurama koje podupiru demokratiju i dobro upravljanje.

Nastavni program IMP nastavnicima nudi sadržaje koji im pomažu da razviju vještine potrebne za integriranje informacione i medijske pismenosti u nastavnu praksu tako da se uvažava glas učenika i da tretman polova bude ravnopravan. Ovdje je pitanje kako se pojedinac odnosi prema medijima i izvorima informacija da bi izrazio samog sebe i učinio da se njegov glas jače čuje, u sklopu šireg cilja: razvijanja različitih shvatanja i stanovišta.

Dobavljači medija i informacija nude platforme za povećanje učestvovanja u stručnom usavršavanju. U nekim zemljama one se često koriste za otvoreno, i učenje na daljinu (ODL – open and distance learning), kao i za kontinuirano stručno usavršavanje (CPD – continuing professional development) nastavnika. U ovom Programu obuke se istražuje kako se različiti mediji i izvori informacija mogu koristiti za bolje učešće nastavnika u njihovim profesionalnim zajednicama. Nastavnici koji rade u različitim društvenim uslovima i na raznim geografskim lokacijama mogu da razmjenjuju znanja i informacije o stručnom usavršavanju i radu.

Slika 3: IMP i njena važnost za demokratiju i dobro upravljanje



# PROCJENJIVANJE MEDIJA I INFORMACIJA

Rješavanje problema i kritičko mišljenje su u središtu učenja bilo kog nastavnog predmeta, ali i u svakodnevnom životu. Problemi postaju prilika za kritičku procjenu medijskih tekstova i informacija iz različitih izvora.

Ovdje je zadatak da se poveća sposobnost nastavnika da procijene izvore i vrednuju informacije u svijetlu posebnih funkcija javnih servisa koje se obično pripisuju medijima, bibliotekama, arhivima i drugim dobavljačima informacija. Drugi zadatak je da se nastavnici opreme znanjem o tome šta se može preduzeti ako ti sistemi izađu iz svojih očekivanih uloga. Nastavnici treba da se osposobe da prouče i da razumiju kako se proizvode medijski sadržaji i druge informacije, kako se procjenjuju informacije koje dolaze iz tih sistema, i kako se mediji i informacije mogu koristiti za različite svrhe. Zatim, nastavnici treba da budu u stanju da istraže pitanja predstavljanja u različitim medijima i informacionim sistemima, i kakav je odnos prema raznolikosti i pluralizmu u lokalnim i globalnim medijima.

Konačno, nastavnike treba osposobiti da procjenjuju kako učenici tumače medijske poruke i informacije iz niza različitih izvora.

# PROIZVODNJA I KORIŠĆENJE MEDIJA I INFORMACIJA

Program obuke za IMP daje nastavnicima kompetencije za rad sa medijskim i informacionim platformama, za smislenu komunikaciju i samoizražavanje. To obuhvata znanja o medijskoj etici i info-etici koja polaze od međunarodnih standarda i sadrže i međukulturne kompetencije. Nastavnici treba da steknu sljedeće vještine: sposobnost da izaberu, prilagode i/ili izrade materijale i sredstva za informacionu i medijsku pismenost, za dati skup nastavnih zadataka, i za zadovoljenje obrazovnih potreba onih koji uče. Pored toga, treba da nauče kako da pomažu učenicima da ta sredstva i materijale iskoriste u učenju, posebno u vezi sa ispitivanjem sadržaja i medijskom proizvodnjom.

Medijska proizvodnja i korišćenje proizvoda treba da poboljšaju pedagoški postupak koji je usmjeren na učenika i koji podstiče samostalno učeničko istraživanje i promišljanje. Učenje kroz praksu je važan vid sticanja znanja u 21. veku. Medijska proizvodnja direktno omogućava učenicima da se upuste u učenje kroz praksu tako što će kao učesnici neke medijske scene izrađivati tekstove i slikovne predstave. Ako je namjera da učenici razviju kompetencije za participativno učenje, nastavnici moraju imati aktivnu ulogu u ovom procesu,.

28

Korisnički sadržaji postaju glavni razlog privlačnosti novih, kao i tradicionalnih medija. Interakcija sa drugim korisnicima platformi za društveno umrežavanje sve više je glavni razlog zbog kog mladi ljudi pristupaju Internetu kroz razne platforme za isporučivanje sadržaja. Ova pojava nije ograničena samo na razvijene zemlje: u Africi i južnoj Aziji sve više građana stiče pristup mobilnim medijima i koristi ih za primanje i slanje poruka, za učešće u raspravama o društvenim i političkim pitanjima koja utiču na njihove živote.

Kako nastavnici postaju sve kompetentniji i samopouzdaniji u proizvodnji i korišćenju medija i informacija za potrebe nastave, sve više idu ka tome da postanu predvodnici u promociji informacione i medijske pismenosti u sastavu nastavnih programa. Kako postaju sve vještiji u podučavanju IMP, za različite svrhe, nastavnici sve češće izrastaju u zagovornike IMP u svom obrazovnom sistemu i u široj društvenoj sredini.

# OSNOVNE KOMPETENCIJE NASTAVNIKA

Tabela 2 prikazuje šire ciljeve Programa obuke i povezane vještine nastavnika. One odražavaju osnovne kompetencije za koje se očekuje da ih nastavnici steknu i pokažu u okviru svakog navedenog elementa Nastavnog programa i okvira kompetencija. Za procjenu stepena ovladavanja vještinama koje su od značaja za oblasti Programa obuke, u Tabeli 2 su nabrojani očekivani ishodi.

**Tabla 2: Ciljevi i vještine nastavnika prema UNESCO-vom Programu obuke za IMP**

Oblasti nastavnog programa	Ciljevi nastavnog programa	Vještine nastavnika
<b>Politika i vizija</b>	Pridobiti pažnju nastavnika za potrebu postojanja politike i vizije u oblasti IMP	Nastavnici moraju da se upoznaju sa politikom koja može poboljšati IMP i kako se ona može ostvariti u obrazovanju (i društvu). Oni treba da razumiju kako IMP doprinosi životnim vještinama i opštem razvoju u kontekstu građanskog vaspitanja.
<b>Nastavni program i procjena</b>	Isticanje potrebe da se koriste izvori o IMP i demonstracija njihove upotrebljivosti	Nastavnici moraju razumjeti kako se Informaciona i medijska pismenost mogu korisno upotrijebiti u nastavnom programu. Moraju biti sposobni da kritički procjenjuju medijske tekstove i izvore informacija u svijetlu funkcija koje su dodijeljene medijima i drugim dobavljačima informacija. Takođe, da za te potrebe biraju iz široke ponude materijala iz medija i informacionih izvora. Moraju posjedovati vještine procjene učeničkog poznavanja IMP.
<b>Informaciona i medijska pismenost</b>	Uvećavanje znanja o cijelom nizu medija i drugih dobavljača informacija, kao što su biblioteke, arhivi i Internet	Nastavnici moraju znati i razumjeti kako su mediji i drugi snabdjevači informacijama evoluirali do sadašnjeg oblika. Moraju razviti vještine za korišćenje raspoložive tehnologije da bi dosegli do različitih vrsta publike, od štampanih, do novih medija. Moraju biti osposobljeni da koriste različite medije i izvore informacija da bi razvili kritičko mišljenje i vještine rješavanja problema, i da bi ih prenosili svojim učenicima.
<b>Organizacija i administriranje</b>	Poboljšavanje nastavnikove sposobnosti da prostor učionice organizuje tako da pogoduje djelotvornom učešću svih u nastavi i učenju, i da mediji i izvori informacija postanu sastavni dio ostvarivanja ovog cilja	Informaciono i medijski pismeni nastavnici treba da poznaju organizaciju rada u učionici; treba da umiju da stvore uslove za učenje i podučavanje koji će maksimalno uvećati korišćenje različitih medija i dobavljača informacija za građansko vaspitanje i cjeloživotno učenje, kao i vještine predstavljanja i takvu organizaciju učenja pri kojoj učionica postaje prostor u kom se poštuju različita gledišta i stanovišta, bez obzira na porijeklo i pol.
<b>Pedagoški pristupi</b>	Mijenjanje nastavne prakse tako da pogoduje podučavanju informacione i medijske pismenosti	Informaciono i medijski pismeni nastavnici moraju steći pedagoške vještine neophodne za podučavanje učenika informacionoj i medijskoj pismenosti. Moraju biti sposobni da podučavaju IMP u svijetlu dobrog upravljanja, razvoja i međukulturnog dijaloga. Moraju upoznati načine na koje učenici reaguju na medije i opšte s njima, što je prva mjera podrške učenju informacione i medijske pismenosti. Takođe, nastavnici moraju poznavati glavne pojmove, alate za istraživanje i koncepcije unutar IMP, da bi smislili nastavu koja će za učenike imati smisla i pripremiti ih za zadatke koji ih čekaju kao građane.
<b>Profesionalni razvoj nastavnika</b>	Promocija takvog obrazovanja nastavnika koje u središte postavlja korišćenje medija i izvora informacija za svrhe cjeloživotnog učenja i profesionalnog razvoja	Oni moraju raspolagati neophodnim vještinama za korišćenje medija i rukovanje tehnologijama koje služe za pristup informacijama i za sticanje predmetnog i pedagoškog znanja, čime se podstiče sopstveni profesionalni razvoj.

U ovom Okviru predstavljeno je devet osnovnih modula, dva dodatna i tri dodatne jedinice za obogaćivanje Programa obuke za IMP. Moduli imaju pregled sadržaja i aktivnosti, što nastavnici i oni koji obrazuju nastavnike mogu da prilagode lokalnim uslovima. Spisak kompetencija koji slijedi povezan je sa modulima Programa obuke, jedinicama i temama i nabroja specifična znanja i vještine koje nastavnici treba da steknu prolazeći kroz module. Poželjno je da onaj ko pravi svoj program obuke bira module tako, da obuhvate većinu nabrojanih kompetencija.

## IMP kompetencija 1: Poznavanje uloge medija i informacija u demokratiji

Moduli u Programu obuke koji su povezani sa ovom kompetencijom su:

**Modul 1**, Građanstvo, sloboda izražavanja i informacija, pristup informacijama, demokratski diskurs i cjeloživotno učenje; **Modul 2**, Razumijevanje vijesti, medija i etike informisanja; **Modul 9**, Komunikacija, IMP i učenje – Sumarni modul

**Nastavnik IMP će se sve bolje upoznavati sa funkcijama medija i drugih dobavljača informacija i razumjeti njihov značaj za građanstvo i odlučivanje na osnovu informacija.**

Ishodi ove kompetencije obuhvataju osposobljenost nastavnika da:

30

- Identifikuju, opišu i procijene funkcije medija i drugih dobavljača informacija kao javnih servisa u demokratskim društvima.
- Pokažu razumijevanje glavnih pojmova, kao što su sloboda izražavanja, pristup informacijama i osnovna prava zajamčena Članom 19 Univerzalne deklaracije o ljudskim pravima.
- Protumače i opišu odnos između informacione medijske pismenosti, građanstva i demokratije.
- Predstave pluralizam medija, medije i druge dobavljače informacija kao platforme za međukulturni dijalog i objasne zašto su oni važni.
- Predstave uredničku nezavisnost.
- Objasne novinarstvo kao disciplinu kojoj je, među javnim servisima, povjereno verifikovanje.
- Opišu medijsku i informacionu etiku, i da mogu primijetiti kad je neka od njih prekršena.

## IMP kompetencija 2: Poznavanje medijskih sadržaja i vidova njihovog korišćenja

Moduli u nastavnom programu za IMP koji su povezani sa ovom kompetencijom su

**Modul 2**, Razumijevanje vijesti, medija i etike informisanja; **Modul 3**, Predstavljanje u medijima i informacijama; **Modul 4**, Jezici u medijima i informacijama; **Modul 10**, Publika; **Modul 5**, Oglašavanje.

**Nastavnik IMP će moći da ispolji poznavanje i razumijevanje načina na koje ljudi koriste medije u svom ličnom i javnom životu, odnose između građana i medijskih sadržaja, kao i korišćenje medija u različite svrhe.**

Ishodi ove kompetencije obuhvataju osposobljenost nastavnika da:

- Tumače i povezuju medijske tekstove, kontekst i vrijednosti koje projektuju mediji.
- Koriste strategije za analizu stereotipa u medijima (na primjer, da uoče stereotipe koji služe interesima određenih društvenih grupa na uštrb ostalih; da identifikuju tehnike koje se koriste u vizuelnim medijima za učvršćivanje stereotipa).
- Uočavaju, analiziraju i kritikuju razne tehnike koje se koriste u oglašavanju, a koje su u sukobu sa međunarodnim standardima i kodeksima struke.
- Istraže predstavljanja, pogrešna predstavljanja i nedostatak predstavljanja, nezastupljenost u medijskim i informativnim tekstovima.
- Poznaju i umiju da objasne karakteristike i važnost emitera kao javnih servisa (PSB - public service broadcasters).

31

## IMP kompetencija 3 : Efikasno i djelotvorno dolaženje do informacija

Moduli u nastavnom programu za IMP koji su povezani sa ovom kompetencijom su:

**Modul 1**, Građanstvo, sloboda izražavanja i informacija, pristup informacijama, demokratski diskurs i cjeloživotno učenje; **Modul 7**, Mogućnosti i izazovi Interenta; **Modul 8**, Informaciona pismenost i vještine korišćenja biblioteke.

**Nastavnik IMP će moći da odredi koji tip informacija je potreban za određeni zadatak i da efikasno i djelotvorno dođe do informacija.**

Ishodi ove kompetencije obuhvataju osposobljenost nastavnika da:

- Odaberu efikasan i djelotvoran način dolaženja do informacija koje su im potrebne za istraživanje ili za svrhe pronalaženja informacija.
- Identifikuju ključne riječi i srodne termine za dolaženje do željenih informacija.

- Identifikuju razne tipove i formate mogućih izvora informacija.
- Predstave kriterijume koje su koristili pri donošenju odluka o izboru informacija.

## IMP kompetencija 4: Krićka procjena informacija i izvora informacija

Moduli u nastavnom programu za IMP koji su povezani sa ovom kompetencijom su:

**Modul 3**, Predstavljanje u medijima i informacijama; **Modul 5**, Oglašavanje; **Modul 7**, Mogućnosti i izazovi Interenta; **Modul 8**, Informaciona pismenost i vještine korišćenja biblioteke; **Modul 9**, Komunikacija, IMP i ućenje – Sumarni modul.

**Nastavnik IMP će moći da krićki procjenjuje informacije i njihove izvore i da odabrane informacije uklopi u procese rješavanja problema i analizu ideja.**

Ishodi ove kompetencije obuhvataju osposobljenost nastavnika da:

- Ispituju i porede informacije iz razlićitih izvora, da bi procijenili njihovu pouzdanost, valjanost, taćnost, punovaćnost, aćurnost i pristrasnost.
- Koriste razne kriterijume (na primjer, jasnost, taćnost, djelotvornost, pristrasnost, relevantnost ćinjenica) da bi procijenili informativne medije (na primjer, veb lokacije, dokumentarne izvore, oglase/reklame, informativne emisije).
- Uoće predrasude, obmane ili manipulisanje.
- Sagledaju kulturni, društveni i druge kontekste u kojima je informacija kreirana i da razumiju ulogu konteksta u tumaćenju informacija.
- Razumiju niz tehnologija koje koriste mediji i da proućavaju mećusobne uticaje ideja.
- Porede novo sa postojećim znanjem, da bi odredili kolićinu dodate vrijednosti, kontradikcija, ili drugih jedinstvenih karakteristika informacija.
- Odrede mjeru taćnosti, tako što će ispitati izvor podataka, ogranićenja alata ili strategija koje koriste za prikupljanje informacija, kao i razumnost iznijetih zakljućaka.
- Koriste razne strategije za tumaćenje medijskih tekstova (na primjer, izvlaćenje zakljućaka, formiranje generalizacija, sinteza pregledanog materijala, pozivanje na slikovne predstave ili informacije kao potvrdu nekog stanovića, dekonstrukcija medija da bi se odredila pristrasnost koja je u pozadini i dekodirao podtekst).

32

## IMP kompetencija 5: Korišćenje novih i tradicionalnih medijskih formata

Moduli u nastavnom programu za IMP koji su povezani sa ovom kompetencijom su:

**Modul 6**, Novi i tradicionalni mediji; **Modul 7**, Mogućnosti i izazovi Interenta; **Modul 3**, Jedinica 5 Digitalno urećivanje i raćunarsko retuširanje; **Modul 4**, Jedinica 4, Kadriranje i uglovi snimanja - prenošenje znaćenja



**Nastavnik IMP će poznavati upotrebu digitalne tehnologije, alati za komunikaciju i mreža, za prikupljanje informacija i odlučivanje..**

Ishodi ove kompetencije obuhvataju osposobljenost nastavnika da:

- Poznaju osnove digitalne tehnologije, alati za komunikaciju i mreža, i njihovo korišćenje u različitim okolnostima i za različite svrhe.
- Koriste niz medijskih 'tekstova' da bi izrazili sopstvene ideje kroz višestruke medijske forme (na primjer, tradicionalna štampana, elektronska, digitalna, i tako dalje)
- Preduzmu osnovna onlajn traženja informacija.
- Uviđaju za koje svrhe mladi koriste Internet.

## IMP kompetencija 6: Smještanje medijskog sadržaja u društveni i kulturni kontekst

Moduli u nastavnom programu za IMP koji su povezani sa ovom kompetencijom su:

**Modul 1**, Građanstvo, sloboda izražavanja i informacija, pristup informacijama, demokratski diskurs i cjeloživotno učenje; **Modul 2**, Razumijevanje vijesti, medija i etike informisanja; **Modul 3**, Predstavljanje u medijima i informacijama; **Modul 11**, Mediji i globalni kontekst.

**Nastavnik IMP će pokazati da zna i razumije da društveni i kulturni kontekst utiču na proizvodnju medijskih sadržaja.**

Ishodi ove kompetencije obuhvataju osposobljenost nastavnika da:

- Analiziraju i objasne kako se može manipulirati pravilima i očekivanjima koje medijski žanrovi slijede da bi postigli pojedinačne efekte ili ostvarili ciljeve.
- Proizvedu medijske tekstove koji daju različita gledišta i načine predstavljanja.
- Predstave medije i druge dobavljače informacija kao platforme za međukulturni dijalog.
- Pokažu da umiju da kritički procijene sadržaj lokalnih medija, kao i poruka koje oni kreiraju ili primaju, sa stanovišta demokratskog građanstva i kulturne raznovrsnosti.
- Spoznaju kako uređivanje oblikuje značenje u vizuelnim medijima i porukama koje oni šalju (na primjer, izostavljanje alternativnih gledišta, filtrirane ili sugerisane tačke gledišta, naglasak na posebnim idejama, i tako dalje)

# IMP kompetencija 7: Promovisanje IMP kod učenika i upravljanje željenim promjenama

Moduli u nastavnom programu za IMP koji su povezani sa ovom kompetencijom su:

**Modul 1**, Građanstvo, sloboda izražavanja i informacija, pristup informacijama, demokratski diskurs i cjeloživotno učenje; **Modul 9**, Komunikacija, IMP i učenje – Sumarni modul; Mediji i informacije za učenje, Demokratski diskurs, i svi drugi moduli.

**Nastavnik IMP će moći da koristi znanje i vještine stečene kroz svoju obuku za IMP da bi promovisao informacionu i medijsku pismenost kod učenika i upravljao promjenama u školskoj sredini koje su s tim povezane.**

Ishodi ove kompetencije obuhvataju osposobljenost nastavnika da:

- Razumiju kako svaki učenik tumači i primjenjuje medijske proizvode i događaje na sopstveni život.
- Poznaju i koriste različite nastavne aktivnosti da poboljšaju vještine informacione i medijske pismenosti učenika.
- Pomažu učenicima da odaberu pristup koji najbolje odgovara (na primjer, za sisteme za pretraživanje informacija) za dolaženje do potrebnih informacija.
- Pomažu učenicima da kritički procijene informacije i njihove izvore tokom procesa ugradnje važnih informacija u svoje baze znanja.
- Koriste poznavanje djelotvornih verbalnih, neverbalnih, i tehnika medijske komunikacije da bi pospješili aktivno ispitivanje, saradnju i otvorenu komunikaciju među učenicima.
- Poznaju i koriste formalne i neformalne strategije procijene da bi kod učenika razvijali znanja i vještine kritičkog čitanja, posmatranja i slušanja.
- Koriste postupke informacione i medijske pismenosti da pojačaju atmosferu učestvovanja tokom učenja.
- Koriste stare ili nove medijske tehnologije da bi povezali učenje u školi i van nje, posebno kod učenika koji počinju da se otuđuju od škole.
- Koriste IKT u učionici da bi pomogli učenicima da se upoznaju sa raspoloživim IKT i medijskim izvorima i pokazali kako se oni koriste za učenje.
- Koriste informacionu i medijsku pismenost da povećaju učešće u učenju.
- Koriste znanja i vještine koje su stekli tokom svoje obuke da bi kod učenika razvili vještine korišćenja medija i bibliotečkih izvora za istraživanje i učenje.
- Koriste znanja i vještine koje su stekli tokom svoje obuke da bi kod učenika razvili vještine procjene medija i informacija, kao i poznavanje etičkih pitanja u vezi sa informacionom i medijskom pismošću.

# PRISTUPI NASTAVI I UČENJU IMP; UPOTREBA PROGRAMA OBUKE

Strategije koje su korišćene u modulima ovog Programa obuke počivaju na sljedećim pedagoškim pristupima:

## I Tematski pristup/Istraživanje

Učenje putem istraživačke obrade teme je pristup usmjeren na učenika i sastoji se u ispitivanju tema koje su povezane sa informacionom i medijskom pismenošću u savremenom društvu. Obuhvata mnoge odlike učenja kroz ispitivanje, rješavanje problema i odlučivanje, pri čemu oni koji uče stiču nova znanja i vještine prolaženjem kroz faze istraživanja teme: identifikovanje teme; uočavanje osnovnih stavova i vjerovanja na kojima ona počiva; pronalaženje, organizacija i analiza činjenica; tumačenje i razrješenje teme; preduzimanje akcije i preispitivanje posljedica i ishoda svake od faza. To je odgovarajući metod za podučavanje IMP, jer učenici dobijaju mogućnost da detaljno ispitaju temu.

Primjeri učenja putem istraživačke obrade teme su: istraživanje načina na koji se predstavljaju polovi i rase, kroz analizu medija; istraživanje odnosa privatnosti i medija, kroz analizu primarnih i sekundarnih dokumenata; istraživanje sajber-nasilništva, kroz etnografska istraživanja.

35

## II Problemsko učenje (PBL – Problem-based Learning)

Problemsko učenje (PBL – Problem-based Learning) je takav pristup kreiranju nastavnog programa i sistema nastave koji istovremeno razvija interdisciplinarnu bazu znanja i vještina učenika i strategije kritičkog razmišljanja i rješavanja problema. Ovaj pristup je nastao na Medicinskom fakultetu Univerziteta MakMaster u Ontariju, u Kanadi. To je krajnje strukturisan, saradnički model učenja koji treba podjednako da poveća znanje pojedinaca i kolektiva, angažujući učenike u kritičkom i detaljnom ispitivanju stvarnih problema. Učenici određuju ciljeve učenja, ispitivačka pitanja, metode i ishode.

Primjer problemskog učenja u oblasti IMP je osmišljavanje efikasne marketinške kampanje za određenu publiku.

### III Naučno istraživanje

Naučno istraživanje odnosi se na niz tehnika koje koriste naučnici kad istražuju svijet prirode i predlažu zaključke na osnovu činjenica koje su otkrili. Proces istraživanja se često opisuje kao skup koraka koji se naziva istraživački ciklus. On sadrži aktivnosti kao što su: vršenje posmatranja; postavljanje pitanja; pronalaženje onog što se već zna o temi; planiranje ispitivanja; pregled dotadašnjeg znanja, u svijetlu eksperimentalnih dokaza; korišćenje alatki za prikupljanje, analizu i tumačenje podataka; predlaganje objašnjenja, i iznošenje rezultata. Ovaj metod se može prilagoditi za podučavanje informacione i medijske pismenosti.

Neki od primjera primjene naučnog istraživanja su: ispitivanje uticaja medijskog nasilja; ispitivanje uloga onlajn zajednica.

### IV Studija slučaja/Analiza primjera

Metod studije slučaja podrazumijeva detaljno ispitivanje pojedinačnog primjera ili događaja. On se mnogo koristi na Harvardskoj poslovnoj školi gdje studenti koriste primjere iz stvarnog života da bi uvidjeli kako se teorijsko znanje može primijeniti na stvarne slučajeve. Ovaj pristup je pogodan za podučavanje IMP jer su učenici svakodnevno izloženi raznim formama poruka iz medija i od drugih snabdjevača informacijama. On nudi sistematičan način posmatranja određenih događaja, prikupljanja podataka, analize informacija i saopštavanja rezultata, što za uzvrat pomaže učenje putem istraživačke obrade teme. Učenici mogu da dosegnu dublje i sveobuhvatnije razumijevanje razloga zbog kojih se neki događaj ili primjer dogodio baš tako kako se dogodio. Studija slučaja je takođe pogodna za uopštavanja i provjeru hipoteza.

36

Na primjer, učenici mogu da izvedu analizu primjera strategije marketinške kampanje i emitovanja veoma uspješnog filma, knjige-bestselera, ili drugog uspješnog medijskog proizvoda.

### V Saradničko učenje

Saradničko učenje podrazumijeva pedagoški pristup koji okuplja učenike da rade na ostvarenju zajedničkog cilja. Ono obuhvata sve, od jednostavnog rada u paru, do složenijih načina, kakvi su projektno učenje, 'slagalice', moderisano vršnjačko propitivanje i uzajamno podučavanje. Cilj svih ovih oblika učenja je da se postignu sljedeći nastavni rezultati: razvoj pojmovnog razumijevanja i misaonih procesa višeg reda, bolje vještine međuljudske komunikacije, bolji odnos prema školi i prema sebi, kao i da se otkrije kako da svi učenici savladaju osnovne vještine, bez obzira na pojedinačne razlike u postignutom opštem uspjehu u školi. Ovaj metod je pogodan za podučavanje i učenje medijskog obrazovanja, jer od učenika traži da dijele ideje s drugima i da uče jedni od drugih.

Primjer saradničkog učenja je saradnički rad u vikijima.

## VI Analiza teksta

Učenici uče kako da analiziraju tekst tako što će uočiti kodove i konvencije različitih medijskih žanrova. Ovakva semiotička analiza treba da rezultira daljim shvatanjem ključnih koncepata. Zato polaznici uče da otkrivaju kako se jezički kodovi i konvencije koriste za kreiranje određenog tipa predstavljanja koji će privući određenu vrstu publike. Oni uče da uočavaju 'tehničke', 'simboličke' i 'narrativne' kodove nekog medijskog teksta. Kad god je izvodljivo, ovakva analiza teksta treba da se odvija s nekim smislenim ciljem, a ne kao akademska vježba koja je sama sebi svrha.

Primjer: od učenika se može tražiti da izaberu jedan medijski tekst koji im je zanimljiv. To može biti novinski članak, video snimak sa JuTjuba, ili video isječak iz nekog onlajn novinskog izvora. Podijelite polaznike u grupe i usmeravajte ih dok analiziraju publiku, svrhu, autora, tehnike/odlike teksta i kontekst.

## VII Analiza konteksta

Kroz ovaj postupak učenicima se pokazuje kako da izvedu osnovnu analizu konteksta, naročito onog koji određuje glavni koncept neke institucije ili tehnologije, ali i razne teorijske koncepte.

Neki od primjera kontekstualne analize kao pedagoškog pristupa su: upoznavanje s klasifikacionim sistemima za film, televiziju i video igre koji se koriste u Australiji; otkrivanje odnosa između vlasništva/vlasničke koncentracije medija i pitanja demokratije i slobode govora.

37

## VIII Prevođenja

Ovaj pedagoški pristup se javlja u raznim oblicima i može se koristiti u različitim medijskim okolnostima. Učenici mogu da napišu članak o nekom događaju na svom univerzitetu i da ga prevedu u radijski izveštaj koji se emituje kao podkast, ili, mogu da pogledaju kratak odlomak filma za djecu, i da onda, radeći u malim grupama, naprave storibord koji odgovara odabranoj sceni, navodeći kadriranje, uglove snimanja i postupke montaže koje su koristili.

Još neki primjeri: učenici mogu uzeti bajku i prevesti je u storibord po kom će se snimiti film. Ili, mogu da prikupe različitu postojeću vizuelnu građu o nečijem životu i da je iskoriste kao polaznu tačku za pravljenje kratkog dokumentarca o toj osobi.

## IX Simulacije

Simulacija je često korišćen postupak u nastavnim jedinicama o filmu i medijima. Instruktori koriste simulacije da bi polaznicima pokazali kako 'izgleda' učenje o medijima. To znači da instruktor preuzima ulogu razrednog nastavnika, a polaznici uloge đaka, makar u dijelu koji se tiče realizovanja aktivnosti. Sa polaznicima se kroz razgovor razmatra ovaj način podučavanja.

Neki od primjera su: Učenici glume ekipu dokumentarnog filma koja snima televizijsku emisiju za mlade; ili, radijski/Internet novinari intervjuišu predavača medija za podkast emisiju; ili,

univerzitetski marketinški tim pravi promotivni video o životu na univerzitetu, za potencijalne buduće studente.

## X Produkcija

Ovaj pristup podrazumijeva učenje kroz praksu, što je važan vid sticanja znanja u 21. vijeku. Učenici se podstiču da uče na dubljem i smislenijem nivou. Proizvodnja medijskih i informacionih sadržaja im pruža mogućnost da se udube u učenje tako što će istraživati i praktično raditi. Kroz izradu medijskih tekstova (na primjer, zvučnih, vizuelnih i štampanih), učenici se osposobljavaju da ispituju sopstvenu kreativnost i da se izraze sopstvenim glasovima, kroz svoje ideje i gledišta.

Neki od primjera su: učenici koriste programe kao što su iMovie ili Moviemaker (ili bilo koji slični besplatni i otvoreni računarski program) da bi napravili jednominutnu digitalnu priču o nekom pitanju koje se tiče životne sredine, ili druge teme koja ih zanima.

# DODATAK: Odabrani izvori o informacionoj i medijskoj pismenosti

## 1. Obrazovanje za medije: Komplet za nastavnike, učenike, roditelje i stručnjake

UNESCO-vo izdanje na arapskom, engleskom i francuskom jeziku. Komplet je djelimično rezultat projekta MENTOR koji je pokrenuo UNESCO, a podržala Evropska komisija. Bio je to prvi pokušaj da se napravi sveobuhvatan komplet alata za IMP. Ovaj Program obuke za IMP dopunjava i unapređuje taj komplet alata, s posebnim naglaskom na obrazovanje nastavnika.

Neka od pitanja kojima se bavi Komplet su: Od čega treba da se sastoji obrazovanje za medije? Ko treba da ga realizuje? Kako da se ono ugradi u nastavni program? Osim škole, da li porodica ima nešto da kaže na tu temu? Da li treba angažovati stručnjake, i na koji način? Kako javnost treba da se odnosi prema dobrobitima od medija i njihovim ograničenjima?

Komplet sadrži Predlog za modularni nastavni program, Priručnik za nastavnike, Priručnik za učenike, Priručnik za roditelje, Priručnik za etičke odnose sa stručnjacima i Priručnik za Internet pismenost.

Može se preuzeti na adresi: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001492/149278e.pdf>  
(Preuzeto 20.8.2015.)

39

## 2. UNESCO-vi pokazatelji medijske razvijenosti:

Ovo je skup međunarodno dogovorenih pokazatelja, preveden na mnoge jezike. Služi za procjenu uslova koji su neophodni da bi medijski i informacioni servisi obavljali svoje funkcije javnih servisa. Pokazatelji treba da pomognu ispitivanje sljedećih pet međusobno povezanih kategorija uslova: sistem propisa, pluralitet i raznovrsnost medija, mediji kao platforma za demokratski diskurs, izgradnja stručnih kapaciteta i infrastrukturni kapaciteti.

Može se preuzeti na adresi: <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102e.pdf>  
(Preuzeto 20.8.2015.)

### 3. Međunarodni skup o obrazovanju za medije – napredak, prepreke, novi trendovi od Grinvalda: ka novim kriterijumima procjene?

Ovaj međunarodni skup organizovala je u Parizu (jun 2007.) Francuska komisija za UNESCO, u saradnji sa UNESCO-m, i uz podršku francuskog Ministarstva za obrazovanje i Savjeta Evrope.

Sažetak na engleskom jeziku može se preuzeti na adresi: [http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Synthesis\\_en.pdf](http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Synthesis_en.pdf) (Preuzeto 20.8.2015.)

### 4. Osnaživanje kroz obrazovanje za medije

Ovu publikaciju na engleskom jeziku objavila je NORDICOM-ova Međunarodna klirinška kuća za djecu, omladinu i medije\* Univerziteta u Geteborgu, uz podršku UNESKA. Knjiga je zasnovana na Prvoj međunarodnoj konferenciji o obrazovanju za medije, održanoj u Rijadu u martu 2007. (takođe uz podršku UNESKA), i na Međunarodnom skupu o obrazovanju za medije – napredak, prepreke, novi trendovi od Grinvalda: ka novim kriterijumima procjene?, održanom u Parizu, u junu 2007.

40

Kad razgovaramo o temama u vezi sa demokratijom i razvojem, često zaboravljamo da su preduslov za to medijski pismeni građani. Važan preduslov za osnaživanje građana je usklađeni napor da se poboljša Informaciona i medijska pismenost – vještine koje pomažu uvećanje neophodnih sposobnosti i vještina komunikacije, onih koje omogućavaju pojedincu da koristi medije i komunikaciju kao sredstva i kao način za oblikovanje procesa razvoja i društvene promjene, unapređujući svakodnevni život ljudi i jačajući njihove sposobnosti da utiču na sopstvene živote.

Informaciona i medijska pismenost potrebne su svim građanima i od presudne su važnosti za mlađe generacije – kao građane i kao članove društva, za njihovo učenje, kulturnu ekspresiju i lično ispunjenje. Osnovni element napora da se ostvari informaciono i medijski pismeno društvo jeste obrazovanje za medije. Ali, kada se o ovim temama razgovara, prečesto se kao referentni okvir uzima zapadni svijet. Hitno je potrebno da se program aktivnosti otvori mnogo više nego do sada za ne-zapadne zamisli i međukulturne pristupe. Internacionalizacija podjednako obogaćuje i predstavlja neophodnost, s obzirom da svi dijelimo zajednički interes u širim, sveobuhvatnim paradigmama.

Informacije o knjizi su na adresi: <http://www.nordicom.gu.se/sv/publikationer/empowerment-through-media-education> (Preuzeto 20.8.2015.)

\* NORDICOM – Nordic Information Centre for Media and Communication Research – Nordijski informativni centar za istraživanja medija i komunikacije (Prim. prev.)



## 5. Upoznavanje informacione pismenosti: bukvar

U ovoj publikaciji, UNESCO-v Program Informacije za sve (Information for All Programme – IFAP) definiše medijsku pismenost na jednostavan i ne mnogo tehnički način.

Knjiga se obraća vrlo raznovrsnoj publici, od državnih službenika, međuvladinih javnih službenika, informacionih stručnjaka i nastavnika, do onih koji upravljaju zaposlenima u profitnim i neprofitnim organizacijama. Evo odlomka:

‘Što više učite tokom života više znate, ali, posebno, što prije ovladate i pouzdano usvojite vještine, navike i odnos prema učenju – znanje o tome kako, odakle, od koga i kada da tražite i pronalazite informacije koje treba da znate [...] – postajete informaciono pismeniji. Vaša kompetentnost u primjeni i korišćenju tih vještina, navika i stavova omogućiće vam da donosite bolje zasnovane i pravovremene odluke koje služe da se nosite sa izazovima svog ličnog i porodičnog zdravlja i blagostanja, obrazovanja, posla i građanstva.’

Knjiga na engleskom jeziku se može preuzeti na adresi:

<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf> (Preuzeto 20.8.2015.)

## 6. Ka pokazateljima informacione pismenosti

Ovaj rad izlaže osnovni skup pojmova za mjerenje informacione pismenosti. Knjiga sadrži definiciju informacione pismenosti; model koji povezuje informacionu pismenost sa drugim kompetencijama odraslih, kao što su IKT vještine; kao i opis standarda informacione pismenosti u obrazovanju.

Informaciona pismenost je dio integralnog skupa vještina kojima odrasli ljudi treba da ovladaju da bi bili djelotvorni u svim aspektima svog života. Kako slijedi iz Aleksandrijske deklaracije iz 2005, Informaciona pismenost je sposobnost ljudi da

- prepoznaju svoje informacione potrebe;
- pronađu informacije i vrednuju njihov kvalitet
- pohrane i pretražuju informacije
- efikasno i etički koriste informacije; i
- primjenjuju informacije da bi stvorili i prenosili znanje.

Definisanje pokazatelja informacione pismenosti preko kojih se mogu sagledati postignuća i bolje usmjeriti budući napori, jeste prioritet, kako na nacionalnom, tako i na međunarodnom nivou. Na informacionu pismenost se naslanjaju mnogi Milenijumski ciljevi razvoja, na primjer, borba protiv bolesti i povećanje mogućnosti zapošljavanja. Pokazatelji informacione pismenosti mogu pomoći državama da ustanove efekte svojih politika i da poboljšaju razvoj informacione pismenosti, te da saznaju do kog stupnja su njihovi građani sposobni da učestvuju u društvu znanja.

Priručnik na engleskom jeziku se može preuzeti na adresi:

<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001587/158723e.pdf> (Preuzeto 20.8.2015.)

## 7. Standardi IKT kompetencija za nastavnike

Uviđajući potrebu da ponudi standarde pomoću kojih nacionalni obrazovni sistemi mogu da ujednače IKT vještine, UNESCO se udružio s kompanijama Cisco, Intel i Microsoft, sa Međunarodnim društvom za tehnologiju u obrazovanju (International Society for Technology in Education – ISTE) i sa Politehničkim institutom i Državnim univerzitetom Virđžinije (Virginia Polytechnic Institute and State University, Virginia Tech), da pokrene projekat ‘Standardi IKT kompetencija za nastavnike’.

Cilj projekta je da se ponude smjernice za poboljšanje nastavne prakse uz pomoć IKT i da se nastavničkim vještinama doda nova dimenzija, bez obzira na to gdje se nalazi učionica – što će rezultirati boljim obrazovanjem i dobro obučanim učenicima.

Izdanje ‘Standardi IKT kompetencija za nastavnike’ sastoji se od tri knjižice:

- Programski okvir, u kom se daje obrazloženje, predstavlja struktura i pristup autora projekta;
- Struktura modula standarda kompetencija, gdje se kombinuju komponente obrazovne reforme i različitih programskih pristupa, da bi se došlo do oglednog skupa vještina potrebnih nastavnicima; i
- Smjernica za primjenu, koje sadrže detaljni nastavni plan za pojedinačne vještine kojima nastavnici treba da ovladaju u okviru svakog skupa/modula.

Publikacije na engleskom jeziku se mogu preuzeti na adresama:

<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156207e.pdf>

<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156209E.pdf>

<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156210E.pdf> (sve preuzeto



DIO 2

OSNOVNI I

DODATNI

MODULI

—	<b>UVOD: KAKO KORISTITI PROGRAM OBUKE ZA IMP</b>	51
	Kome je namijenjen Program obuke za IMP .....	51
	Glavne odlike Programa obuke za IMP .....	52
	Prilagođavanje Programa obuke za IMP: Preporuke .....	53
	Strategije integrisanja .....	54

## GLAVNI MODULI ..... 57

—	<b>MODUL 1: GRAĐANSTVO, SLOBODA IZRAŽAVANJA I INFORMACIJA, PRISTUP INFORMACIJAMA, DEMOKRATSKI DISKURS I CJELOŽIVOTNO UČENJE</b>	58
	OKOLNOSTI i OBRAZLOŽENJE .....	59
	<b>1 JEDINICA:</b> <b>RAZUMIJEVANJE INFORMACIONE I MEDIJSKE PISMENOSTI:</b> <b>ORIJENTACIJA</b>	60
	GLAVNE TEME .....	60
	CILJEVI UČENJA .....	61
	PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	61
	<b>2 JEDINICA:</b> <b>IMP I GRAĐANSKO UČEŠĆE</b>	65
	GLAVNE TEME .....	65
	CILJEVI UČENJA .....	65
	PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	65
	<b>3 JEDINICA:</b> <b>INTERAKCIJA SA MEDIJIMA I DRUGIM DOBAVLJAČIMA INFORMACIJA, KAO ŠTO SU BIBLIOTEKE, ARHIVI I INTERNET</b>	69
	GLAVNE TEME .....	69
	CILJEVI UČENJA .....	69
	PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	70
	<b>4 JEDINICA:</b> <b>IMP, PODUČAVANJE I UČENJE</b>	72
	GLAVNE TEME .....	72
	CILJEVI UČENJA .....	73
	PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	73
	IZVORI ZA OVAJ MODUL .....	76
—	<b>MODUL 2: RAZUMIJEVANJE VIJESTI, MEDIJA I ETIKE INFORMISANJA</b>	77
	OKOLNOSTI i OBRAZLOŽENJE .....	77
	<b>1 JEDINICA:</b> <b>ŽURNALIZAM I DRUŠTVO</b>	78
	GLAVNE TEME .....	78
	CILJEVI UČENJA .....	79
	PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	79

PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	80
TEME ZA DALJU RAZRADU .....	80
<b>2 JEDINICA:</b>	
<b>SLOBODA, ETIKA I ODGOVORNOST</b> .....	<b>80</b>
GLAVNE TEME .....	80
CILJEVI UČENJA .....	81
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	81
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	83
TEME ZA DALJU RAZRADU .....	83
<b>3 JEDINICA:</b>	
<b>ŠTA ČINI VIJEST – ANALIZA KRITERIJUMA</b> .....	<b>84</b>
GLAVNE TEME .....	84
CILJEVI UČENJA .....	84
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	84
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	86
TEME ZA DALJU RAZRADU .....	86
<b>4 JEDINICA:</b>	
<b>PROCES RAZVIJANJA VIJESTI: PREKO GRANICE 5 PITANJA (KO, ŠTA, KAKO, KADA, ZAŠTO)</b> .....	<b>86</b>
GLAVNE TEME .....	86
CILJEVI UČENJA .....	86
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	87
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	88
TEME ZA DALJU RAZRADU .....	88
IZVORI ZA OVAJ MODUL .....	88
<b>— MODUL 3: PREDSTAVLJANJE U MEDIJIMA I IZVORIMA INFORMACIJA</b> .....	<b>90</b>
OKOLNOSTI I OBRAZLOŽENJE .....	90
<b>1 JEDINICA:</b>	
<b>NOVINSKO IZVJEŠTAVANJE I SNAGA SLIKE</b> .....	<b>91</b>
GLAVNE TEME .....	91
CILJEVI UČENJA .....	92
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	92
RODNA RAVNOPRAVNOST I OSNAŽIVANJE ŽENA .....	93
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	94
<b>2 JEDINICA:</b>	
<b>KODEKSI STRUKE O RAZNOLIKOSTI I PREDSTAVLJANJU</b> .....	<b>94</b>
GLAVNE TEME .....	94
CILJEVI UČENJA .....	95
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	95
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	95
<b>3 JEDINICA:</b>	
<b>TELEVIZIJA, FILMOVI, IZDAVAŠTVO KNJIGA</b> .....	<b>96</b>
GLAVNE TEME .....	96
CILJEVI UČENJA .....	96
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	96
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	98

<b>4. JEDINICA:</b>	
<b>PREDSTAVLJAČKI I MUZIČKI VIDEO ZAPISI</b>	<b>98</b>
GLAVNE TEME .....	98
CILJEVI UČENJA .....	98
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	98
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	99
IZVORI ZA OVAJ MODUL .....	100

## — **MODUL 4: JEZICI U MEDIJIMA I IZVORIMA INFORMACIJA** **101**

OKOLNOSTI i OBRAZLOŽENJE .....	101
--------------------------------	-----

### **1. JEDINICA:** **ČITANJE MEDIJSKIH I INFORMATIVNIH TEKSTOVA** **102**

GLAVNE TEME .....	102
CILJEVI UČENJA .....	102
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	103
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	103

### **2. JEDINICA:** **MEDIJ I PORUKA:** **ŠTAMPANE I EMITOVANE VIJESTI** **104**

GLAVNE TEME .....	104
CILJEVI UČENJA .....	104
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	105
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	105

### **3. JEDINICA: FILMSKI ŽANROVI I PRIČANJE PRIČA** **105**

GLAVNE TEME .....	105
CILJEVI UČENJA .....	105
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	106
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	106
TEME ZA DALJU RAZRADU .....	106

46

## — **MODUL 5: OGLAŠAVANJE** **108**

OKOLNOSTI i OBRAZLOŽENJE .....	108
--------------------------------	-----

### **1. JEDINICA:** **OGLAŠAVANJE, PRIHOD I REGULATIVA** **110**

GLAVNE TEME .....	110
CILJEVI UČENJA .....	110
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	110
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	111

### **2. JEDINICA:** **NEKOMERCIJALNI OGLASI** **112**

GLAVNE TEME .....	112
CILJEVI UČENJA .....	112
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	112
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	114

### **3. JEDINICA:** **OGLAŠAVANJE: KREATIVAN PROCES** **115**

GLAVNE TEME .....	115
-------------------	-----

CILJEVI UČENJA .....	115
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	115
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE: .....	116
<b>4. JEDINICA:</b>	
<b>OGLAŠAVANJE I POLITIČKI ŽIVOT</b>	<b>117</b>
GLAVNE TEME .....	117
CILJEVI UČENJA .....	117
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	117
TEME ZA DALJU RAZRADU .....	118
IZVORI ZA OVAJ MODUL .....	118
<b>— MODUL 6: NOVI I TRADICIONALNI MEDIJI</b>	<b>120</b>
OKOLNOSTI i OBRAZLOŽENJE .....	120
<b>1. JEDINICA:</b>	
<b>OD TRADICIONALNIH MEDIJA DO NOVIH MEDIJSKIH TEHNOLOGIJA</b>	<b>121</b>
GLAVNE TEME .....	121
CILJEVI UČENJA .....	121
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	121
<b>2. JEDINICA:</b>	
<b>UPOTREBA NOVIH MEDIJSKIH TEHNOLOGIJA U DRUŠTVU – MASOVNE I DIGITALNE KOMUNIKACIJE</b>	<b>122</b>
GLAVNE TEME .....	122
CILJEVI UČENJA .....	123
PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI .....	123
<b>3. JEDINICA:</b>	
<b>UPOTREBA U NASTAVI ALATA ZA INTERAKTIVNE MULTIMEDIJE, UKLJUČUJUĆI DIGITALNE IGRE</b>	<b>125</b>
GLAVNE TEME .....	125
CILJEVI UČENJA .....	125
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	125
IZVORI ZA OVAJ MODUL .....	127
<b>— MODUL 7: MOGUĆNOSTI I IZAZOVI INTERNETA</b>	<b>128</b>
OKOLNOSTI i OBRAZLOŽENJE .....	128
<b>1. JEDINICA:</b>	
<b>MLADI U VIRTUELONOM SVIJETU</b>	<b>129</b>
GLAVNE TEME .....	129
CILJEVI UČENJA .....	129
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	129
<b>2. JEDINICA:</b>	
<b>IZAZOVI I OPASNOSTI U VIRTUELONOM SVIJETU</b>	<b>131</b>
GLAVNE TEME .....	131
CILJEVI UČENJA .....	131
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	132

—	<b>MODUL 8: INFORMACIONA PISMENOST I BIBLIOTEČKE VJEŠTINE</b>	<b>136</b>
	OKOLNOSTI I OBRAZLOŽENJE .....	136
	<b>1. JEDINICA:</b>	
	<b>POJMOVI I PRIMJENE INFORMACIONE PISMENOSTI</b>	<b>137</b>
	GLAVNE TEME .....	137
	CILJEVI UČENJA .....	138
	PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	138
	<b>2. JEDINICA:</b>	
	<b>OBRAZOVNA OKRUŽENJA I INFORMACIONA PISMENOST</b>	<b>141</b>
	GLAVNE TEME .....	141
	CILJEVI UČENJA: .....	141
	PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	141
	<b>3. JEDINICA:</b>	
	<b>DIGITALNA INFORMACIONA PISMENOST</b>	<b>144</b>
	GLAVNE TEME .....	144
	CILJEVI UČENJA .....	144
	PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	144
	IZVORI ZA OVAJ MODUL .....	146
—	<b>MODUL 9: KOMUNIKACIJA, IMP I UČENJE – SUMARNI MODUL</b>	<b>147</b>
	OKOLNOSTI I OBRAZLOŽENJE .....	147
	<b>1. JEDINICA:</b>	
	<b>KOMUNIKACIJA, PODUČAVANJE I UČENJE</b>	<b>148</b>
	GLAVNE TEME .....	148
	CILJEVI UČENJA .....	148
	PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	148
	<b>2. JEDINICA:</b>	
	<b>TEORIJE UČENJA I IMP</b>	<b>150</b>
	GLAVNE TEME .....	150
	CILJEVI UČENJA .....	150
	PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	150
	<b>3. JEDINICA:</b>	
	<b>UPRAVLJANJE PROMJENOM KA PODSTICAJNIM ŠKOLSKIM USLOVIMA ZA IMP</b>	<b>151</b>
	GLAVNE TEME .....	151
	CILJEVI UČENJA .....	151
	PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	152
	IZVORI ZA OVAJ MODUL .....	153

## **DODATNI MODULI** ..... **154**

—	<b>MODUL 10: PUBLIKA</b>	<b>156</b>
	OKOLNOSTI I OBRAZLOŽENJE .....	156
	GLAVNE TEME .....	157
	CILJEVI UČENJA .....	157



PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	158
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	159
IZVORI ZA OVAJ MODUL: .....	159
<b>— MODUL 11: MEDIJI, TEHNOLOGIJA I GLOBALNO SELO</b> .....	<b>161</b>
OKOLNOSTI i OBRAZLOŽENJE .....	161
<b>1. JEDINICA:</b>	
<b>VLASNIŠTVO NAD MEDIJIMA U DANAŠNJEM GLOBALNOM SELU</b> .....	<b>163</b>
GLAVNE TEME .....	163
CILJEVI UČENJA .....	163
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	164
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	165
TEME ZA DALJU RAZRADU .....	165
<b>2. JEDINICA:</b>	
<b>DRUŠTVENO-KULTURNE I POLITIČKE DIMENZIJE</b>	
<b>GLOBALIZACIJE MEDIJA</b> .....	<b>165</b>
GLAVNE TEME .....	165
CILJEVI UČENJA .....	166
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	166
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	167
TEME ZA DALJU RAZRADU .....	167
<b>3. JEDINICA:</b>	
<b>PRETVARANJE INFORMACIJA U ROBU ŠIROKE POTROŠNJE</b> .....	<b>168</b>
GLAVNE TEME .....	168
CILJEVI UČENJA .....	168
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	168
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	169
TEME ZA DALJU RAZRADU .....	169
<b>4. JEDINICA:</b>	
<b>USPON ALTERNATIVNIH MEDIJA</b> .....	<b>170</b>
GLAVNE TEME .....	170
CILJEVI UČENJA .....	170
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	171
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	172
TEME ZA DALJU RAZRADU .....	172
IZVORI ZA OVAJ MODUL .....	172
<b>— MODUL 3, 5. JEDINICA: DIGITALNO UREĐIVANJE</b>	
<b>I RAČUNARSKO RETUŠIRANJE</b> .....	<b>173</b>
GLAVNE TEME .....	173
CILJEVI UČENJA .....	173
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	174
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	174

— MODUL 4, 4. JEDINICA: KADRIRANJE I UGLOVI SNIMANJA – PRENOŠENJE ZNAČENJA	175
GLAVNE TEME .....	175
CILJEVI UČENJA .....	175
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	176
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	178
— MODUL 5, 5. JEDINICA: TRANSNACIONALNO REKLAMIRANJE I 'SUPERBRENDOVI'	179
GLAVNE TEME .....	179
CILJEVI UČENJA .....	179
PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI .....	180
PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE .....	180
RJEČNIK TERMINA .....	181

# UVOD: KAKO SE KORISTI OVAJ PROGRAM OBUKE ZA IMP

Informaciona i medijska pismenost (IMP) se bavi ulogom i funkcijom medija i drugih snabdjevača informacijama, kao što su biblioteke, arhivi i Internet, u našim ličnim životima i u demokratskim društvima. Ona promoviše i povećava prava pojedinca da prenosi i izražava, da traži, prima i dijeli informacije i ideje. Ona podstiče vrednovanje medija i drugih dobavljača informacija, na osnovu toga kao proizvode sadržaje, koju poruku prenose i kojoj publici se obraćaju.

U društvu koje počiva na znanju

- IMP je važna za građansko učešće i opstanak u društvu
- Mediji i informacije imaju središnju ulogu u demokratskim procesima
- Mediji i drugi dobavljači informacija aktivno učestvuju u oblikovanju percepcija, uvjerenja i stavova
- Povećava se količina korisničkog sadržaja, korišćenje virtuelnih prostora i građansko novinarstvo

Spajajući oblasti 'informacione' i 'medijske' pismenosti u IMP, Program obuke za IMP pokazuje cjelovit pristup pismenosti koja je neophodna za život i rad u današnje vrijeme. U njemu se uvažava potreba za proširenom definicijom pismenosti, koja će obuhvatiti štampane, ekranske i elektronske medije i informacione sisteme. Štaviše, IMP takođe uvažava ulogu biblioteka, arhiva i muzeja, kao važnih dobavljača informacija.

51

## KOME JE NAMIJENJEN PROGRAM OBUKE ZA IMP

Glavna ciljna grupa su nastavnici. Tu se misli na nastavnike u srednjim i osnovnim školama, na praksi ili redovno zaposlene. Ovaj nastavni program je sredstvo koje je posebno osmišljeno za institucije u kojima se školuju nastavnici, kao što su više škole (uključujući privatne koledže na javnom zemljištu) i univerziteti. Ipak, pošto se pri njegovom kreiranju vodilo računa o mogućim prilagođavanjima, može se koristiti i u drugim odsjecima visokoškolskih ustanova, tamo gdje je IMP važna. Nastavni program je od značaja i za nevladine organizacije, vladine službenike i ministarstva, i druge društvene organizacije.

## GLAVNE ODLIKE PROGRAMA OBUKE ZA IMP

Informaciona i medijska pismenost teži da okupi discipline koje su nekad bile razdvojene i udaljene. IMP se bavi poznavanjem i razumijevanjem funkcija medija, biblioteka, arhiva i drugih dobavljača informacija, načinima njihovog rada, kako prenose poruke i vrijednosti, kako se mogu koristiti, i kako kritički vrednovati izložene informacije.

Program obuke je sveobuhvatan i cjelovit. U njemu se ne insistira na propisanim rješenjima i ostavlja se mogućnost prilagođavanja. Izložen je u obliku modula.

Moduli u ovom Programu obuke sadrže neke, ili sve, djelove:

- Okolnosti i obrazloženje
- Glavne teme
- Ciljevi učenja
- Pedagoški pristupi i aktivnosti
- Preporuke za procjenjivanje
- Teme za dalju razradu
- Izvori

Ciljevi učenja navode glavne zadatke koje nastavnici treba da ostvare u svakom modulu. Oni također navode vještine i znanja koje bi nastavnici trebalo da pokažu po završetku modula. Ako se program prilagođava, ove ciljeve treba obraditi u opštem kontekstu dokumenta pod nazivom Model programa obuke za IMP i okvira kompetencija, koji je dio ovog paketa.

Odjeljak Okolnosti i obrazloženje analizira modul, predstavlja ga u glavnim crtama i opisuje njegov sadržaj i kontekst. Važno je napomenuti da ovaj komentar nije pisan s namjerom da bude iscrpan, već da ilustruje moguća razmišljanja i smjerove istraživanja koja bi nastavnici mogli da slijede.

52

Isto se može reći za Pedagoške pristupe i primjere aktivnosti koje smo uvrstili. Oni su kreirani da pokažu mnoštvo načina na koje se mogu demonstrirati vještine i znanja stečeni u okviru svakog modula. Te pedagoške pristupe i aktivnosti treba posmatrati samo kao primjere. Sugeriramo instruktorima da ih koriste za pripremanje aktivnosti koje će biti prilagođene lokalnim uslovima i kulturi. Da bi pomogao napore nastavnika, UNESCO će uspostaviti bazu podataka o aktivnostima u vezi sa IMP.

Odjeljak o preporukama za procjenjivanje sadrži savjete za tekuću i konačnu procjenu. Preporuke treba da otkriju mogućnosti procjenjivanja, koje obuhvataju procjenu učenja, i procjenu kao učenje.

Konačno, neki moduli se završavaju odjeljkom o izvorima koji se preporučuju uz modul. Možda će nastavnici smatrati da ima i lokalnih izvora koje bi voljeli da dodaju na postojeći spisak.

## PRILAGOĐAVANJE PROGRAMA OBUKE ZA IMP: PREPORUKE

U toku prilagođavanja bilo kog dijela ovog Programa, treba voditi računa o realnim uslovima koji vladaju u svakoj instituciji koja se bavi obrazovanjem nastavnika: prioriteta i ciljevi institucije, sadržaj postojećih programa i prioriteta, vremenski rasporedi i vremenska ograničenja. Preporuke koje slijede su predlog kako da se osigura da će nastavni program odgovarati potrebama institucije i nastavnika koji se bave osnovnim i srednjim obrazovanjem.

- Pronaći glavne grupe zainteresovanih i osnovati upravni odbor

- U početnim fazama treba pregledati Program obuke i Nastavni program i okvir kompetencija. Tako će se uočiti prioritete oblasti koje će najbolje poslužiti potrebama konkretnih institucija.
- Treba obaviti procjenu postojećeg programa obrazovanja nastavnika u datoj instituciji ili zemlji da bi se otkrilo da li su elementi IMP već uključeni u nastavne programe. Tako će se najsigurnije izbjeći nepotrebna ponavljanja i preklapanja. To će, takođe, poslužiti da se uoč praznine u postojećim nastavnim programima koje se mogu popuniti programom IMP.
- Svaka institucija treba sama da izabere najbolji način da primijeni IMP, uzimajući u obzir vrijeme koje joj je na raspolaganju i potrebne resurse (kako materijalne, tako i ljudske). Glavna pitanja kojima se treba pozabaviti u ovom dijelu su: Kako se može podučavati IMP? Kako se može ugraditi u postojeći sistem? Da li u instituciji ima stručnih znanja o IMP? Ako nema, gdje se do njih može doći? Da li institucija ima pristup neophodnim materijalima i resursima? Ako nema, gdje se oni mogu dobiti? Kako uočene potrebe utiču na željenu strategiju prilagođavanja?
- Ovaj Program obuke za IMP je moguće prilagođavati. To znači da će vjerovatno biti neophodno da se na osnovu prethodnih razmatranja naprave njegove verzije 'po mjeri'. Oni koji započnu posao prilagođavanja mogu potražiti pomoć na UNESCO-voj Platformi za otvorene obrazovne izvore (UNESCO Open Educational Resources /OER/ Platform, [www.unesco.org/webworld/en/oer](http://www.unesco.org/webworld/en/oer), Preuzeto 20.8.2015.). Otvoreni obrazovni izvori su materijali za učenje koji su objavljeni sa nekom licencom intelektualne svojine kao što je Creative Commons, koja omogućava da ih svako slobodno koristi. (Za više pojedinosti, vidjeti ukvireni tekst na kraju ovog odeljka.)
- Kada se nastavni program prilagodi, ili se uradi prilagođena verzija, važno je da se obavi probno testiranje. Odvijanje probne faze treba pratiti, a rezultate probe procijeniti.
- Na osnovu procjene probe, obavice se neophodne revizije prilagođenog nastavnog programa, kao i preporuke za primjenu.
- Na ovom stupnju biće stvoreni uslovi za integraciju nastavnog programa na nivou institucije, na osnovu izabrane strategije (v. dalje).
- Treba kompletirati tekuću dokumentaciju i završiti praćenje i procjenu nastavnog programa. Tamo gdje je to cjelishodno, treba oformiti dokumentaciju o studijama slučaja, što je način da se istaknu primjeri prakse za uzor i da se šira obrazovna zajednica obavijesti o poslu koji obavljaju različite institucije.

## STRATEGIJE INTEGRISANJA

Za integrisanje Programa obuke nude se sljedeća rješenja:

- Poseban kurs: Program obuke za IPM može da se ponudi kao poseban kurs/predmet koji donosi kreditne poene. Može se ponuditi kao obavezan ili opcioni kurs, namijenjen svim nastavnicima. Za nastavnike koji već rade, program se može prilagoditi, kao akreditovani program za stručno usavršavanje.
- Studijski pristup: Podrazumijeva jednu do dvije nedjelje intenzivne obuke uživo, poslije koje slijedi dodjela projektnog zadatka koji nastavnici treba da urade u roku od dva do tri mjeseca. Za ovakav program obuke takođe se mogu dodijeliti kreditni poeni.

- Višekomponentna integracija: Različite komponente Programa obuke mogu da se integrišu u različite, srodne, već postojeće kurseve za nastavnike. Neki od primjera su: obrazovne tehnologije, pismenost, društvene studije, i tako dalje. Ovo je vjerovatno najsloženija od predloženih strategija. Da bi integracija bila efikasna, potrebno je pažljivo planiranje i usklađivanje sa opštim ciljevima i procjenom obrazovnog programa.
- Onlajn kurs: Ovakav kurs se može ponuditi i studentima nastavnčkih škola i aktivnim nastavnicima. Može da se ostvari kroz partnerstvo sa drugom institucijom, domaćom ili stranom. Važno je pomenuti da institucija koja školuje nastavnike ne mora da kreira sopstveni kurs, nego se može povezati sa nekim drugim univerzitetom koji već ima spremne resurse za održavanje onlajn kurseva. Ta institucija može kurs da ponudi kao program sa sertifikatom, diplomom ili sticanjem stepena/zvanja.

Na duže staze se može razmisliti i o kombinovanju dvije ili više strategija. Očigledno je da će se proces prilagođavanja i primijenjene strategije za integrisanje razlikovati od institucije do institucije i da će zavisiti od više bitnih činilaca. Neki, koji se uočavaju na prvi pogled, su: nivo spremnosti institucije, dostupnost izvora i stručnih znanja, te dubina i obim integrisanja.

## **Prilagođavanje i zajedničko korišćenje Nastavnog programa IMP preko UNESCO-ve Platforme za otvorene obrazovne izvore**

UNESCO-va Platforma za otvorene obrazovne izvore ([www.unesco.org/webworld/en/oer](http://www.unesco.org/webworld/en/oer)) je nova i svježā inicijativa koja nudi odabrana UNESCO-va izdanja kao potpuno otvoreno licencirane obrazovne izvore. To su materijali za učenje koji su objavljeni sa licencom intelektualne svojine kao što je Creative Commons\*, koja svima omogućāva slobodno korišćenje.

Sa ovom UNESCO-vom Platformom, strukovne zajednice u cijelom svijetu – uključujući nastavnike, one koji uče i stručnjake u obrazovanju – moći će slobodno da kopiraju, prilagođavaju i dijele s drugima svoje izvore, među kojima je i ovaj Program obuke za IMP.

Ako ubijedimo obrazovne institucijame i pomognemo im da svoje prilagođene nastavne programe IMP podijele kao potpuno otvoreno licencirane obrazovne izvore, profesor, kreator nastavnog programa ili procjenjivač kvaliteta koji Źeli da razvije sopstveni nastavni program dobija jedinstvenu priliku da lako i intuitivno izabere i uporedi nastavne programe iz obliŹnjih ili međunarodnih institucija, na njihovim jezicima. Onda svako moŹe lako, legalno i slobodno da 'kopira' sadržaj koji se najbolje podudara s njegovim/njenim potrebama i da ga njima prilagodi.

Platforma će pruŹiti niz prilika za saradnju i partnerstvo među sliĹnim institucijama i ojaĹati njihovu vezu sa UNESCO-m na polju daljeg poboljšavanja Programa IMP. Kada bude pokrenuta, krajem 2011, UNESCO-va Platforma za otvorene obrazovne izvore moći će da ponudi pomoć u izgradnji kapaciteta za Creative Commons\* i pomogaće da se materijali iz otvorenih obrazovnih izvora prerađuju i prenose u institucije koje su voljne da učestvuju u zajedniĹkom korišćenju prilagođениh verzija.

\* Licence Creative Commons polaze od tradicionalnih principa kopirajta i daju stvaraocima mogućnost da odrede koja prava zadržavaju, a kojih se odriĹu u korist primalaca ili drugih stvaralaca.

(<http://creativecommons.org>)

# Osnovni Moduli



# MODUL 1: GRAĐANSTVO, SLOBODA IZRAŽAVANJA I INFORMACIJA, PRISTUP INFORMACIJAMA, DEMOKRATSKI DISKURS I CJELOŽIVOTNO UČENJE

58

‘Kad bi se zadatak obrazovanja mogao najopštije izraziti, moglo bi se reći da je njegova osnovna svrha da osigura da će učenici od učenja imati koristi koje će im omogućiti da potpuno učestvuju u javnom, ekonomskom i životu svoje zajednice.’

Nova londonska grupa

## OKOLNOSTI I OBRAZLOŽENJE

Brz razvoj medija<sup>1</sup> informacionih i komunikacionih tehnologija (IKT), kao i prateće stapanje informacija i komunikacija, neodložno nalažu da se Informaciona i medijska pismenost (IMP) shvati kao životno važna za osnaživanje položaja svih ljudi. IMP je postala važan preduslov za ovladavanje IKT-om u obrazovanju i za širenje ravnopravnog pristupa informacijama i znanju. Društva u kojima sada živimo pokreću informacije i znanje. Ne možemo pobjeći od sveopšteg prisustva medija i svih oblika informacija i komunikacija, niti od uloge koju oni imaju u našem ličnom, ekonomskom, političkom i društvenom životu. Očigledno je, stoga, da ljudima trebaju nove vrste kompetencija (znanja, vještina i stavova), da bi u svim fazama života efikasno učestvovali i uspijevali u društvu zasnovanom na znanju i informacijama. To je dovelo do toga da Informaciona i medijska pismenost postane toliko važna za podučavanje i učenje.

Prema statističkim podacima iz baze Svjetskih komunikacija/Pokazatelja IKT Svjetske unije za telekomunikacije (ITU World Telecommunication/ICT Indicators Database), iz 2009, 1,3 milijarde (¾) od ukupno 1,7 milijardi domaćinstava u svijetu, u kojima živi 4,9 milijardi ljudi, ima televizor; 0,6 milijardi (1/3) svih domaćinstava, što obuhvata 1,9 milijardi ljudi, ima pristup računaru. Pretpostavlja se da će do kraja 2009. biti 4,6 milijardi pretplatnika mobilne telefonije. Tome treba dodati i više od 2,5 milijarde radio prijemnika. Svjetska novinska asocijacija izvještava da je u 2007. broj pretplatnika na novine prešao brojku od 1,4 milijarde. UNESCO-v Institut za statistiku procjenjuje da se godišnje u svijetu objavi blizu jedan milion novih naslova knjiga.

Broj televizijskih i radio stanica, novina, mobilnih telefona, pristupa i korišćenja Interneta, broj knjiga, biblioteka, bilborda i video igara – sve to zajedno uveliko uslovljava ono što učimo o sebi, svojoj zemlji, kulturi i svijetu oko nas. Mediji i drugi dobavljači informacija su od suštinskog značaja za demokratiju i dobro upravljanje, podjednako kao prostori za demokratski diskurs i kao snabdjevači informacijama i znanjem. Ako mediji treba da podržavaju demokratiju, građani moraju znati kako da ih koriste kritički, kako da tumače informacije koje primaju, uključujući korišćenje metafora, ironije i postupaka kojima se priče uokviruju da bi se sugerisala određena značenja. Kao građani, ljudi moraju imati posebne kompetencije (znanje, vještine i stavove) kad su u dodiru s medijima, i konačno, kad učestvuju u političkim procesima i upravljanju, i moraju umjeti efikasno da koriste izvore koje im stavljaju na raspolaganje mediji, biblioteke, arhivi i drugi dobavljači informacija. Informaciona i medijska pismenost pruža potrebni skup kompetencija za 21. vijek.

Tradicionalna pismenost je u mnogim aspektima iznova definisana. Više nije dovoljno da ljudi umiju da čitaju, pišu i računaju. Ne treba potcjenjivati važnost ovih osnovnih, slovni i brojčanih vještina, ali uvođenje informacione i medijske pismenosti u nastavni program znači da mladi ljudi takođe moraju da upoznaju funkcije medija i drugih dobavljača informacija, i da traže, vrednuju, koriste i stvaraju informacije da bi ostvarili svoje lične, društvene, profesionalne i obrazovne ciljeve. Oni takođe moraju vladati osnovnim vještinama kritičkog mišljenja, biti sposobni da analiziraju informacije i da ih koriste za samoizražavanje, da bi postali samostalni učenici, stvaraoci, informisani građani, stručnjaci, i da bi učestvovali u upravljanju i demokratskim procesima u svojim zemljama (upor. Izvještaj Nacionalnog foruma o informacionoj pismenosti, 2005.).

1 Za potrebe ovog Programa obuke, zanemarujući prirodu korišćene tehnologije, mediji su definisani kao izvor pouzdanih informacija koje se obezbjeđuju kroz proces uređivanja, rukovodeći se principima novinarstva i tako, da za njih odgovara neka organizacija ili pravno lice. U mjeri u kojoj su mediji bitan dio sistema komuniciranja u svakom društvu, medijske institucije se uklapaju u niz dobavljača informacija, zajedno sa bibliotekama, muzejima, arhivima, Internet dobavljačima, ili drugim organizacijama ili građanima koji proizvode sopstvene sadržaje..

Ovaj modul počiva na tri stuba: kritičko mišljenje, samoizražavanje i učestvovanje. U njemu će se IMP tretirati kao oblast koja je važna za niz disciplina/polja i preklapa se s njima, i analiziraće se sljedeća pitanja:

- Šta je informacija? Šta su mediji? Zašto da učimo o njima? Zašto su važni?
- Šta je medijska pismenost?
- Šta je Informaciona pismenost?
- Zašto informaciona i medijska pismenost?

U ovom modulu IMP će biti predstavljena kao proces podučavanja i učenja, a ne kao samo jedna disciplina. Zbog toga će se kroz njega nastavnicima uopšteno predstaviti glavne teme i koncepti ove oblasti koje će detaljnije biti obrađene u drugim modulima, pružajući im priliku da uvide razliku između 'učiti o' i 'učiti kroz' informacionu i medijsku pismenost. Cilj je da sami nastavnici postanu informaciono i medijski pismeni i da izgrade kompetencije i vještine koje su neophodne za ugrađivanje IMP u nastavne programe u osnovnim i srednjim školama

## JEDINICE

1. Razumijevanje informacione i medijske pismenosti: orijentacija
2. IMP i građansko učešće
3. Interakcija sa medijima i drugim dobavljačima informacija
4. IMP, podučavanje i učenje

## 1. JEDINICA: RAZUMIJEVANJE INFORMACIONE I MEDIJSKE PISMENOSTI: ORIJENTACIJA

► **TRAJANJE:** 2 sata

### GLAVNE TEME

- Definisavanje 'informacija' i 'medija'
- Analiza važnosti medija i drugih dobavljača informacija
- Predstavljanje glavih ishoda učenja o informacionoj i medijskoj pismenosti

## CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Navede glavne ishode/elemente učenja o informacionoj i medijskoj pismenosti
- Razumije informacionu i medijsku pismenost i njen značaj i važnost u životu savremenih učenika i nastavika
- Analizira ulogu medija i drugih dobavljača informacija, kao što su biblioteke, arhivi, Internet
- Analizira te uloge u različitim medijskim i informativnim tekstovima

## PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

### VIŠESTRUKA ULOGA MEDIJA

Mediji i drugi dobavljači informacija imaju središnju ulogu u informacionim i komunikacionim procesima. Oni su jedan od načina za prenošenje informacija, iako je njihova uloga mnogo šira od toga. Za potrebe ovog Programa obuke, mediji se definišu (bez obzira na svoju prirodu i korišćenu tehnologiju) kao izvori pouzdanih i aktuelnih informacija, kreirani kroz proces uređivanja koji slijedi načela novinarstva, nezavisno od toga da li se uređivačka odgovornost pripisuje posebnoj organizaciji ili zvaničnom licu. U mjeri u kojoj su mediji bitan dio sistema komuniciranja u svakom društvu, medijske institucije se uklapaju u niz dobavljača informacija, zajedno sa bibliotekama, muzejima, arhivima, Internet dobavljačima, ili drugim organizacijama ili građanima koji proizvode sopstvene sadržaje.

Mediji imaju više uloga. Oni:

- su kanali za prenos informacija i znanja kroz koje građani međusobno komuniciraju i donose odluke na osnovu informacija
- služe kao prostor za debate zasnovane na činjenicama, između različitih društvenih aktera
- snabdijevaju nas dobrim dijelom onog što učimo o svijetu izvan našeg neposrednog iskustva
- su sredstva pomoću kojih društva uče o sebi samima i grade osjećanje društvenog zajedništva
- funkcionišu kao oni koji motre vlade, u svim njihovim oblicima, promovišući transparentnost u javnom životu i javni nadzor nad nosiocima društvene moći, tako što razotkrivaju korupciju, loše upravljanje i prestupe korporacija
- su središnji katalizatori demokratskih procesa i jedan od jemaca slobodnih i poštenih izbora
- su sredstvo kulturne ekspresije i kulturne kohezije unutar i među narodima
- djeluju kao samostalni zagovornici i društveni činioци, poštujući pri tome vrijednosti pluralizma<sup>2</sup>

2 Prilagodeno iz UNESCO-vih *Pokazatelja razvijenosti medija (UNESCO MDIs)*

## — PRIBAVLJANJE INFORMACIJA

Ispravno korišćenje informacija koje nude mediji i razni drugi snabdjevači zavisi od sposobnosti ljudi da shvate svoje informacione potrebe, i da lociraju, pronađu i procijene kvalitet informacija koje su im na raspolaganju. Danas se nudi krajnje širok i raznolik izbor informacione građe, sadržaja i izvora, naročito na Internetu, sa velikim varijacijama u pogledu tačnosti, pouzdanosti i vrijednosti. Osim toga, te informacije se nalaze u mnogo različitih oblika (na primjer, tekst, slikovni ili statistički prikazi, u elektronskoj ili štampanoj formi); često su dostupne preko onlajn repozitorijuma i portala, virtuelnih ili stvarnih biblioteka i zbirki dokumenata, u bazama podataka, arhivima, muzejima, i tako dalje. Najvažnije je, ipak, da se informacije nalaze u rasponu od 'vrlo dobrih' do 'vrlo loših'.

Prije nego što procijenimo vrijednost izvora informacija, važno je da razmislimo čemu te informacije služe. To će nam pomoći da izdvojimo pouzdani izvori informacija. Glavno pitanje će vjerovatno biti: Preko kog, ili kakvog izvora ćemo najpouzdanije doći do informacija za neku konkretnu situaciju? Koji će izvori vjerovatno biti poštene, objektivni, bez skrivenih motiva, sa očiglednom kontrolom kvaliteta?

Kao odgovor na ova pitanja nameću nam se informacije koje posjeduju mediji i drugi dobavljači informacija, kao što su biblioteke, muzeji, arhivi i Internet. Ti snabdjevači informacijama imaju više uloga, uključujući:

- informisanje
- obrazovanje
- podška nastavi i učenju
- pružanje pristupa svim vrstama informacija (često bez naknade, sa različitih stanovišta, pouzdano i bez ograničenja)
- uloga kapije ka informacijama
- promocija opštevažećih vrijednosti i građanskih prava, kao što su sloboda izražavanja i informisanja
- uloga kolektivne memorije društva
- prikupljanje informacija
- očuvanje kulturne baštine
- zabava

## — AKTIVNOSTI

- Pregledajte medije da pronađete izvore ili medijske tekstove koji predstavljaju primjere za nabrojane funkcije. Pronađite tekstove koji ilustruju te uloge u lokalnim, nacionalnim i međunarodnim razmjerama.
- Posjetite visokoškolske ili javne biblioteke da biste pronašli knjige ili druge dostupne izvore koji daju informacije o demokratiji, drugim djelovima svijeta, različitim kulturama, društvenom i ekonomskom životu drugih zemalja, i tako dalje. Obradite pitanja kao što su: Ko odlučuje o visini sredstava koja će se dodijeliti biblioteci? Ko odlučuje koje knjige će se uvrstiti u fondove biblioteka, a koje ne? Ko odlučuje koje su knjige važnije od drugih? Da li biblioteke služe svojoj svrsi? (Slična aktivnost može da se organizuje za muzeje ili arhive.)
- Važan zadatak medija je da pomognu i podrže razvoj i izgradnju jednog naroda. Razgovarajte kako neprimjerena ograničenja koja se ponekad nameću medijima njih sprečavaju da ispunjavaju ovu ulogu. Razmislite o medijskim sadržajima u svojoj zemlji. Koliko različitih

- gledišta uočavate u vezi s pitanjima razvoja, izgradnje države i nacionalnih interesa, i iz kojih perspektiva govore?
- Pretražite veb da biste našli priče koje se odnose na namjerno uništavanje biblioteka, muzeja ili arhiva, ili određenih knjiga, zbog rata, etničkih sukoba, i tako dalje. Kako možete provjeriti da li je neka priča tačna? S obzirom da je ovo prva jedinica, polaznici vjerovatno ne posjeduju odgovarajuće vještine da bi odgovorili na ovo pitanje, tako da se na njemu ne treba predugo zadržavati, već treba preći na sljedeća pitanja. Kako uništavanje medija, biblioteka, arhiva i drugih dobavljača informacija, njihovih resursa i usluga koje nude pogađa ljude, njihovu istoriju i kulturu? Koje su još posljedice takvih postupaka, prema vašim opažanjima?
  - Šta su informacije u javnom vlasništvu? Istražite kako se dvije institucije u vašoj zemlji odnose prema informacijama u javnom vlasništvu. Razgovarajte o tome u kojoj mjeri su informacije koje daju te dvije institucije (ne)zadovoljavajuće. Da li postoji državna politika o tome kako se informacije daju na uvid javnosti? Da li u vašoj zemlji postoje propisi o dostupnosti informacija? Da li se oni primjenjuju? Na šta građani imaju prava, u smislu Člana 19 Univerzalne deklaracije o ljudskim pravima?<sup>3</sup>
  - Na osnovu odgovora do kojih se došlo kroz prethodnu predloženu aktivnost, naznačite ishode u domenu informacione i medijske pismenosti (za šta treba da bude sposobna informaciono i medijski pismena osoba). Šta svaki od ovih termina znači?
  - Napravite spisak medija koji su prisutni u svakodnevnom životu učenika i nastavnika. Koje su glavne uloge i zadaci koje svaki od njih ostvaruje? Šta mislite da znači biti 'pismen' kad je riječ o korišćenju medija i drugih dobavljača informacija? Koja su znanja, vještine i stavovi neophodni za to?
  - Tokom jednog dana vodite dnevnik i bilježite svoje dnevne upotrebe i interakciju sa medijima i drugim dobavljačima informacija, kao što su javni i privatni Internet dobavljači. Kakve pravilnosti u korišćenju uočavate? Koliko sati provedete baveći se medijima i tehnologijom kao što je Internet, televizija ili radio? Kakvu ulogu ti mediji i dobavljači informacija imaju u vašem životu?
  - Obiđite svoju školu i susjedstvo. Popišite primjere medija i drugih dobavljača informacija koji su prisutni u tim prostorima. Koje od prethodno nabrojanih uloga ilustruju vaši primjeri?
  - Zamislite da se jednog dana probudite i da više nema medija, biblioteka, Interneta ni mobilnih telefona. Podijelite polaznike u manje grupe i analizirajte šta bi se dogodilo građanima:
  - Kako bi se informisali?
    - Kako bi prenosili vijesti, činjenice i događaje?
    - Šta bi se desilo sa odlukama koje uobičajeno donosite?
    - Šta bi – lično vama – nedostajalo u novoj situaciji?
    - Šta bi izgubilo društvo zbog ovakvog problema?
  - Napišite 'pismo uredniku', sa svojim zaključcima o vrijednosti medija i informacija u demokratskom društvu.

---

3 Svako ima pravo na slobodu mišljenja i izražavanja; to pravo uključuje slobodu da posjeduje sopstveno mišljenje, bez tuđeg uplitanja, i da traži, prima i šalje informacije i ideje posredstvom bilo kog medija i bez obzira na granice..

## VAŽNOST IMP ZA GRAĐANE

Medijska i informaciona pismenost (IMP) okuplja discipline koje su ranije bile odvojene i različite. IMP se bavi sticanjem uvida u važnost medija i drugih dobavljača informacija za ljude, da bi:

- a) donosili odluke na osnovu informacija
- b) učili o svijetu oko sebe
- c) gradili osjećanje društvenog zajedništva
- d) njegovali javnu riječ, i
- e) bavili se cjeloživotnim učenjem

Osim toga, IMP treba da podstakne građane da postanu aktivni stvaraoci informacija i inovatori medijskih i informacionih proizvoda, kao i kritički mislioci. IMP treba da ih navede da koriste nove i tradicionalne medije za samoizražavanje, kreativnost i veće demokratsko učešće u svojoj zemlji, kao i u globalnoj informacionoj mreži.

### — AKTIVNOSTI

- Razmotrite karakteristike IMP kako su predstavljene na Slici 1 u Nastavnom programu i okviru kompetencija (Dio 1). Razgovarajte o svakoj karakteristici. Zapišite kako razumijete svaku od njih. Mislite li da je data prestava potpuna? Šta mislite da bi još trebalo unijeti?
- Razmotrite sljedeće termine u vezi sa različitim pismenostima koje su povezane sa IMP i koje koriste različiti akteri širom svijeta:

64

- Medijska pismenost
- Bibliotečka pismenost
- Računarska pismenost
- Pismenost slobode izražavanja
- Internet pismenost
- Digitalna pismenost
- Žurnalistička pismenost
- Bioskopska pismenost
- Pismenost računarskih igara

Koristeći Internet ili biblioteku, istražite različite definicije svakog od ovih termina. Šta primjećujete u vezi sa međusobnim odnosima među pojedinačnim terminima ili zamislama IMP. U jednom pasusu dajte svoje obrazloženje načina na koji biste kombinovali informacionu pismenost i medijsku pismenost u IMP.

## 2. JEDINICA: IMP I GRAĐANSKO UČEŠĆE

▶ **TRAJANJE:** 2 sata

### GLAVNE TEME

- Funkcije medija i drugih dobavljača informacija, kao što su biblioteke, arhivi i Internet
- Šta građani treba da očekuju od medija i drugih dobavljača informacija, kao što su biblioteke, arhivi i Internet
- IMP i njena važnost za demokratiju i dobro upravljanje
- Sloboda izražavanja, uređivačka samostalnost medija, pluralitet i raznovrsnost u medijima i kod drugih dobavljača informacija

### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može:

- da razumije i objasni funkcije medija i drugih dobavljača informacija koje se odnose na pristup informacijama i znanju, samoizražavanje i učestvovanje u demokratskim procesima, i
- da identifikuje uslove koji su potrebni da bi mediji i drugi dobavljači informacija obavljali te funkcije

65

### PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

Novinarstvo i medijski izvori su važni u svakom društvu. Bez novinara i informativnih medija ne bi bilo 'prozora u svijet' – imali bismo malo načina da saznamo šta se događa u našoj sredini, ili u svijetu izvan granica neposrednog iskustva. Ima nekoliko važnih elemenata koje treba da poštuje novinarska praksa i koje građani očekuju da novinarstvo sadrži:

- Organizovanje znanja – uređivanje haotičnih informacija tako da budu organizovane i razumljive, i otkrivanje posebnih interesa iza zvaničnih stavova
- Istinitost – izvori informacija u medijima treba da budu jasno navedeni tako da građani mogu prosuditi njihovu relevantnost, pouzdanost i moguću pristrasnost; treba navesti bitna neodgovorena pitanja i očekivanje nastavka ako postoji neka kontradikcija
- Javni interes – u svom radu, novinari moraju uzeti učešća u javnim poslovima
- Nezavisnost – treba da bude jasno da građanska debata treba da se vodi izvan i iznad ličnih pristrasnosti; komentatori moraju ispitati 'obje strane novčića' (to jeste, predstaviti ideje s



kojima se slažu, kao i one s kojima se ne slažu), a novinari moraju pokazati da u svom radu samostalno razmišljaju

- Prostor za javnu kritiku i rješavanje problema – mediji treba da ponude više kanala za interakciju s javnošću (pisma, e-pošta, telefonski kontakt ili javni forum); građani takođe očekuju da im mediji daju prostor ili vrijeme tokom emitovanja da bi se omogućio razgovor sa sugrađanima na 'njihovom jeziku'; štaviše, oni očekuju da u novinskim izvještajima bude predstavljen širok spektar pogleda i vrijednosti
- Odgovornost – mediji treba da motre sve koji imaju društvenu moć, ne samo vlade, nego i važna javna i privatna tijela; pozivajući moćne na odgovornost, mediji utiču na javno mnjenje
- Srazmjerne i važne vijesti – građani imaju potrebu da blagovremeno saznaju o važnim temama i kretanjima; izvještaji ne treba da naglašavaju ili potcjenjuju pravu prirodu prijetnji i rizika
- Održavanje ravnoteže između privatnosti i prava da se zna – građani očekuju da medijski profesionalci održavaju ravnotežu između prava da se zna i prava na ličnu privatnost (upor. Fakson Banda / Fackson Banda /, UNESCO, 2009.)

---

## PRISTUP INFORMACIJAMA

Pristup informacijama je suštinski važan, podjednako za demokratiju i za razvoj. Građani imaju pravo na slobodu govora i pravo na pristup informacijama od javnog značaja. Te informacije su vlasništvo svih građana. Mediji i drugi dobavljači informacija, kao što su biblioteke, arhivi i Internet, treba da pomognu da se svakom građaninu obezbijedi pravo na slobodu informisanja.

Uloga medija i drugih dobavljača informacija mijenja se s brzim širenjem informacionih i komunikacionih tehnologija (IKT). IKT daje gotovo trenutni pristup znanju i informacijama. Dobavljači informacija, kao što su biblioteke, arhivi i Internet, u stanju su da ponude nove usluge i da postanu nešto više od skladišta izvora informacija ili snabdjevača informacijama. Te nove mogućnosti daju nove prilike za efikasno i djelotvorno zadovoljavanje potreba građana za cjeloživotnim učenjem, istraživanjem i raznodom, kao i za povezivanje društvenih zajednica.

Mediji i dobavljači informacija imaju više bitnih funkcija, među kojima su:

- Pružanje otvorenog pristupa izvorima informacija bez bilo kakvih rasnih, rodnih, profesionalnih ili vjerskih ograničenja; ova funkcija je posebno svojstvena javnim bibliotekama
- Zaštita privatnosti čitalaca i povjerljivost u vezi sa sadržajima koji se konsultuju onlajn na licu mjesta
- Pružanje pristupa raznovrsnim i raznolikim izvorima informacija odabranim na osnovu kriterijuma stručnosti, bez političke, vjerske ili moralne pristrasnosti
- Prikupljanje i čuvanje materijala za buduće generacije

## — AKTIVNOSTI

- Koristeći odgovarajuće bibliotečke i Internet izvore, istražite pet do deset novinskih priča iz prethodne godine, na domaće i međunarodne teme. Pronađite koja od nabrojanih očekivanja ispunjava svaka od njih. Koji su to ključni elementi u pričama koji ih čine dobrim primjerima? Za neku priču koja ne ispunjava očekivanja, predložite kakve promjene treba napraviti da bi se poboljšale.
- Napišite kratak sastav u kom ćete obrazložiti stav da čitaoci imaju obavezu da vijestima prilaze otvorenog uma, a ne samo sa željom da vijest potvrdi ono što već misle.
- Odaberite izvještavanje o nekoj lokalnoj temi ili priči i detaljno ga analizirajte. Biti informaciono i medijski pismen djelimično znači i poznavati navedene kriterijume i primijeniti ih na izvještavanja koja dobijamo o različitim temama. U kojoj mjeri su u lokalnom primjeru zadovoljena očekivanja građana? Kako je izvještavanje uticalo na lokalnu zajednicu? U čemu nijesu zadovoljena očekivanja građana, šta imaju na raspolaganju da riješe problem? Kakvu podršku građanima može da pruži informaciona i medijska pismenost?
- Da li se slažete da je dobro informisan građanin bolje osposobljen da odlučuje i učestvuje u demokratskom društvu? Zbog čega? Napišite uvodnik u kom ćete saopštiti svoje mišljenje.
- Tema za razgovor: Kako vaše društvo vidi i vrednuje ulogu informacija? Šta ljudi misle o odnosu između informacija i znanja, i između informacija i moći?

---

## SLOBODA IZRAŽAVANJA, UREĐIVAČKA SAMOSTALNOST, PLURALITET I RAZNOVRSNOST

67

Sloboda izražavanja i informisanja podupire informacionu i medijsku pismenost. Utoliko se izraz 'sloboda informisanja' koristi kad se govori o pristupu informacijama od javnog značaja. 'Informacije su ključ za naše razumijevanje svijeta, naše sposobnosti da pronademo svoje smisleno mjesto u njemu i naše moći da iskoristimo prednosti resursa koji su nam na raspolaganju. Ako su informacije koncentrisane u rukama manjine ili samo šačice pripadnika elite, sposobnost javnosti, kako da odlučuje, tako i da procjenjuje odluke, umnogome je smanjena. Etični i transparentni mediji garantuju transparentnost, odgovornost pred javnošću i vladavinu prava.' (UNESCO-v Komplet alatki za slobodu izražavanja) Nezavisni mediji crpu snagu iz odgovornog izvještavanja zajednicama kojima služe.

## — SLOBODA IZRAŽAVANJA I ŠTAMPA

Sloboda izražavanja je sloboda da se saopštavaju i razmjenjuju gledišta i mišljenja bez straha od prijetnji ili kaznenih postupaka. Sloboda izražavanja je osnovno ljudsko pravo. Pravo na slobodu izražavanja ne štiti samo slobodu govora, nego i svaki čin traženja, primanja ili dijeljenja informacija ili ideja, bez obzira na medijum koji se koristi. Sloboda štampe je neophodna potpora ovom pravu, jer omogućava da slobodno izražavanje bude javno i zajedničko, samim tim, i suštinski bitno za izgradnju i podršku društvenim zajednicama i građanskom društvu. Sloboda izražavanja obično podstiče pripadnike društvene zajednice da razviju iskren osjećaj pripadnosti, tako što dozvoljava običnim ljudima da se aktivno bave društvenim temama i da izražavaju različita mišljenja. Sloboda izražavanja je sastavni dio građanske odgovornosti i suštinski važna za kritičko razmišljanje. Ograničavanje slobode izražavanja dozvoljeno je samo

ako su ta ograničenja nužna da bi se zaštitile slobode drugih. Ograničenja, kao što su zakoni koji sprečavaju 'govor mržnje', treba precizno definisati da bi se izbjegle zloupotrebe.

### — MEDIJSKI PLURALIZAM

Pluralistički medijski prostor – onaj u kome se ukrštaju različiti medijski nosioci (štampa, emiteri, onlajn mediji), lokaliteti (nacionalni, regionalni i lokalni) i političke tačke gledišta – pomaže društvima da bolje promišljaju sama sebe. Tamo gdje je rad medija raspoređen u više ruku i mišljenja koja nijesu rasprostranjena mogu da pronađu javni prostor. Djelotvorna mješavina međunarodnih, nacionalnih i lokalnih medija daje ljudima sredstva da učestvuju u demokratskom procesu. Najšira moguća diseminacija informacija kroz raznovrsne i često suprotstavljene izvore doprinosi blagostanju naroda. Novine i emiteri različitih vlasnika najčešće kritikuju jedni drugima sadržaje koje objavljuju, a koncentrisanje medija pod jednim vlasništvom ne nudi uzajamnu kritiku i obično vodi ka medijima koji su samo paravan za reklamiranje ili zagovaranje nečega.

### — UREDNIČKA SAMOSTALNOST

Urednička samostalnost označava profesionalne slobode koje su date urednicima, da donose uređivačke odluke bez uplitanja vlasnika medija ili drugog državnog ili nedržavnog faktora. Urednička samostalnost se dokazuje, na primjer, kad medijska organizacija pokrene niz priloga koji će biti nepopularni kod vlasnika ili oglašivača.

### — AKTIVNOSTI

68

- Koristeći Internet i bibliotečke izvore, istražite vlasništvo i kontrolu nad današnjim najvećim medijskim kompanijama i državne monopole. Nabrojite njihova glavna vlasništva. Kako to može uticati na pristup, izbor i slobodu izražavanja? Istražite zakone koji su na snazi u vašoj zemlji ili zajednici, a koji regulišu vlasništvo i kontrolu nad medijima
- Procijenite ulogu alternativnih ili nezavisnih medija u vašoj sredini. Odaberite jedan primjer i opišite glavne elemente koji ih čine nezavisnim. Kako ta svojstva omogućavaju ljudima da učestvuju u demokratskom procesu? U čemu se razlikuju od najuticajnijih medija?
- Proučite rad organizacija koje promovišu slobodu izražavanja ili štite rad novinara, kao što je Član 19, Komitet za zaštitu novinara, Reporteri bez granica, regionalne ili nacionalne NVO. Osvrnite se na rad novinara koje podržavaju te organizacije i pronađite šta je to u njihovom djelovanju što zaslužuje pomoć
- Razmotrite kroz razgovor zašto vlade treba da poštuju pravo medija na uredničku samostalnost i, posebno, zašto treba da se uzdrže od pritisaka na određene medije zbog njihovih vijesti i tekućeg izvještavanja. U tom kontekstu, razgovarajte o sljedećoj izjavi Korason Akino, nekadašnje predsednice Filipina, koja je predvodila transformaciju te zemlje iz autoritarne vladavine u demokratiju

‘Koncepti slobode štampe i demokratije su tako blisko isprepletani da onaj ko vodi državu mora krajnje pažljivo pristupiti bilo kom pokušaju da se slobodi štampe nametnu čak i najviše opravdana zakonska ograničenja. Rizik je velik, ne samo za nečiji ugled demokratskog lidera, nego i za njegovu izvrsnost i opredijeljenost za demokratiju. Za onog ko je sklon totalitarizmu, iskušenje je ogromno, a uvijek će se naći ulizice koje će pomoći vođi da rastegne značenje demokratije tako da obuhvati mnoštvo despotskih grijehova.’

Proširite diskusiju na druge moguće uticaje na uredničku samostalnost i predložite kako da se ti neželjeni uticaji spriječe.

- Razgovarajte o tome šta se misli kad se kaže da su zakoni usko definisani.

### 3. JEDINICA: INTERAKCIJA S MEDIJIMA I DRUGIM DOBAVLJAČIMA INFORMACIJA, KAO ŠTO SU BIBLIOTEKE, ARHIVI I INTERNET

► TRAJANJE: 2 sata

69

#### GLAVNE TEME

- Kako mediji prenose značenje
- Pitanje predstavljanja: kako mediji i drugi dobavljači informacija predstavljaju informacije, ljude, kulture, slike, mjesta, i tako dalje
- Uloga korisnika, građana i publike
- Aktivan odnos prema medijima, kroz proizvodnju korisničkog sadržaja

#### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Razumije i predstavi najvažnije koncepte koje koriste mediji i drugi dobavljači informacija
- Razumije kako će poznavanje tih koncepta pomoći korisnicima/građanima da ostvare kritički međuodnos s medijima i drugim dobavljačima informacija

## PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

Glavni dio medijske pismenosti čini uvid u to kako mediji konstruišu različite vrste priča, kako uobličavaju informacije koje predstavljaju, i koje tehnike koriste da organizuju materijale koji bi inače bili haotični i teški za razumijevanje. Važno je posjedovati osnovno razumijevanje različitih medijskih tehnika i 'kodova' i znati kako da se oni protumače. Takođe je važno da se razmotri ko proizvodi i uređuje neki materijal i koliko su konzumenti medija i informacija aktivni, odnosno neaktivni – da li njihova percepcija utiče na način na koji se predstavljaju informacije.

U vezi sa IMP treba pažljivo obraditi glavne oblasti koje slijede da bi se razumjelo kako rade mediji i drugi dobavljači informacija, kako prenose značenja, kako se mogu koristiti, i kako se mogu procijeniti informacije koje nam oni predstavljaju. Na te oblasti se naslanjaju i kasniji moduli ovog Programa obuke za IMP:

---

### JEZICI MEDIJA I INFORMACIJA

- Kako proizvođači medijskih tekstova koriste razne tehnike ili načine predavljanja različitih vrsta informacija koje saopšavaju?
- Kako te načine korišćenja identifikuje i prihvata najšira publika?
- Koji kodovi i konvencije spadaju u 'glavne sastojke' ili gramatiku određenog medija?
- Proučavalac medija, Maršal McLuan, napisao je da je 'medijum poruka',<sup>4</sup> misleći da sâm medijum – štampa, emiter, Internet – utiče na naš način razumijevanja svijeta. Kako izbor medija utiče na vrstu informacija koje primamo? Kako to oblikuje određenu poruku koja se saopštava kroz medije?

70

---

### PREDSTAVLJANJE U MEDIJIMA I IZVORIMA INFORMACIJA

- Proučite medijske slike i predavljanja
- Analizirajte slikovni prikaz ili medijski tekst
- Analizirajte kontekst
- Ko je na dobitku, a ko na gubitku ako se prihvati neko medijsko predavljanje?
- Kako ta predavljanja utiču na način na koji vidimo sebe i druge?
- Kako utiču na naše znanje i razumijevanje svijeta izvan granica neposrednog iskustva?
- Kako utiču na naše stavove prema ravnopravnosti polova, snaženju žena, ljudima koji žive s invaliditetom, starosjedelačkim narodima i manjinskim etničkim grupama?
- Ispitajte u kojoj je mjeri uređivačka nezavisnost vidljiva u nekom medijskom tekstu

---

4 McLuhan & Fiore 1967. *The Medium is the Message: An Inventory of Effects*. Penguin Modern Classics.

---

## PROIZVODNJA KORISNIČKOG SADRŽAJA

- Ovde je bitna svijest o ljudskom doprinosu – ko kreira medijski ili informativni tekst, i zbog čega?
- Povezanost s pravom građana i profesionalaca na komuniciranje i izražavanje
- Povezanost sa slobodom izražavanja, aktivnim građanstvom, i sa informacionim i medijskom pismenošću
- Ovdje se razmatraju resursi (ljudski, finansijski, tehnološki, i drugi), i propisi

---

## PUBLIKA KAO GRAĐANI I KORISNICI/KONZUMENTI

- Ciljne i aktivne publike
- Aktivni građani i korisnici/konzumenti grade sopstvena značenja na osnovu onog što sami unose u tekst
- Publika ima očekivanja od medijske industrije polazeći od transparentnosti, odgovornosti i fer odnosa
- Korisnici/konzumenti imaju lične, ekonomske, društvene i kulturne potrebe za informacijama

---

## GRAĐANI KAO KORISNICI/KONZUMENTI USLUGA DOBAVLJAČA INFORMACIJA

- Kako dobavljači biraju izvore informacija i glavni kriterijumi izbora
- Kako dobavljači informacija, kao što su biblioteke, ostvaruju pretplatu ili kupuju izvore informacija kao što su knjige, periodika i baze podataka
- Kako se finansiraju dobavljači informacija, uključujući javne i privatne dobavljače Interneta
- Kako dobavljači informacija generišu prihod od informacionih usluga

71

---

## GLAVNA PITANJA

- Šta je svrha ovog medijskog teksta?
- Kako je on kreiran?
- Ko ga je kreirao?
- Kojoj publici je namijenjen? Kako njeni pripadnici to znaju?
- Šta je glavna poruka?
- Ko ima koristi, i šta dobija?
- Koje su moje informacione potrebe?
- Kako mogu da sagledam i definišem svoju informacionu potrebu?
- Da li informacija koja mi treba postoji u obliku u kom mi treba? Ako ne, šta mogu da preuzmem?
- Kako razumjeti, organizovati i procijeniti pronađenu informaciju?
- Kako da je predstavim u upotrebljivim formatima?
- Kako da sačuvam, pohranim i ponovo koristim, snimim i arhiviram informacije?

## — AKTIVNOSTI

- Izaberite medijski ili informativni tekst po svom izboru i primijenite na njega glavna pitanja koja su prethodno nabrojana. Šta ćete time naučiti o medijskoj produkciji i djelatnostima, o porukama koje šalju, kao i o namjeravanoj publici?
- Razmislite o nekoj ličnoj ili ekonomskoj aktivnosti koju biste započeli. Zabilježite je. Primijenite glavna pitanja koja su prethodno nabrojana, počevši sa 'koje su moje informacione potrebe?'
- Zapišite sve svoje aktivnosti tokom jednog dana, od trenutka kad se probudite, dok uveče ne odete na spavanje. Analizirajte ih u malim grupama: da li su vam za obavljanje tih aktivnosti potrebne informacije? Pored svake aktivnosti zapišite informacije koje su vam za nju potrebne. Na primjer, potrebno vam je da znate spoljnu temperaturu da biste se odgovarajuće obukli; treba vam da znate kakva je situacija sa saobraćajem da biste odabrali autobus/prevoz; treba vam da znate nešto o ekonomiji ako želite da tražite zajam. Razgovarajte: koliko su važne informacije u svakodnevnom životu? Koliko odluka biste teško donijeli bez informacija?
- Koristeći biblioteku ili Internet, analizirajte neke od najpoznatijih televizijskih ili radio programa, filmova ili reklama iz prethodne godine. Koje su glavna pitanja iz prethodnog spiska bila od presudnog značaja za njihov uspjeh? Navedite kako je jedna, ili više, tema sa spiska glavnih pitanja osvijetljena u ovom primjeru, odnosno primjerima.
- Objasnite zašto novinari treba da imaju pravo da ne otkrivaju svoje izvore informacija, nikom, osim svojim urednicima
- Razgovarajte na temu 'Novinarstvo kao zanimanje verifikacije'

---

## 4 JEDINICA: IMP, PODUČAVANJE I UČENJE

► **TRAJANJE:** 2 sata

### GLAVNE TEME

Osnovno razumijevanje IMP i procesa podučavanja i učenja

- Pedagoški pristupi za IMP
- Podučavanje o IMP i kroz IMP

## CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Identifikuje načine na koje IMP može poboljšati procese podučavanja i učenja
- Istražuje pedagoške postupke u vezi sa IMP
- Razvije posebne aktivnosti koje koriste te pedagoške postupke

## PEDAGOŠKI PRISTUPI I AKTIVNOSTI

Pedagoški pristupi u podučavanju IMP

### TEMATSKI PRISTUP/ISTRAŽIVANJE

Učenje kroz istraživačku obradu teme je pristup koji je usmjeren na učenika, pri čemu je težište istraživanja na temama koje su u vezi sa informacionim i medijskom pismenošću u savremenom društvu. On sadrži mnoga svojstva istraživačkog učenja, rješavanja problema i donošenja odluka, pri čemu oni koji uče stiču nova znanja i vještine kroz sljedeće stupnjeve istraživanja: identifikovanje teme; uočavanje temeljnih stavova i vjerovanja; osvjetljavanje činjenica i načela koja stoje iza teme; pronalaženje, organizovanje i analiza činjenica; tumačenje i razrješenje teme/pitanja; preduzimanje akcije i preispitivanje posljedica i ishoda svake faze. Ovaj metod odgovara nastavi IMP jer učenicima daje mogućnost da detaljno istraže temu. Primjeri učenja kroz istraživanje teme su: istraživanje rodnih i rasnih predstava kroz medijsku analizu; istraživanje odnosa privatnosti i medija kroz analizu primarnih i sekundarnih dokumenata; istraživanje sajber-nasilništva kroz etnografska istraživanja.

73

### PROBLEMSKO UČENJE

Problemsko učenje je sistem osmišljavanja nastavnih programa i podučavanja koji istovremeno razvija interdisciplinarnu bazu znanja i vještina učenika, kao i kritičko mišljenje i strategije rješavanja problema. Nastalo je na Medicinskom fakultetu Univerziteta MakMaster u Ontariju, u Kanadi. To je visokostrukturisan, saradnički način učenja koji podjednako poboljšava znanje pojedinca i kolektiva, angažujući studente u kritičkom i detaljnom ispitivanju problema stvarnog života. Studenti upravljaju ciljevima učenja, istraživačkim pitanjima i metodama, kao i ishodima učenja. Primjer problemskog učenja u IMP bilo bi osmišljavanje djelotvorne kampanje društvenog marketinga za određenu publiku.

### NAUČNO ISPITIVANJE

Naučno ispitivanje se odnosi na niz tehnika koje naučnici koriste da istražuju svijet prirode i predlažu objašnjenja na osnovu dokaza koje su pronašli. Proces ispitivanja se često predstavlja kao uprošćeni niz koraka koji se nazivaju istraživački ciklus, što obuhvata aktivnosti kao što su: obavljanje posmatranja; postavljanje pitanja; pronalaženje šta je već poznato o temi; planiranje istraživanja; preispitivanje prethodnog znanja u svijetlu eksperimentalnih nalaza; upotreba alata



za prikupljanje, analizu i tumačenje podataka; predlaganje tumačenja i saopštavanje rezultata. Ovaj metod se može ugraditi i u podučavanje IMP. Neki od primjera naučnog ispitivanja u IMP su ispitivanje uticaja nasilja koje se plasira kroz medije, ili istraživanje uloga onlajn zajednica.

---

## STUDIJA SLUČAJA

Metod studije slučaja podrazumijeva detaljno proučavanje pojedinačnog slučaja ili događaja. Porijeklo vodi sa Harvardske poslovne škole, gdje su studenti koristili događaje iz stvarnog života da istraže kako se teorijska znanja mogu primijeniti na stvarne slučajeve. Ovaj metod je pogodan za podučavanje IMP jer podrazumijeva da se učenici svakodnevno izlažu raznovrsnim oblicima medijskih poruka. To zahtijeva sistematičan pristup posmatranju događaja, prikupljanju podataka, analizi informacija i izvještavanju o nalazima, što za uzvrat pomaže njihovo istraživačko učenje. Ako primjenjuju ovaj metod, učenici mogu da ostvare dublje i sveobuhvatnije razumijevanje razloga zbog kojih su se događaji ili slučajevi odigrali baš tako kako su se odigrali. Studija slučaja je takođe pogodna za uopštavanja i provjeru hipoteza. Na primjer, učenici mogu da izvedu studiju slučaja marketinga za novi viokobudžetni film, ili za neki drugi istaknuti medijski proizvod.

---

## SARADNIČKO UČENJE

Saradničko učenje se odnosi na pedagoški pristup koji okuplja učenike da bi zajedno radili na ostvarenju zajedničkih ciljeva. Ono obuhvata sve, od jednostavnog rada u paru, do složenijih načina, kakvi su projektno učenje, 'slagalice', moderisano vršnjačko propitivanje i uzajamno podučavanje. Cilj svih ovih oblika učenja je da se postignu sljedeći nastavni rezultati: razvoj pojmovnog razumijevanja i misaonih procesa višeg reda, bolje vještine međuljudske komunikacije, bolji odnos prema školi i prema sebi, kao i da se otkrije kako da svi učenici savladaju osnovne vještine, bez obzira na pojedinačne razlike u postignutom opštem uspjehu u školi. Ovaj metod je pogodan za podučavanje i učenje medijskog obrazovanja jer od učenika traži da dijele ideje s drugima i da uče jedni od drugih. Primjer ovog postupka u IMP bio bi saradnički rad u nekom viki prostoru.

---

## ANALIZA TEKSTA

Učenici uče da izvedu analizu teksta tako što će uočiti kodove i konvencije različitih medijskih žanrova. Kroz ovu vrstu semiotičke analize mogu se bolje razumjeti glavni koncepti. Na primjer, učenici uče kako se jezički kodovi i konvencije koriste za stvaranje određenog tipa predstavljanja koje će naići na odziv kod određene vrste publike. Uče kako da identifikuju 'tehničke', 'simboličke' i 'narrativne' kodove u bilo kom medijskom tekstu. Kad god je moguće, ovakvu analizu teksta treba sprovoditi u smislenom kontekstu, a ne izvoditi akademske vježbe koje su same sebi cilj.

Na primjer: Tražite od učenika da izaberu neki medijski tekst koji im je zanimljiv. To može biti novinski članak, video snimak s JuTjuba, ili video isječak iz nekog onlajn izvora. Učenike treba podijeliti na grupe i usmjeravati ih dok analiziraju publiku, svrhu, autora, tehnička/tekstualna svojstva, i šire okolnosti (kontekst).

---

## ANALIZA KONTEKSTA

Učenicima treba pokazati kako da obave osnovnu analizu konteksta i da posebno obrate pažnju na glavne koncepte koji se tiču medija i drugih snabdjevača informacijama, ali i u svijetlu raznih teorijskih pristupa IMP. Neki primjeri analize konteksta i pedagoških postupaka u ovoj oblasti su: pomaganje učenicima da nauče klasifikacione sisteme u oblasti filma, televizije i video igara koji se koriste u njihovoj zemlji, ili u kakvom su odnosu vlasništvo nad medijima i koncentracija tog vlasništva sa pitanjima demokratije i slobode govora.

---

## PREVOĐENJA

Kroz ovaj pristup, učenici uzimaju informacije predstavljene u jednom medijumu, i 'prevode' ih u drugi. Na primjer:

- novinski članak koji su napisali o nekom incidentu na univerzitetu pretvore u radijsku novinsku priču koja se emituje kao podcast
- pogledaju kratak isječak filma za djecu i onda u malim grupama naprave storibord koji odgovara pogledanoj sceni, navedu kadrove, uglove snimanja i prelaze koji su upotrijebljeni
- uzmu neku bajku i pretvore je u storibord za snimanje
- prikupe razne postojeće vizuelne materijale o životu neke osobe i upotrijebe ih kao polazište za planiranje i pravljenje kratkog dokumentarnog filma o njoj

75

---

## SIMULACIJE

Simulacija je često korišćen pristup u lekcijama o filmu i medijima. Kao što je pomenuto, instruktori koriste simulacije da pokažu učenicima kako 'izgleda' učenje o medijima. To znači da instruktor preuzima ulogu nastavnika u učionici, a nastavnici uloge učenika, makar za obavljanje ovih aktivnosti. Pedagoški postupak se sastoji u tome što se o tom pristupu onda razgovara sa 'učenicima'.

Simulacija se može koristiti na sljedeće načine:

- Učenici uzimaju ulogu producenškog tima koji pravi dokumentarni film za omladinski televizijski program
- Učenici uzimaju ulogu radio ili Internet novinara koji istražuje nastavu medija, i koji treba da intervjuše nastavnika medijske pismenosti i da svoj intervju uredi za podcast emitovanje
- Učenici uzimaju ulogu univezitetskog marketinškog tima koji pravi kratak video kroz koji se potencijalnim studentima predstavlja život na univerzitetu

---

## PROIZVOĐENJE

Ovaj postupak traži praktično učenje, što je važan vid sticanja znanja u 21. vijeku. Polaznike obuke treba podsticati da se upuste u učenje na dubljem i smislenijem nivou. Proizvodnja medijskih i informacionih sadržaja pruža im mogućnost da se upuste u učenje kroz istraživanje i postupke.

Dok proizvode medijske tekstove (na primjer, zvučne, vizuelne ili štampane), mogu da istražuju svoju kreativnost i da se izraze sopstvenim glasom, zamisliva i tačkama gledišta.

Neki primjeri: polaznici koriste programe kao što su iMovie ili Moviemaker (ili sličan besplatan, ili softver otvorenog koda) da bi napravili jednodominutnu digitalnu priču o nekoj temi iz oblasti životne sredine ili o nekoj drugoj zanimljivoj temi.

### — AKTIVNOSTI

- Tražite od polaznika da uoče i opišu neki od deset prethodno nabrojanih pedagoških pristupa za podučavanje IMP koji im je poznat i da izdvoje glavne komponente zbog kojih su efikasni u podučavanju i učenju IMP
- Kroz grupni rad, usmjeravajte polaznike da razviju aktivnosti kojima će ilustrovati te postupke u sopstvenom radu

## IZVORI ZA OVAJ MODUL

- Civic Education for Media Professionals: A Training Manual, <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001804/180402e.pdf> (Preuzeto 20.8.2015.)
- Understanding Informational Literacy: A Primjer, <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf> (Preuzeto 20.8.2015.)
- Big6, [www.big6.com](http://www.big6.com) (Preuzeto 20.8.2015.)
- Media Development Indicators: A framework for assessing media development, <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102e.pdf> (Preuzeto 20.8.2015.)
- Committee of Concerned Journalists, [www.concernedjournalists.org/tools/principles/rights](http://www.concernedjournalists.org/tools/principles/rights) (Preuzeto 20.8.2015.)
- Journalism.org, <http://www.journalism.org/resources/principles> (Preuzeto 20.8.2015.)
- Media Education: A Kit for Teachers, Students, Parents and Professionals, <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001492/149278e.pdf> (Preuzeto 20.8.2015.)
- Towards Information Literacy Indicators: Conceptual Framework Paper, [www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/InfoLit.pdf](http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/InfoLit.pdf) (Preuzeto 20.8.2015.)



## MODUL 2: RAZUMIJEVANJE VIJESTI, MEDIJA I ETIKE INFORMISANJA

‘Glavna svrha novinarstva je da govori istinu tako da ljudi imaju informacije pomoću kojih će biti suvereni’

Džek Fuller (Jack Fuller), u *Novinsko izvještavanje i pisanje*

77

---

### OKOLNOSTI I OBRAZLOŽENJE

S dolaskom novih informacionih i komunikacionih tehnologija, domet i uticaj tradicionalnih medija (radio, televizija i novine) je višestruko uvećan, a informacije i vijesti su postale dostupnije nego ikad prije. U epohi informacija, novinari, informacioni profesionalci i informativni mediji imaju središnju ulogu u omogućavanju pristupa informacijama koje leže izvan dometa našeg neposrednog iskustva, i u olakšavanju građanskog učešća u dobroj upravi i otvorenim, demokratskim i stabilnim društvima.

Ovaj modul će istražiti ulogu i funkcije informativnih medija (novih i tradicionalnih), i drugih snabdjevača informacijama u našim ličnim životima i u demokratskim društvima. Neke od njih su: povećanje demokratskih sloboda i info-etika, izgradnja građanske odgovornosti i građanstva, zahtijevanje i povećanje transparentnosti i odgovornosti. Takođe, u njemu će biti opisano kako se mijenjala uloga informativnih medija, od pukog ogledala društva, do vratara na kapiji ka informacijama, onih koji motre i vode računa o ravnoteži društvene moći, onih koji omogućavaju javnu debatu i olakšavaju građansko učešće.

Ovaj modul treba da osposobi nastavnike da prouče teme kao što su sloboda informisanja i sloboda izražavanja, kao i važnost tačnosti, odgovornosti i transparentnosti u novinskom izvještavanju.

Zahvaljujući novim tehnologijama, takođe smo svjedoci sve veće količine korisničkih sadržaja, kao što su izvještaji građana-očevidaca. Ova pojava, s jedne strane, veoma povećava raznolikost glasova i tačaka posmatranja, ali, s druge, pojačava potrebu da se mnogi dostupni izvori novosti i informacija kritički ocjenjuju. Nastavnici koji postanu informaciono i medijski pismeni moći će da upražnjavaju svoju građansku dužnost: da zahtijevaju pošteno i tačno novinsko izvještavanje, te da se zalažu za slobodne, nezavisne i pluralističke medije, a ne samo da analiziraju i vrednuju informacije i vijesti koje svakodnevno primaju.

## JEDINICE

1. Žurnalizam i društvo
2. Sloboda, etika i odgovornost
3. Šta čini vijest: proučavanje kriterijuma
4. Proces pravljenja vijesti: preko granica 5 pitanja (ko, šta, kako, kda, zašto)

## 1. JEDINICA: ŽURNALIZAM I DRUŠTVO

▶ **TRAJANJE:** 2 sata

### GLAVNE TEME

- Evolucija shvatanja i prakse 'slobodnog govora' i 'slobodne štampe'
- Svrha žurnalizma u društvu i njegova uloga u demokratskoj građevini (na primjer, sloboda, građanska odgovornost, transparentnosti i odgovornost)
- Uloga i odgovornosti novinara u 21. vijeku u nacionalnom i globalnom javnom prostoru (na primjer, ogledalo, vratar, onaj ko motri, ko omogućava, ko olakšava)
- Novinarstvo od javnog interesa, urednička samostalnost nasuprot vlasničkim uticajima
- Uloga informacione etike

## CILJEVI UČENJA

Po završetku ovog modula, očekuje se da nastavnik može da:

- prati evoluciju shvatanja i prakse 'slobodnog govora' i 'slobodne štampe'
- opiše u glavnim crtama svrhu novinarstva i njegovu ulogu u jačanju demokratije i dobre uprave, ili težnji ka tome, i da
- vrednuje preobraženu ulogu i odgovornosti novinara i informacionih profesionalaca, kako u nacionalnom, tako i u globalnom prostoru, i u svijetlu javnog interesa

## PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

“Civilizacija je proizvela jednu ideju koja je moćnija od drugih – da ljudi mogu sami da upravljaju sobom. To je stvorilo jednu prilično neuobičajenu teoriju informacija koja treba da podrži tu ideju, pod nazivom novinarstvo. Ta dva se uspinju i padaju zajedno.”

Bil Kovač (Bill Kovach) i Tom Rozenstil (Tom Rosenstiel), *Elementi novinarstva*

Sloboda izražavanja – ponekad poznata i kao slobodan govor – dugo se smatrala osnovnim pravom, od suštinske važnosti za ostvarivanje naših punih ljudskih potencijala, osnovom drugih prava i sloboda i osloncem društvenog i ekonomskog razvoja. Ali, da bi bila djelotvorna, slobodi izražavanja trebaju javne platforme koje dozvoljavaju razmjenu informacija i ideja. Uloga medija je važna za obezbjeđivanje takvih platformi. Ipak, da bi ispunjavali tu ulogu, mediji moraju biti nezavisni od državne ili vladine kontrole. Sloboda od regulisanja spolja zauzvrat postavlja novinarima obavezu da postupaju etično, i otuda razvoj strukovnih etičkih kodeksa koji obrađuju standarde novinarstva.

U razmatranju ovih tema, organizator obuke može da odabere neku od sljedećih:

### — AKTIVNOSTI

- Polaznici dobiju zadatak da istraže i izvijeste o evoluciji 'slobode govora' i 'slobode štampe' u svojoj zemlji. Izvještaj će sadržati vizualizovanu vremensku traku s ključnim momentima, kao što su:
  - Istorijski pomaci u razvoju teorije i prakse 'slobode govora' i 'slobode štampe'
  - Novinari i/ili medijske agencije koji su dali naročiti doprinos slobodi štampe i demokratiji
  - Događaji u demokratskim pokretima kad je medijsko i novinsko izvještavanje imalo zapaženu ulogu
- Ako je izvodljivo, organizator obuke zadužuje nastavnike da intervjuišu novinare na temu njihovih pogleda na ulogu novinarstva u unapređivanju ili traganju za demokratijom. Od njih treba tražiti da navedu posebne događaje kad je medijsko izvještavanje imalo presudnu ulogu u nacionalnom ili međunarodnom prostoru, kao i kada je usklađivalo potencijalne

napetosti između vlasničkog i javnog interesa. Koristeći intervju, polaznici zatim treba da napišu razmatranje na dvije stranice i da ukažu na specifične funkcije medija, načine na koje rade, i glavna pitanja kojima se bave

## PREPORUKE ZA OCJENJIVANJE

- Esej/razmatranje o rezultatima čitanja i/li intervjuisanja
- Esej ili blog o temama u vezi sa medijima i demokratijom
- Učestvovanje u aktivnostima grupnog učenja (na primjer, radionice, odjeljenske diskusije i tako dalje)

## TEME ZA DALJE RAZMATRANJE

- Studije slučajeva kontrolisane štampe
- Propaganda nasuprot novinarstvu

## 2. JEDNICA: SLOBODA, ETIKA I ODGOVORNOST

▶ **TRAJANJE:** 2 sata

### GLAVNE TEME

- Sloboda štampe, sloboda izražavanja, sloboda informisanja i info-etika
- Etički kodeksi, kodeksi struke i opštevažeće vrijednosti u redakciji: smjernice za novinare i informacione profesionalce
- Novinarska etika u prikupljanju i obradi vijesti (etički komiteti, ombudsman, nezavisni novinski savjeti/komisije za žalbe)
- Zagovornici slobode štampe i posmatrači medija
- Prava i obaveze građana: povezivanje novinara i građanina
- Građansko izvještavanje i korisnički sadržaji

## CILJEVI UČENJA

Po završetku ovog modula, očekuje se da nastavnik može da:

- predstavi univerzalna načela slobode štampe, slobode izražavanja i slobode informisanja i njihove implikacije na novinsko izvještavanje
- analizira kako se etika primjenjuje na rad novinara i informacionih profesionalaca, na ličnom, profesionalnom i globalnom nivou
- uvažava ulogu zagovornika slobode štampe i posmatrača medija koji se angažuju oko slobode i odgovornosti štampe, i na njihovoj zaštiti
- objasni odgovarajuća prava i odgovornosti građana, što je dio posla novinara i informacionih profesionalaca; i da
- razumije i analizira građansko izvještavanje i promijenjenu ulogu građana ili neprofesionalnih novinara, kao aktivnih učesnika u stvaranju medijskih sadržaja i u demokratnom procesu javne debate

## PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

### ‘Najzad, novinarstvo je karakterni čin.’

Bil Kovač i Tom Rozenstil, *Elementi novinarstva*

Ako država nastoji da reguliše medije, ona će se miješati u samostalnost novinara i njihovu sposobnost da prate događaje onako kako misle da je najbolje. Ali, medijski i društveni činoci mogu da steknu i veliku društvenu moć. Ustaljeno je mišljenje da novinari treba da regulišu sami sebe – da bi zaštitili svoje slobode od spoljne regulacije i kontrole – tako što će usvojiti kodekse etičnog ponašanja ili donijeti strukovne smjernice o tome kako treba izvještavati o pričama ili događajima.

## PRIMJENA – NOVINARSKI ETIČKI KODEKS

- Proučite etički kodeks koji su usvojili novinari (na primjer, etički kodeks koji je donijela Međunarodna novinarska federacija, ili profesionalni standardi kompanije BBC). Procijenite namjeru sastavljača i svrhu svakog elementa datog kodeksa
  - Razgovarajte zašto treba sastaviti etički kodeks i zašto s njim treba da se saglase svi pripadnici profesije, a ne da im ga nametne neko spoljno tijelo ili organ vlasti
  - Razgovarajte o mehanizmima



## PRIMJENA – STRUKOVNI ETIČKI KODEKS ZA INFORMACIONE PROFESIONALCE

- Proučite neki etički kodeks koji su usvojili informacioni profesionalci, kao što su bibliotekari ili arhivisti, uključujući glavna načela i vrijednosti (na primjer, skup etičkih kodeksa koje je donio Međunarodni savjet arhiva, ili nacionalne strukovne etičke kodekse bibliotekara, kao što je kodeks Američkog udruženja bibliotekara)
  - Razgovarajte o temama iz oblasti informacione etike, kao što su vlasništvo, pristup, bezbjednost i zajednica
  - Razgovarajte kako informaciona etika utiče na lične odluke, profesionalnu praksu i javnu politiku
  - Razgovarajte kako stalne promjene formata informacija i izmijenjene potrebe utiču na etička načela i kako se tu primjenjuju etički kodeksi (na primjer, digitalno očuvanje, privatnost i pristup informacijama u javnom vlasništvu)

### — AKTIVNOSTI

- Od polaznika se traži da pogledaju aktuelno izdanje organizacije Kuća slobode, Indeks slobode štampe (([www.freedomhouse.org](http://www.freedomhouse.org), preuzeto 20.8.2015.), ili Svjetski indeks slobode štampe koji održava organizacija Reporteri bez granica\* , ili odgovarajuće regionalno mjerilo, kao što je medijski Afrobarometar i da odrede plasman svoje zemlje u njemu. Polaznik će: (1) obrazložiti da li se slaže s plasmanom, i (2) uočiti i objasniti činioce ili promjenljive koje utiču na plasman slobode štampe njegove/njene zemlje. Kriterijumi koje sadrže ti indikatori su
  - Stepenn slobode štampanih, emitterskih ili onlajn medija (na primjer, Internet)
  - Medijsko zakonodavstvo
  - Politički pritisci koji utiču na izvještavanje
  - Ekonomski činioci koji utiču na pristup informacijama
  - Koncentracija vlasništva nad medijima
  - Direktni napadi na novinare i medije
  - Postojanje državnog monopola u medijima
  - Postojanje cenzure i samocenzure u medijima
  - Problemi stranih izvještača
- Ima mnogo organizacija u svijetu koje sprovode kampanje za odbranu novinara. Neke su međunarodne, kao što je Međunarodna podrška medijima u Danskoj, Član 19 u Londonu i Komitet za zaštitu novinara u Njujorku . Razmorate da li u vašoj zemlji ima aktivnih organizacija za slobodu štampe i kako one doprinose zaštiti slobode štampe i slobode izražavanja.
- Voditelj obuke će prikazati primjere izvještavanja u kojima se očituju predrasude, uključujući iznošenje stereotipa, mitologizaciju, opscenost i grafičke prikaze. Polaznike treba voditi kroz razgovor o važnosti standarda i opštih smjernica za novinare, a oni treba da naprave izvještaj o temama koje su prikazane u jednom video prilogu.

- Voditelj obuke intervjuiše ombudsmana ili predstavnika organizacije za praćenje medija (ili druge slične organizacije) u vezi sa uobičajenim kritikama ili žalbama na navodne profesionalne ili etičke propuste novinara i/ili novinskih organizacija.
- Voditelj daje pregled etičkih kodeksa i istražuje da li su sporna pitanja iz intervjuja odgovarajuće obrađena u postojećim kodeksima struke. Polaznici obuke pozivaju lokalne medijske kuće da bi provjerili da li imaju kodekse za svoje novinare. Oni mogu istraživati i dalje o tome kako se podstiče ili uvodi primjena tih kodeksa.
- Voditelj obuke pravi popis izvještaja građana o nekom događaju ili temi koji su dobili zapažen prostor u najuticajnijim medijima. On/Ona provjerava da li ima činjeničnih grešaka ili pristrasnosti u izvještavanju.
- Polaznici imaju zadatak da vode dnevnik ili bilješke gdje će (svakodnevno) zapisivati šta su primijetili u vezi s datom temom (na primjer, povrede slobode štampe/izražavanja/informisanja, i/ili primjere neetičnog postupanja novinara). Na kraju kursa se od tih bilješki pravi rezime ili sinteza..

## PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Medijski dnevnik
- Istraživački radovi, na primjer, rangiranje slobode štampe, kodeksi struke, građansko izvještavanje
- Eseji o intervjuima, odgledanom televizijskom/filmskom materijalu
- Učestvovanje u aktivnostima grupnog učenja, na primjer, radionice, odjeljske diskusije

83

## TEME ZA DALJE RAZMATRANJE

- Pravo javnosti da zna i načela slobode informisanja: Član 19
- Sloboda informisanja/izražavanja; međunarodni dogovori, konvencije, deklaracije i povelje i nacionalno zakonodavstvo (ustavne odredbe; zakon o kleveti, nacionalna bezbjednost)
- Zakoni o pravu pristupa informacijama i odgovarajuće procedure, kao i deklaracije, povelje i preporuke
- Karakteristike dobrih zakona i prakse u oblasti slobode informisanja
- Samoregulisanje i ombudsman
- Prava novinskih izvještača

## 3. JEDINICA : ŠTA ČINI VIJEST – ANALIZA KRITERIJUMA

▶ TRAJANJE: 3 SATA

### GLAVNE TEME

- Kriterijumi za procjenu vrijednosti i vjerodostojnosti vijesti
- Razmatranja o formiranju sudova o vijestima ili o uobličavanju vijesti

### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- objasni kriterijume koji se koriste za procjenjivanje vrijednosti vijesti ili vjerodostojnosti događaja, osoba ili ideja, i da
- kritički razmatra osnovna načela za formiranje novinskih sudova ili oblikovanje vijesti

84

### PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

‘Teorija novinarstva koju smo naslijedili ... formira osnovu novinarstva novog vijeka, novinarstva koje stvara smisao, zasnovanog na sintezi, verifikaciji i odlučnoj nezavisnosti.’

Bil Kovač i Tom Rozenstil, *Elementi novinarstva*

Novinari moraju pronaći smisao u ogromnoj količini informacija i razmotriti kako da ih organizuju tako da se istaknu najvažnije teme, da bi publika sa vrlo različitim nivoima razumijevanja mogla da shvati događaje o kojima je riječ. Odluke koje treba donijeti odnose se na izbor priča za koje se procijeni da su važne (vjerodostojne) i na način predavljanja tih informacija. Neizbježno je da forma predavljanja (ponekad poznata pod nazivom ‘uokvirivanje’) odražava iskustvo i perspektivu samih novinara. Važno je da publika shvati ova uokvirivanja i da o njima razmišlja kritički.

---

## ANALIZA TEKSTA

- Voditelj obuke analizira informativnost svake priče s naslovnih strana glavnih dnevnih novina (ili njihovih onlajn izdanja), na osnovu kriterijuma za procjenu vrijednosti novosti u nekoj priči. To su obično sljedeći činioci:

- Blagovremenost
- Uticaj i značaj
- Istaknutost
- Bliskost uvida
- Sukob
- Neobičnost/ljudsko interesovanje
- Opšta poznatost
- Neophodnost

On/Ona zatim analizira priče u svijetlu činilaca koji su bitni za stvaranje novinskih sudova ili za oblikovanje vijesti. To su:

- Istinitost: tačnost (ispravno prikupljanje činjenica) i smislenost (davanje smisla tim činjenicama)
- Opredjeljenje za javni interes
- Informisanje, a ne manipulisanje publikom
- Potpunost/sveobuhvatnost
- Raznolikost (uključivanje vijesti iz svih zajednica, ne samo onih koje dolaze od ciljne publike)

Takođe treba obratiti pažnju na prostorni raspored članaka, naslova i na veličinu slova, kao i na fotografije i legende koje idu uz njih.

85

---

## ANALIZA KONTEKSTA

- Voditelj obuke analizira o čemu izvještavaju CNN i Al Džazira (ili druge medijske organizacije po izboru, ili od značaja) na određenu temu, određenog dana. Poredi i kontrastira uglove posmatranja (to jeste, prodavanje određene tačke gledišta ili perspektive) i tretman (to jeste, koje se informacije nude, koji izvori se navode, koji intervjui, kakva je vizuelna pratnja novinskih priča) u dva izabrana izvještavanja.

---

## ANALIZA VIJESTI I SAMOPROCJENA

- Polaznici dobijaju dva različite novinska zapisa o istoj temi i treba da objasne koji zapis je jači ili informativniji i kako se drugi zapis može poboljšati. (U odjeljku Analiza teksta pogledajte koje kriterijume treba primijeniti)

## PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Analitički sastav zasnovan na analizi teksta/analizi konteksta/analizi vijesti
- Učestvovanje u aktivnostima grupnog učenja, na primjer u radionicama, odjeljenskim diskusijama

## TEME ZA DALJE RAZMATRANJE

- Informativno okruženje (društveno-kulturni, politički i ekonomski uticaji na vijesti)
- Posljedice informativnog okruženja na novinske vrijednosti i uređivačke procese
- Globalni tok informacija i oblikovanje vijesti
- Svjetske medijske kuće (CNN, Al Jazeera, BBC, Fox News)

## 4. JEDINICA: PROCES RAZVIJANJA VIJESTI: PREKO GRANICE 5 PITANJA (KO, ŠTA, KAKO, KADA, ZAŠTO)

► **TRAJANJE:** 3 sata

86

## GLAVNE TEME

- Uočavanje vijesti i prepoznavanje onog što se može razviti u priču (proces razvijanja vijesti)
- Disciplina provjeravanja tačnosti kao suština novinarstva

## CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- objasni proces razvijanja novinske priče, od zamisli priče, preko prikupljanja podataka, do pisanja vijesti
- razumije osnovna načela discipline provjeravanja tačnosti, nasuprot novinarstvu zasnovanom na proizvoljnim tvrdnjama, i kako se ta načela primjenjuju u procesu razvijanja vijesti
- analizira kako se u novinskom izvještavanju mogu primijeniti tehnike provjeravanja da bi ono ispunilo novinarske standarde istinitosti i tačnosti
- razumije i umije da predstavi odnos između novinara, novinskih izvora, starijih urednika i vlasnika medija

## PEDAGOŠKI POSTUPCI i AKTIVNOSTI

‘Dnevne vijesti, kad stignu u uredništvo novina, jesu jedna nevjerovatna mješavina činjenica, propagande, glasina, sumnji, tragova, nada i strahova, a biranje i uvođenje reda u te vijesti je jedna od istinski svetih i sveštenečkih službi u demokratiji.’

Volter Lipman, *Novinsko izvještavanje i pisanje*

### STUDIJSKA POSJETA MEDIJSKOJ KUĆI

Može se organizovati terenski odlazak u redakciju nekog medija, na razgovor s glavnim urednikom ili nekim od starijih urednika i, radi neposrednog uvida u proces pravljenja vijesti, u samoj redakciji i iz perspektive urednika. Učesnici treba da napišu jedan analitički sastav o onom što su tokom posjete vidjeli i naučili.

### ISTRAŽIVANJE PROCESA (JEDAN DAN U ŽIVOTU NOVINSKOG IZVJEŠTAČA)

Osoba na obuci prati novinskog izvještača dok pokriva svoju udarnu vijest i dokumentuje sljedeće: (a) koje elemente je izvještač uočio i predstavio, u poređenju sa onim što se dogodilo na terenu (ili, proces prosijavanja prikupljenih podataka); i (b) kako i zašto je ispričao priču (dao značenje svojim podacima) tako, kako ju je ispričao.

87

### ANALIZA TEKSTA

- Voditelj obuke analizira novinske izvještaje o glavnoj temi ili događaju i ispituje pružene informacije. On/a objašnjava zadatak, s obzirom na činioce i procese u vezi sa ‘uočavanjem vijesti i prepoznavanjem materijala za priču’:
  - Elementi vijesti ( Ko? Šta? Kada? Gdje? Zašto? i Kako?) i njihovo redefinisane: vijest čine podaci sa značenjem (‘ko’ je ličnost, ‘šta’ je zaplet, ‘gdje’ je scena događanja, ‘zašto’ je motivacija ili uzročnost, ‘kako’ je narativ)
  - Novinarstvo kao ‘svrhovito pričanje priča’: pronalaženje informacija koje su ljudima potrebne da bi živjeli svoje živote, te davanje smisla, važnosti i interesantnosti tim informacijama

Voditelj obuke će provjeriti tačnost na osnovu glavnih načela provjeravanja: nemoj dodavati; nemoj dovoditi publiku u zabludu, budi transparentan u vezi s motivima i metodama koliko je to moguće; oslanjaj se na sopstveno izvještavanje; budi skroman.

Voditelj obuke će takođe primijeniti bar jednu tehniku provjere tačnosti; skeptično uređivanje, podsjetnik za tačnost, metod provjere pretpostavki, pravila koja se primjenjuju na anonimne izvore, i tako dalje (Vidjeti: Kovach and Rosentiel, *The Elements of Journalism*)

## PRODUKCIJA

- Obučena osoba ili voditelj obuke uspostavljaju saradnju sa urednikom školskog glasila (ili školske radio stanice) da dopusti polaznicima obuke da naprave plan izdanja za sljedeći broj glasila/emisiju. Plan izdanja obuhvata popis članaka ili priča koje će se napisati ili producirati, kao i razloge za njihov izbor, tematski obuhvat i mogući ugao ili tretman svake priče

## MEDIJSKI DNEVNIK

- Od nastavnika se traži da vode dnevnik ili knjigu zapisa u koju će svakodnevno unositi primjedbe o izabranoj temi (na primjer, vrijednost vijesti, novinski sudovi, kriterijumi vrednovanja tačnosti, građansko izvještavanje). Te primjedbe će se na kraju kursa iskoristiti za pravljenje rezimea i sinteze.

## PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Medijski dnevnik
- Produkcija
- Izvještaji o studijskoj posjeti, stepenu ličnog angažmana, analizi teksta
- Učešće u aktivnostima grupnog učenja, na primjer u radionicama, odjeljenskim diskusijama

## TEME ZA DALJE RAZMATRANJE

- Novinski izvori i tehnike prikupljanja vijesti (uključujući tehnike gdje se koriste IKT)
- Ukus i doličnost u novinskom izvještavanju

## IZVORI ZA OVAJ MODUL

- Joseph, Ammu. (2005): Media Matters Citizens Care. Retrieved on 17 May 2011 from [http://portal.unesco.org/ci/en/files/19137/11164945435advocacy\\_brochure.pdf/advocacy\\_brochure.pdf](http://portal.unesco.org/ci/en/files/19137/11164945435advocacy_brochure.pdf/advocacy_brochure.pdf) (Preuzeto 16. 7. 2015.)
- Article 19. (1999, June). Right to Know: Principles on Freedom of Information Legislation. International Standards Series. Retrieved 27 May 2009 from [www.article19.org/pdfs/standards/righttoknow.pdf](http://www.article19.org/pdfs/standards/righttoknow.pdf) (Preuzeto 16. 7. 2015.)
- ASLIB Training Suite. Freedom of Information. (2004). Retrieved 15 February 2004 from <http://www.aslib.com/training> (Preuzeto 16. 7. 2015.)
- Bertrand, Claude-Jean. (2003). *Media Ethics and Accountability Systems*. New York: Hampton Press
- Coblenz, W. (Producer) and Goldman, W. (Writer). (1976). *All the President's Men* (Film). Warner Bros
- Committee to Protect Journalists, at <http://www.cpj.org> (Preuzeto 16. 7. 2015.)
- Dominick, J. R. (2007). *The Dynamics of Mass Communications*. 9th ed. Boston: McGraw-Hill

- Humanext. Ethics Trainings. (2009). Ankerstar and Dalke's Balancing Personal and Professional Ethics (programme with Trainer's Guide, reproducible exercises, handouts, case studies); Dr. Louis V. Larimer's Seminar on Ethical Reasoning (with Ethical Type Indicator Profile and Training Manual). Retrieved 22 April 2009 from <http://www.newtrainingideas.com/ethics-training.html> (Preuzeto 16. 7. 2015.)
- Kovach, B. and Rosenstiel, T. (2001). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York: Three Rivers Press of Random House;
- Mencher, Melvin. (2006). *News Reporting and Writing* (10th ed.). Boston: McGraw-Hill
- Mendel, Toby. (2008). *Freedom of Information: A Comparative Legal Survey* (2nd Ed.). Paris: UNESCO, at <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001584/158450e.pdf> (Preuzeto 16. 7. 2015.)
- Poynter Institute, at <http://www.poynter.org> (Preuzeto 16. 7. 2015.)
- Reporters sans frontières, at <http://www.rsf.org> (Preuzeto 16. 7. 2015.)
- Rosenstiel, Tom and A. Mitchell (eds). (2003). *Thinking Clearly: Cases in Journalistic Decision-Making*. New York: Columbia University Press
- State of the News Media, at <http://www.journalism.org> (Preuzeto 16. 7. 2015.)
- Ward, S.J.A. (2005). Philosophical Foundations of Global Journalism Ethics. *Journal of Mass Media Ethics* 20:1, 3-21
- Woodward, Bob and Carl Bernstein. (1974). *All the President's Men*. New York: Simon and Schuster;
- UNESCO. (2009) Guidelines for Broadcasters on Promoting User Generated Content and Media and Information Literacy. Paris: UNESCO, at <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001871/187160e.pdf> (Preuzeto 16. 7. 2015.)
- UNESCO. (2007). *Model Curricula for Journalism Education for Developing Countries and Emerging Democracies*. Paris: UNESCO, at <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209e.pdf> (Preuzeto 16. 7. 2015.)
- University of Kansas. History of American Journalism. (2009). Retrieved 22 April 2009 from <http://ehub.journalism.ku.edu/history/1920/1920.html> (Preuzeto 16. 7. 2015.)





## MODUL 3: PREDSTAVLJANJE U MEDIJIMA I IZVORIMA INFORMACIJA

90

‘Od toga kako nas drugi vide djelimično zavisi kako će se prema nama odnositi; kako se mi odnosimo prema drugima zavisi od toga kako ih vidimo; ti utisci potiču od predstavljanja.’

Richard Dyer, *The Matter of Images*

---

### OKOLNOSTI I OBRAZLOŽENJE

Predstavljanje u medijima može imati mnogobrojne oblike. Živimo u kulturi ispunjenoj slikama i svakodnevno smo okruženi medijskim predstavama na veb sajtovima, na televiziji, u trenutno popularnim filmovima, u novinskom izvještavanju i u knjigama.

Reporterji, autori, snimatelji, oglašivači i filmski umjetnici koriste slike, zvuk i pisanu riječ da bi prenijeli informacije o nekom događaju, priči ili temi. Kad pripremaju i predstavljaju priče javnosti, obično se sriješću s vremenskim, prostornim, ili ograničenjima resursa, kao i s drugim granicama u uređivanju. Zbog toga, zavisno od priče koja se priča, ili poruke koja se prenosi, često je neophodno da se pitanja ili događaji predstave prerađeno, računajući na poznate karakteristike, kao što su rasa, pol, seksualna orijentacija, životno doba ili društvena klasa. Oni koji rade u medijima moraju da biraju sadržaje koje će predstaviti svojoj publici. Taj izbor često nije lišen subjektivnosti i ponekad dovodi do stereotipiziranih ili previše uprošćenih predstavljanja koja se ponekad koriste da se obilježe pojedinci i da se opravdaju uskoogrudi stavovi i uvjerenja. To je možda, a možda i nije, prvobitna namjera autora ili novinara/izvještača. Ponekad je u pitanju

tumačenje primaoca (gledaoca, čitaoca ili slušaoca). Ako neki mediji i drugi dobavljači informacija postanu instrumenti partijskih pristrasnosti, sukobljavanja ili diskriminacije, logično je da će biti odgovorni za svoje postupke kao svaki drugi društveni činilac. Ipak, pošto su mediji prostor za javnu debatu, od presudne je važnosti da im se dozvoli da diskusije i informacije predstavljaju bez nadzora bilo koje partije ili vlade.

Takođe, treba imati u vidu da mediji i drugi dobavljači informacija rade u društvenim uslovima i da su oni takođe društveni činioци u svojoj sredini. Društvo utiče na medije, a oni zauzvrat utiču na društvo. Treba da dublje sagledamo posebne nacionalne okolnosti u kojima određeni mediji rade.

Trudeći se da postanemo informaciono i medijski pismeni, potrebno je da analiziramo medijske slike i predstavljanja, i to ne samo neku predstavu ili medij, nego i kontekst koji ih okružuje, a koji ponekad ne vidimo. Važno je shvatiti da, iako mediji imaju veliku moć da usmjeravaju društvo i da mu postavljaju izazove, oni takođe odražavaju to društvo tako što pružaju onakve priče i predstavljanja kakve mi zahtijevamo i prihvatamo.

Mnoga medijska zanimanja u raznim djelovima svijeta imaju dobrovoljne kodekse raznolikosti, s namjerom da struka demonstrira svoje opredjeljenje za inkluzivne i raznolike sadržaje i inicijative. Mnoga medijska zanimanja takođe poštuju kodekse struke koji zabranjuju uvredljivi ili diskriminatorani materijal po osnovu rase, nacionalnosti, životnog doba, pola, fizičkih sposobnosti ili bračnog statusa.

Glavna pitanja u ovom modulu su: Ko ima koristi od prihvatanja neodgovarajućih medijskih sadržaja, a ko je time na gubitku? Kako te predstave utiču na način na koji vidimo sebe i druge? Kako utiču na naše znanje i razumijevanje svijeta izvan dometa neposrednog iskustva?

#### JEDINICE

1. Novinsko izvještavanje i snaga slike
2. Kodeksi struke o raznolikosti i predstavljanju
3. Televizija, filmovi, izdavaštvo knjiga
4. Muzički video spotovi i predstavljanja

## 1. JEDINICA: NOVINSKO IZVJEŠTAVANJE I SNAGA SLIKE

▶ **TRAJANJE:** 3 sata

### GLAVNE TEME

- Studija slučaja: novinsko izvještavanje
- Moć vizuelnog
- Predstavljanje velikih nesreća
- Predstavljanje roda

## CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Analizira predstavljanja u novinskom izvještavanju o pojedinim događajima
- Ispita novinsko izvještavanje koje nudi alternativna predstavljanja, različita od onih koja se pojavljuju u najuticajnijim medijima
- Procijeni uticaj predstavljanja na publiku i na oslikanu temu
- Analizira predstavljanja roda u medijima i informacionim sistemima

## PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

92

- Zbog naše zavisnosti od vizuelnih medija, neki kritičari medija već izvesno vrijeme iskazuju zabrinutost zbog načina na koje se određeni događaji, naročito velike nesreće, predstavljaju u medijima. Proučite medijsko izvještavanje o nekim aktuelnim događajima i temama i procijenite do koje mjere je ta zabrinutost opravdana. Razgovarajte kako na prikaze reaguju ljudi koji su lično pogođeni tragedijom ili nesrećom. Istražite i razmislite o strategijama koje koriste novinari iz najuticajnijih i iz alternativnih medija da bi predstavili emocionalni uticaj događaja, poštujući u isto vrijeme privatnost i dostojanstvo ljudi.
- Istražite i analizirajte novinsko praćenje velikih događaja, kao što je zemljotres na Haitiju, azijski cunami, ili genocid u Ruandi. U ovoj studiji slučaja treba se usredsrediti na slike iz novinskih izvještaja i na predstavljanje ljudi i tema u vezi s tim događajima.<sup>5</sup> Nastavnici mogu da pretraže Internet da bi pronašli slike koje se pojavljuju u izvještajima najuticajnijih medija. Za detaljnu analizu izvještavanja i slika treba koristiti sljedeća pitanja:
  - Opišite šta je predstavljeno na televiziji i u novinskim izvještajima. Izdvojite najčešće korišćene slike. Ispitajte kako su konstruisana ta predstavljanja, uzimajući u obzir uglove snimanja, kompoziciju fotografija, tipove snimaka, ko je – ili šta – predstavljeno na snimku/fotografiji, a ko je – ili šta – izostavljen(o)
  - Kakva se poruka prenosi korišćenjem tih slika? Kakvu priču one pričaju? Procijenite potencijal tih slika da postanu simbol događaja. Kakav uticaj mogu imati na publiku? Razmislite o njihovom uticaju na gledaočevo razumijevanje ili odnos prema temi
  - Razgovarajte da li će informacije o događaju koje nijesu sadržane u slikama biti zapamćene ili ne. Istražite moć slika da 'izbrišu' ostale informacije koje nijesu u vizuelnom obliku. Kakve su posljedice tog fenomena na informisano građanstvo?

<sup>5</sup> Na primjer, vidjeti [www.rwanda-genocide.org/multimedia.html](http://www.rwanda-genocide.org/multimedia.html) (Preuzeto 16.7.2015.)

## RODNA RAVNOPRAVNOST I OSNAŽIVANJE ŽENA

- Rodna pitanja postaju sve važnija u planovima međunarodnih organizacija za razvoj (kao što je UN), nacionalnih i regionalnih sistema državne uprave, kao i organizacija građanskog društva. Pekinška deklaracija i Akciona platforma iz 1995, usvojene na Četvrtoj svjetskoj konferenciji Ujedinjenih Nacija o ženama, istakle su ključnu ulogu medija u povećanju rodne ravnopravnosti u svim oblastima. Sve zainteresovane strane su pozvane da udruže snage u borbi protiv „stereotipiziranja žena i nejednakosti žena u pristupu i učestvovanju u svim sistemima komuniciranja, posebno u medijima“.
- Postoji jasna potreba da se naglasi važnost medija i drugih dobavljača informacija, kao što su biblioteke, arhivi i Internet, da bi se ostvarili ciljevi Deklaracije. Kroz odjeljensku diskusiju istražite pitanja kao što su: Kako mediji i drugi dobavljači informacija mogu pouzdano da procijene sopstvenu osjetljivost na rodna pitanja, i kako, s druge strane, građansko društvo vrednuje tu osjetljivost? Da li su mediji naprosto prenosnici informacija u vezi s rodnom ravnopravnošću, ili su partneri u sprovođenju Pekinške deklaracije time što omogućavaju stvaranje znanja o toj problematici i umnožavaju njegove efekte. Ako su zaista partner, kako mogu da djelotvorno ispunjavaju tu ulogu?
- Već niz godina zainteresovane strane širom svijeta usmjeravaju pažnju na razvoj medija kao način da se rješavaju pitanja rodne ravnopravnosti i osnaživanja žena. Korisnicima medija i informacionih sistema je neophodna IMP i zbog toga što populariše medijsko ponašanje koje je osjetljivo na pitanja roda. Kroz IMP, publika (čitaoci, gledaoci i slušaoci) stiče neophodne kompetencije (znanje, vještine i stavove) za procjenjivanje rodno osjetljivog postupanja medija i informacionih sistema, i za učestvovanje u njima.
  - Tražite od polaznika da sprovedu malu anketu da bi dobili odgovore na neka od sljedećih pitanja: Da li medijske kuće u vašoj zemlji promovišu IMP? Kako one to čine? Kakvi dokazi upućuju na zaključak da to rade? Predstavite izabrane primjere, ako postoje. Kako IMP može pomoći da se rješavaju pitanja rodne ravnopravnosti? Kakvi razvojni programi iz oblasti rodne ravnopravnosti postoje u vašoj zemlji i u lokalnim sredinama? Na kakve teškoće nailazi njihova primjena? U kojoj mjeri su mediji i drugi dobavljači informacija angažovani u tim programima? Koji su, po vašem mišljenju, kreativni načini da se IMP iskoristi za skretanje pažnje medija i informacionog sektora na rodna pitanja i za bolje predstavljanje žena? Pomoću ovih pitanja, iskustava stečenih kroz istraživanje i analizu primjera dobre prakse, sačinite preporuke koje se tiču rodne ravnopravnosti i sticanja informacione i medijske pismenosti. Kakav je vaš lični stav prema rodnoj ravnopravnosti? Kako lični pogledi i iskustvo mogu uticati na vaše tumačenje rodnih predstava u medijima i drugim izvorima informacija?
- Postoje dva osnovna aspekta odnosa žena i medija, te drugih dobavljača informacija. Jedan se odnosi na status žena koje rade u medijima i kod drugih dobavljača informacija, a drugi na tretman ili sliku žena u medijima i kod drugih dobavljača informacija.
  - Razmotrite neke od nalaza Projekta globalnog praćenja medija 2010. i Svjetskog izvještaja o statusu žene u novinskoj redakciji (v. Popis izvora na kraju ovog odjeljka), ili bilo koje slično istraživanje u vezi s odnosom žena i medija, te drugih dobavljača informacija. Raspravljajte i kombinujte neka od pitanja: Kakve su posledice ovih nalaza, individualno i kolektivno gledano? Kakve vrste slika žena preovlađuju u medijima? Koji društveni, ekonomski, kulturni i politički činioci mogu biti motiv tih slika? Da li to može biti povod za zabrinutost? Da li vlade treba da preduzmu korake da bi suzbijale negativne slike? Ako treba, objasnite koje i kako. Šta treba da preduzme građansko društvo u vezi s tim pitanjima? Da li mislite da je bolje da mediji reaguju kroz samoregulisanje, a ne da čekaju prisilu vlade ili nekog drugog spoljnog činioca? Objasnite, da li treba da budu drugačije

mjere za medije i druge dobavljače informacija koji se finansiraju od javnih sredstava, nego za privatne? Da li mislite da javno finansirani mediji imaju posebnu obavezu da osiguraju rodnu ravnopravnost i osnaživanje žena? Da li je vas IMP osposobila i podstakla da preduzmete neke korake? Kako? Kakvi su vaši lični pogledi na ravnopravnost žena? Kako vaši pogledi i iskustvo utiču na to kako tumačite predstavljanja roda u medijima i kod drugih dobavljača informacija? Da li mislite da će se slike žena nasuprot slikama muškaraca promijeniti, što više žena bude radilo u medijima i kod drugih dobavljača informacija? Zašto tako mislite? Šta istraživanja o tome pokazuju?

- Onaj/Ona ko vrši obuku treba da razmotri izvođenje sličnih aktivnosti na temu drugih marginalizovanih društvenih grupa, kao što su invalidne osobe, starosjedelačke grupe, manjinske etničke grupe, siromašne gradske ili seoske zajednice, i tako dalje. Smisao aktivnosti bi bila analiza predstavljanja tih grupacija u medijima da bismo razumjeli kako su ta predstavljanja stvorena i kome su namijenjena i da bismo se upitali ko ima koristi, ako se ona široko usvoje, a ko je time oštećen.

## PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Analiza i vrednovanje vizuelnih priloga u novinskom izvještavanju – uključujući tehničke i komponente dizajna
- Uočavanje i procjena reporterskih postupaka koji najviše pogoduju razvoju informisanog građanstva
- Procjena uticaja vizuelnih priloga na publiku

94

## 2. JEDINICA: KODEKSI STRUKE O RAZNOLIKOSTI I PREDSTAVLJANJU

► **TRAJANJE:** 2 sata

### GLAVNE TEME

- Medijski kodeksi i etika
- Primjena kodeksa u različitim medijima
- Procjena kodeksa i pravila

## CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Analizira etičke kodekse i kodekse za raznolikost koji se primjenjuju u različitim medijskim djelatnostima
- Primijeni medijske kodekse i etiku na razne medijske slike i tekstove
- Procijeni medijske tekstove na osnovu medijskih kodeksa i etike
- Procijeni svrhovitost i djelotvornost tih kodeksa
- Preporuči predloge/izmjene u medijskim kodeksima i etici postupanja

## PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

Potreba da se izbjegne državna regulacija medija dovela je do toga da medijske profesije u raznim djelovima svijeta same izrade svoje kodekse za raznolikost čija je svrha da se jasno pokaže da su opredijeljene za inkluzivne i raznolike sadržaje. Mnoge profesije takođe poštuju kodekse struke koji zabranjuju korišćenje materijala koji vrijeđa ili diskriminiše na osnovu rase, nacionalnosti, životnog doba, roda, fizičke sposobnosti ili bračnog statusa.

### — AKTIVNOSTI

- Istražite kodekse struke/etičke smjernice koje postoje u vašem regionu. Pronađite ko je odgovoran za njihovu izradu. Sumirajte glavne oblasti koje sadrže i objasnite njihovu svrhu. Kako se zalažu za interese građana i konzumenata? Kako takva pravila mogu uticati na profesiju koju regulišu?
- Primijenite kodeks struke na predstavljanja u novinskim izvještajima korišćenim u prethodnoj vježbi. Procijenite u kojoj mjeri se poštuju pravila. U procjenjivanju obavezno uzmite u obzir i tekst i kontest. Pronađite posebne primjere iz izvještavanja koji potkrepljuju vaš odgovor. Za kojim mjerama pojedinac može da posegne ako izvještavanje krši pravila?
- Ispitajte medijske teme koje su obuhvaćene kodeksima (na primjer, predstavljanje roda u reklamama). Procijenite u kojoj mjeri se slijede pravila. Napravite nacrt povratne informacije koju biste poslali regulatornom tijelu i/ili tvorcima tih medijskih tekstova

## PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Rezime glavnih oblasti u kodeksima za raznolikost/etičkim kodeksima
- Primjena kodeksa na različite medijske tekstove
- Preporuke za izmjene/dodatke kodeksima/etičkim normama

## 3. JEDINICA: TELEVIZIJA, FILMOVI, IZDAVAŠTVO KNJIGA

▶ **TRAJANJE:** 2 sata

### GLAVNE TEME

- Reklamirani filmovi – formula za uspjeh
- Predstavljanje u filmu
- Predstavljanje u knjigama
- Holivud, lokalne i starosjedelačke priče

### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

96

- Prouči uspjeh aktualnih televizijskih programa i reklamiranih filmova
- Procijeni predstavljanja u filmu, na televiziji i u štampanim proizvodima (uključujući knjige)
- Razvije umijeće tretiranja filmova i/ili televizijskih programa
- Prouči mjesto televizijskih programa u shemama emitovanja TV mreža
- Analizira predstavljanja roda u reklamama
- Analizira tehničke postupke u predstavljanjima
- Analizira alternativne, starosjedelačke priče na televiziji i u filmovima

### PEDAGOŠKI POSTUPCI i AKTIVNOSTI

Film je jedan od najmoćnijih medija u poslednjih sto godina i ima svoju masovnu publiku širom svijeta. U novije vrijeme, televizija i Internet su takođe doprli do velikog broja ljudi u mnogim djelovima svijeta. Istovremeno, knjige ostaju značajan izvor ideja i informacija. Sva četiri medija i dobavljači informacija mogu imati značajanu ulogu u oblikovanju načina na koji društvo razumije sebe kroz pripovijedanje nacionalnih priča i isticanje određene verzije nacionalne istorije. Važan dio informacione i medijske pismenosti (IMP) čini sposobnost da se razumije kako ti mediji oblikuju naše osjećanje svijeta u kome živimo.

#### — AKTIVNOSTI

- Upotrijebite Internet da se upoznate sa skorašnjim uspješnim, najpoznatijim filmovima. Pronađite veb mjesto kao što je Box Office Guru. Napravite spisak sa pet filmova koji su postigli uspjeh na bioskopskim blagajnama, lokalno ili međunarodno. Ako je moguće,

pogledajte trejlere za te filmove, ili izaberite jedan film i pogledajte ga cijelog. Opišite ko je, ili šta, predstavljen/o u središtu zapleta. Objasnite zašto se najvjerojatnije taj prikaz dopada publici

- Zamolite polaznike da pronađu različite verzije predstavljanja istorijskih događaja. Na primjer, Napoleon u Rusiji: knjige koje su objavljene tokom tog perioda i o njemu; filmovi različitih žanrova; umjetnička djela ili slike; ostala vizuelna djela, kao što su fotografije i muzički video zapisi. Posjetite muzej ili arhiv s građom na tu temu (ako postoje u vašoj široj okolini) i na osnovu svega toga prikupite materijal za jedan sastav o svojim posmatranjima
- Odaberite neku knjigu ili članak o svojoj zemlji. Tema može biti vaša zajednica, kultura, ili određeni događaj. Pronađite kako su predstavljeni različiti aspekti odabrane teme. Da li se slažete s tim predstavljanjima? Zašto da, ili zašto ne? Razgovarajte o tome
- Nabavite zbirku reklamnih oglasa s Interneta, iz lokalnih novina ili televizije u vašoj zemlji. Potrudite se da oglasi predstavljaju podjednako žene i muškarce. Razgovarajte u manjim grupama kako su predstavljene žene, nasuprot muškarcima. Zapišite nešto od onog što ste primijetili. Razgovarajte o mogućim implikacijama nekih od tih predstavljanja. Da li neki članovi vaše grupe drugačije vide određena predstavljanja? Zašto mislite da je to tako?
- Popularna formula za gledane filmove polazi od aphetipskog mita o 'herojskom putovanju'. Mitovi predstavljaju posredne sisteme vjerovanja koji izražavaju strahove, želje i stremljenja jedne kulture. U tim pričama, junak je – nesvjestan svoje sudbine – pozvan da preduzme neku važnu potragu. Tokom potrage, obično prolazi kroz nekoliko stupnjeva, među kojima su: njegovo 'rođenje' ili početak, sticanje svijesti o svom 'pozivu' ili sudbini, doživljavanje romanse, susret s neprijateljima, dobijanje savjeta od nekog starijeg i, konačno, povratak kući
  - Napravite spisak filmova koji se zasnivaju na ovoj formuli. Objasnite njihovu privlačnost. Opišite junaka tako što ćete objasniti u kojoj mjeri predstavlja želje i vrijednosti pojedinca u društvu
  - Objasnite rad kamere, kao i korišćenje zvuka i muzike. Procijenite kako tehnički elementi pojačavaju predstavljanja koja su u središtu priče (na primjer, utisak koji stvara zlikovac ili romantični junak). Objasnite kako bi se promijenilo značenje pojedinih scena u filmu ako bi, na primjer, muzička pratnja bila drugačija
- 'Naš cilj je da dobijemo raznovrsna gledišta predstavljen na filmu i televiziji. Povećanje broja tačaka gledišta koje stižu sa ekrana ne oduzima nikom ništa. Ustvari, to vodi ka stvaranju više i boljih programa, novim viđenjima na ekranu.' (Džoan Penifer, prva žena-predsjednik Nacionalnog filmskog savjeta Kanade, u: Maclean's, 29. mart 1993.)
  - Posjetite veb prezentacije najuticajnijih, domaćih ili lokalnih, medija koji predstavljaju alternativu holivudskim hitovima. Pregledajte izbor priča koje pričaju te kompanije ili organizacije. Uporedite ih s onim koje proizvode veliki holivudski studiji. Procijenite vrijednost tih 'nezavisnih' organizacija za predstavljanje ili davanje glasa alternativnim, domaćim pričama
  - Razgovarajte o odgovornosti industrije filma ili televizije prema svojim gledaocima. Zašto je potrebno da svi gledaoci mogu da vide sebe i svoje priče na ekranu? Razgovarajte o posljedicama najpopularnijih priča i predstavljanja na različite publike. Istražite kako specijalizovani kanali, Internet mjesta, blogovi i nove tehnologije utiču na umijeće pričanja priča i nude publici alternativna predstavljanja



## PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Analiza aktuelnih primjera televizijskih programa i reklamiranih filmova
- Procjena uticaja tehničkih postupaka i forme na sadržaj i predstavljanje
- Ispitivanje i procjena nacionalnih filmskih organizacija i nezavisnih producenstskih kuća s aspekta stvaranja alternativnih, domaćih priča

## 4. JEDINICA: MUZIČKI VIDEO SPOTOVI I PREDSTAVLJANJA

► **TRAJANJE:** 2 sata

### GLAVNE TEME

98

- Analiziranje muzičkih video spotova
- Predstavljanje
- Muzika i društvena promjena
- Korišćenje storiborda

### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Napravi storibord i sinopsis za muzički video spot
- Analizira muzički spot, s naglaskom na predstavljanju roda, rase i seksualnosti
- Ispita predstavljanja u 'alternativnoj' muzici
- Uporedi predstavljanja u alternativnim i popularnim medijima

### PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

Muzika ima izuzetno važnu ulogu u ljudskom društvu. Muzika se načelno smatra zabavom, ali ona je veoma važna u mnogim religijskim i kulturnim radnjama i često se koristi u političkim borbama. Razumijevanje načina na koje muzika utiče na publiku je dio IMP.

- Koristeći Internet, pažljivo pogledajte video spotove današnjih vrhunskih izvođača. Analizirajte poruke i vrijednosti jedne numere po izboru (na osnovu stihova pjesme, kao i video spota za nju). Analiza treba da sadrži:

- Analizu sadržaja tekstova, sa opisom načina na koje prizori iz video spota korespondiraju s tekstovima i melodijom pjesme, i s tumačenjem stihova koje je iznio voditelj obuke
- Analizu tehničkih elemenata spota: upotrebu boja, osvjetljenja, montaže (ritam, kontrastiranje, rezovi u skladu s ritmom), posebnih efekata, kao i vezu između zvučnih i vizuelnih komponenti
- Analizu društvenih aspekata video spota, uključujući pretpostavke o tome kako se njegove poruke mogu izmijeniti ako se pojave ljudi iz različitih društvenih klasa ili rasa, ili ako muški i ženski karakteri zamijene uloge

Protumačite idološke i vrednosne poruke koje šalje muzički video spot i pri tome se rukovodite sljedećim smjernicama:

- Da li video spot predstavlja uvjerenja neke određene grupe?
- Objasnite kako su predstavljeni muškarci i žene u video spotu. Da li su korišćeni neki stereotipi? Ako jesu, s kakvim rezultatom?
- Ko je na poziciji moći? Ko nije? Ko od takvog rasporeda snaga ima koristi?
- Da li video spot isključuje neke grupacije ili njihova uvjerenja?
- Kakvi modeli sreće, uspjeha, ili morala su upotrijebljeni?

Odredite ciljnu publiku. Procijenite do koje mjere analizirani video spot može da bude privlačan ljudima izvan te grupe.

- Procijenite moć popularne kulture i muzike kao sredstava za transformaciju. U kojoj mjeri muzičari i umjetnici imaju ulogu onih koji komentarišu politiku i društvo, i promovišu društvenu pravdu? Upoznajte se s radom danske organizacije Freemuse, koja pomaže društveno i politički angažovane umjetnike. Koje su problematične teme i događaji predstavljeni u njihovoj muzici? S kakvim rezultatom?
- Odaberite tekst jedne pjesme i pripremite svoj storibord za muzički video spot koji će prenijeti poruku teksta. Razmislite pažljivo kojim slikama ćete predstaviti stihove. Pronađite i izaberite tehničke elemente koji će pojačati predstavu.
  - Ako za pjesmu koju ste odabrali već postoji video snimak, uporedite svoj storibord s njim, uočavajući razlike i sličnosti u vizuelnom predstavljanju i tehnikama..

Posjetite Internet prezentaciju neke organizacije, kao što je MediaWatch ([www.mediawatch.org](http://www.mediawatch.org)), koja se kroz edukaciju i razne aktivnosti angažuje protiv rasizma, seksizma i nasilja u medijima. Proučite ciljeve i kampanje ove i sličnih organizacija.

## PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Analiza i procjena datih primjera muzičkih video spotova na osnovu predstavljanja koja sadrže, tehničkih elemenata, ideologije i vrijednosti koje saopštavaju
- Izrada storiborda za tekst pjesme po izboru

## IZVORI ZA OVAJ MODUL

Prvih šest nabrojanih izvora treba da služe samo kao ilustracija i svi potiču iz Sjeverne Amerike. Oni možda neće biti pogodni izvan te regije, tako da edukatori treba da pronađu sopstvene izvore koji prevashodno potiču iz njihovog regiona.

- Reconstructions, veb sajt koji su pokrenuli ljudi s odsjeka Komparativnih studija medija univerziteta MIT, u danima poslije 11. septembra 2001: <http://cmsw.mit.edu/reconstructions/front.html> (Preuzeto 4. 8. 2015.)
- Imob, velik izbor linkova ka muzici: snimcima, filmovima, tehnologiji, kursevima produkcije: [www.imob.com](http://www.imob.com) (Preuzeto 4.8.2015.)
- BIRTH, istorijski arhiv evropske televizije: [www.birth-of-tv.org/birth](http://www.birth-of-tv.org/birth) (Preuzeto 4. 8. 2015.)
- Cynopsis, besplatne dnevne vijesti namijenjene televizijskoj industriji – dostupan je izvjestan broj izdanja: [www.cynopsis.com](http://www.cynopsis.com) (Preuzeto 4. 8. 2015.)
- Box Office Guru, američki i međunarodni pokazatelji stanja sa bioskopskih blagajni, podaci iz sadašnjosti i prošlosti, popisani su ovdje: <http://boxofficeguru.com> (Preuzeto 4. 8. 2015.)
- Internet Movie Data Base (IMDB), Najiscrpniji sajt za istraživanje filmova i televizije. Sadrži bogatstvo informacija o pojedinačnim naslovima, recenzije, časkanja, podatke o glumcima, režiserima, žanrovima: [www.imdb.com](http://www.imdb.com) (Preuzeto 4. 8. 2015.)
- Četvrta svjetska UN konferencija o ženama, Pekinška deklaracija i Platforma za akciju (1995.), na adresi: <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/> (Preuzeto 4. 8. 2015.)
- International Federation of Journalists. (2009). Getting the balance right: Gender Equality in Journalism: Brussels, Belgium, [http://portal.unesco.org/ci/en/files/28397/12435929903gender\\_booklet\\_en.pdf/gender\\_booklet\\_en.pdf](http://portal.unesco.org/ci/en/files/28397/12435929903gender_booklet_en.pdf/gender_booklet_en.pdf) (Preuzeto 4. 8. 2015.)
- World Association of Christian Communication. (2010). Who Makes the News? Global Media Monitoring Project: Toronto, Canada,, [www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org) (Preuzeto 4. 8. 2015.)
- International Women's Media Foundation. (2011). Global Report on Status of Women in the News Media: Washington, DC, USA, <http://www.iwmf.org/our-research/global-report/> (Preuzeto 4. 8. 2015.)



## MODUL 4: JEZICI U MEDIJIMA I IZVORIMA INFORMACIJA

“Jezik je izvor nesporazuma.”

Antoan de Sent-Egziperi (1900-1944)

101

### OKOLNOSTI I OBRAZLOŽENJE

‘Medij je poruka’, citat koji je postao slavan, misao je Maršala MakLuana, iz 1964. Koliko medij može uticati na poruku koja se prima, toliko i lične okolnosti/iskustvo korisnika/publike utiču na tumačenje poruke. Važan prvi korak u informacionim i medijskom opismenjavanju jeste da se razumije kako se informacije, ideje i značenja saopštavaju kroz različite medije i preko drugih dobavljača informacija, kao što su biblioteke, arhivi, muzeji i Internet. Svaki medij ima sopstveni ‘jezik’ ili ‘gramatiku’ kojom se postiže da se značenje prenosi na jedinstven način. ‘Jezik’ u ovom značenju predstavlja tehničke i simboličke sastojke, ili kodove i konvencije koje medijski i informacioni profesionalci mogu izabrati i koristiti da bi saopštavali ideje, informacije i znanje. Tehnički kodovi su: zvuk, uglovi snimanja, vrste snimaka i osvjetljenje. To može biti, na primjer, sugestivna muzika koja treba da asocira na opasnost, ili visoki položaj fotoaparata koji treba da stvori osjećaj snage na fotografiji. Simbolički kodovi su: jezik, odjeća ili postupci junaka, ili lako razumljivi ikonički simboli. Na primjer, crvena ruža se simbolički može upotrijebiti da dočara romansu, ili stisnuta pesnica da prenese bijes. U jezike medija spada i ponovljena upotreba određenih riječi, izraza i slika, što je poznato i kao verbalni ili vizuelni jezik. Kad proučavamo jezike medija, postavljaju se tri osnovna pitanja: Kako medijska publika razumije medijske jezike? Koje glavne kodove i konvencije danas koriste ljudi koji rade u medijima i sa izvorima

informacija? Drugo važno pitanje je: da li različite osobe mogu izvući različita značenja iz istog teksta ili informacije?

Svrha ovog modula je da se nastavnici obuče i steknu znanja o raznim medijskim jezicima, što će ih osposobiti da shvate načine na koje se mogu saopštavati informacije i poruke, kakav je odnos između njihovog tumačenja informacija ili ideja iz medija i od drugih dobavljača informacija i vrste korišćenog jezika.

#### JEDINICE

- 1-Čitanje medijskih i informativnih tekstova
- 2-Medij i poruka: štampane i emitovane vijesti
- 3-Filmski žanrovi i pričanje priča

## 1. JEDINICA: ČITANJE MEDIJSKIH I INFORMATIVNIH TEKSTOVA

▶ **TRAJANJE:** 2 sata

102

### GLAVNE TEME

- Analiza kodova i konvencija u informativnim tekstovima
- Analiza značenja – simboli i vizuelni jezik
- Analiza medijskih jezika – foto i video kolaži

### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Prepozna kodove i konvencije koji su upotrijebljeni u raznovrsnim medijskim i informativnim tekstovima da bi se prenijelo značenje
- Uoč znakove i simbole koji se koriste za različite namjene, u lokalnim sredinama i globalno

## PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

- Nabrojite neke tehničke i simboličke kodove i konvencije koji se koriste u sljedećim medijima i informativnim tekstovima: sapunske opere, turističke brošure, dokumentarni filmovi, porodični sitkomi i politička oglašavanja. Kakve poruke i informacije se saopštavaju preko ovih kodova?
- Izdvojite znakove i simbole koji se koriste u vašoj zajednici za različite svrhe, kad se prenose informacije (na primjer, za davanje pravca, lociranje atraktivnih mjesta ili događaja, i tako dalje). Objasnite verbalne i vizuelne 'jezike' tih znakova i simbola, onako kako ih uobičajeno razumiju ljudi u vašoj sredini. Razmotrite korišćenje tipova slova, stilizovanih slika, dizajn, i drugo.
- Analizirajte različite razglednice iz vaše zemlje ili lokalne zajednice. Pronađite glavne simboličke i tehničke kodove koji su korišćeni na svakoj od njih. Kakve se informacije o vašoj zemlji saopštavaju korišćenjem tih kodova? Koje informacije su izostavljene? Napravite razglednicu za mjesto ili organizaciju po vašem izboru. Koji su glavni tehnički i simbolički kodovi koje ste primijenili da biste saopštili važne informacije i stvorili željeni utisak?
- Koristeći fotografije ili video snimke, napravite slikovni kolaž da biste određenoj publici saopštili da je vaša škola važna. Razmotrite koje ikoničke predstave, simbole, vizuelni/verbalni jezik, muziku, boje, tipove snimaka i uglove snimanja bi valjalo upotrijebiti da bi vaše obraćanje zainteresovalo publiku. Publika za ovaj kolaž bi mogli biti učenici/studenti koji će se možda upisati u školu, njihovi roditelji, članovi školske uprave, neki političar, i druge osobe.

## PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Analiza kodova i konvencija u različitim tekstovima
- Analiza znakova i simbola koji se koriste u nekoj zajednici
- Analiza i procjena kodova korišćenih na lokalnim i na razglednicama neke zemlje
- Izrada kolaža

## 2. JEDINICA: MEDIJ I PORUKA: ŠTAMPANE I EMITOVANE VIJESTI

▶ **TRAJANJE:** 2 sata

### GLAVNE TEME

- Analiza kodova i konvencija u informativnim medijima
- Primjena kodova i konvencija na novinsku priču
- Medijski jezici i značenje: procjena i analiza vijesti i informacija

### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Analizira kodove i konvencije koji se koriste u televizijskom, radijskom i novinskom izvještavanju o događajima
- Primijeni te kodove i konvencije na određenu novinsku priču
- Vrednuje načine na koje medij i njegovi posebni kodovi i konvencije obično oblikuju poruku koja se saopštava
- Procijene informaciju koja saopštava korišćenjem određenog medija

### PEDAGOŠKI POSTUPCI i AKTIVNOSTI

- Vlada planira promjenu zakonodavstva koje će uticati na zaštitu životne sredine. Vladin zvaničnik je upravo održao govor da bi opravdao stanovište vlade. Prisutna je velika grupa ljudi koji protestuju i između protestanata i policije izbija sukob
  - Izvedite predviđanje kako će o ovom događaju izvijestiti novine, radijska i TV stanica. Po čemu će se, po vašem mišljenju, razlikovati izvještaji, i zbog čega? Koliko ta razlika proizilazi iz specifičnosti svakog od tri medija?
- Izaberite jedan aktuelni događaj ili temu, kao što je nova prosvjetna politika, nedavni kulturni ili politički događaj, ili neko zdravstveno pitanje. Radeći u grupama, napravite novinsku priču koja će se pojaviti na radiju, u novinama i u informativnom programu televizije. Za radio, priča ne treba da bude duža od 20 sekundi; za novine, od 210 riječi; za televiziju, 1-2 minuta. Kad grupe završe priče, razgovarajte o rezultatima koristeći kao smjernice sljedeća pitanja:
  - Kako različiti mediji utiču na način izvještavanja i na to koje se informacije mogu saopštiti?
  - Koji se kodovi i konvencije koriste za razvijanje svake od priča?

- Kako ova vježba ilustruje tvrdnju 'medij je poruka'?
- Napravite kolaž slika ili simbola koji se mogu upotrijebiti da se promoviše škola ili druga ustanova i uskladite informacije koje se saopšavaju s ciljnom publikom

## PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

Opis i procjena novinskog izvještavanja koje omogućavaju različiti mediji

- Izrada i analiza novinske priče za radio, televiziju i novine

## 3. JEDINICA: FILMSKI ŽANROVI I PRIČANJE PRIČA

▶ **TRAJANJE:** 2 sata

105

## GLAVNE TEME

- Filmski žanrovi
- Tehnički i simbolički kodovi u filmu
- Pravljenje storiborda za jednu filmsku scenu

## CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Prepozna različite filmske žanrove i njihove kodove i konvencije (upotreba filmskih tehnika, predmet, tema, likovi, konvencije zapleta, situacije i ambijenti)
- Uoči određene tehničke i simboličke kodove i konvencije koji su primijenjeni da bi se prenijela značenja u filmu
- Izradi storibord za filmsku scenu koja sadrži kodove i konvencije određenog žanra
- Identifikuje kodove i konvencije filmskog žanra koji je popularan u nekoj drugoj zemlji



## PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

- Napravite spisak filmskih žanrova u kojima uživate. Izdvojite glavne elemente koji definišu svakog od njih. Zabilježite: zaplet, scenografiju, vrste likova, muziku, osvjtljenje, posebne efekte, montažu i rad kamere. Kakve se poruke i vrijednosti prenose korišćenjem tih elemenata u filmu? Objasnite kako se značenje scene može promijeniti mijenjanjem raznih elemenata (na primjer, scenografije, muzičke pratnje, i tako dalje)
- Podijeljeni u grupe, napravite storibord za scenu iz filmskog žanra po izboru. Objasnite kako se 'jezik' žanra ogleda u svakoj sceni
- Polaznicima treba prikazati isječak iz popularnog stranog filma. Uporedite sličnosti i razlike filmskih 'jezika' tog, i nekog filma snimljenog u vašoj zemlji. Razgovarajte o efektima različitih korišćenih tehnika. Šta se njima saopštava? Koja je, po vašem mišljenju, ciljna publika za svaki od ta dva filma?
- Koristeći Internet ili lokalnu biblioteku, pronađite dva postera za isti film iz dvije različite zemlje i razmotrite sljedeća pitanja:
  - Kakav se utisak o filmu prenosi tim posterima?
  - Koji su tehnički i simbolički kodovi korišćeni? Kakvi se efekti njima postižu?
  - Možete li da identifikujete ciljnu publiku za svaki analizirani film na osnovu postera?
  - Kakva se informacija o pojedinom filmu prenosi preko postera?

## PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Analiza filmske scene
- Izrada storiborda za filmsku scenu
- Analiza filmskih postera
- Poređenje filmova

## TEME ZA DALJE RAZMATRANJE

- Korišćenje muzike u filmu
- Rad specijalista za zvučne efekte
- Konvencije u dokumentarnom filmu

## IZVORI ZA OVAJ MODUL

Izvori koji slijede treba da budu samo ilustracija i svi potiču iz Sjeverne Amerike i Velike Britanije. Oni možda neće biti pogodni za druga mjesta, tako da edukatori treba da pronađu sopstvene

izvore koji prevashodno potiču iz njihovog regiona.

- Goodman, Steve. (2003). *Teaching Youth Media: A Critical Guide to Literacy, Video Production, and Social Change*. NY: Teacher's College Press.
- Hitchcock, Peter. (1992). *Videography: A Guide to Making Videos*. Ontario, Canada: Peter Hitchcock Productions.
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture: Where Old Media and New Media Collide*. US: New York University.
- McLuhan, Eric and Zingrone, Frank. (1995). *Essential McLuhan*. Canada: Anansi.
- Bone, Jan and Johnson, Ron. (2001). *Understanding the Film: An Introduction to Film Appreciation*. US: Glencoe McGraw Hill.
- Bordwell, David and Thompson, Kristin. (1998). *Film Art: An introduction*. 6th edition. US: McGraw Hill.
- Film Education, 91 Berwick Street, London UK W1F 0BP . Ima niz besplatnih nastavnih materijala i izvrsnih smernica za učenje od kojih se mnogi mogu preuzeti sa adrese [www.filmeducation.org](http://www.filmeducation.org) (Preuzeto 20. 7. 2015.)
- Film Study Guides for High School. Smjernice sastavljene za organizaciju Pacific Cinematheque distribuirala Agencija za otvoreno učenje Britanske Kolumbije u Kanadi; sadrže smjernice za analizu pojedinačnih filmova; dostupno na [www.cinematheque.bc.ca](http://www.cinematheque.bc.ca)
- Nacionalni filmski savet Kanade (NFB – National Film Board of Canada) radi sa školama, javnim bibliotekama i muzejima na tome da dokumentarne filmove uključi u obrazovanje: [www.nfb.ca](http://www.nfb.ca) (Preuzeto 20. 7. 2015.)
- Howard, Sue ed. (1998). *Wired-Up: Young People and the Electronic Media*. UK: Routledge. Ovaj zbornik je napravljen s namjerom da bude pristupačan uvod u važna istraživanja novih komunikacionih tehnologija.



## MODUL 5: OGLAŠAVANJE

### OKOLNOSTI I OBRAZLOŽENJE

108

Oglašavanje predstavlja plaćeno korišćenje medijskog vremena i prostora (u štampanim i elektronskim medijima) da bi se promovisala neka poruka, usluga ili proizvod. Uopšteno govoreći, postoje dvije vrste oglašavanja: komercijalno i nekomercijalno, koje se ponekad zove i društveni marketing. Komercijalno oglašavanje najčešće podrazumijeva promociju neke ličnosti, proizvoda ili kompanije, da bi se podstakla prodaja (na primjer, reklame i štampani oglasi za tekstilne firme, bezalkoholna pića, filmove, i tako dalje), dok nekomercijalne objave promovišu poruke i usluge koje su na dobrobit najšire publike (na primjer, poruke o zdravlju i bezbjednosti, promocije pismenosti, i drugo). Obje vrste oglašavanja su glavni izvor prihoda tradicionalnih i novih medija. Prihod koji mediji i drugi dobavljači informacija dobijaju od oglašavanja koristi se za pokrivanje troškova njihovog poslovanja i za razvijanje sadržaja (recimo, televizijskih emisija, materijala na veb sajtovima, članaka u ilustriranim časopisima, radijskih programa, i tako dalje). Bez tog prihoda, većina privatnih medijskih kompanija, koje čine jezgro mehanizma odbrane demokratije i sloboda koje uživamo, ne bi mogla da preživi.

Za medije je važno da privuku prihod od oglašavanja tako što će ponuditi mogućnosti ili sredstva koja će privući oglašivače i sponzore. Zbog toga mediji često proizvode sadržaje koje publika traži ili koji će privući različite velike grupe građana. Te grupe se mogu kategorisati prema uzrastu, rasi, polu, prihodu, političkim uvjerenjima, i tako dalje.

U jednom ili drugom obliku, oglašavanje dopire do skoro svakog kutka zemaljske kugle. Kompanije, organizacije, građani i vlade koriste oglašavanje da promovišu proizvode i usluge, i da prenose informacije, uvjerenja ili vrijednosti. Informacije i poruke koje se saopštavaju oglašavanjem su presudne za javno odlučivanje. S obzirom na istaknutu ulogu oglašavanja u današnjem društvu, nastavnici treba da razumiju kako se kreira uspješno oglašavanje i da nauče da vrednuju oglase kao izvore informacija.

Štaviše, za nastavnike je važno da upoznaju mehanizme koji građanima omogućavaju da reaguju na oglase i da svoje reakcije upute predstavnicima odgovarajuće djelatnosti ili vladinim zvaničnicima.

Oglašavanje može i loše uticati na medije. Pritisak oglašivača može navesti novinare da izbjegavaju pisanje o kontraverznim temama. Ono može istisnuti sadržaje od javnog interesa u korist zabave koja privlači određenu publiku. Ako ne postoji jasan zid između uredničke i poslovne strane medija, što je sve rjeđe slučaj, onda poslovni interesi medijske kuće mogu uticati na sadržaj i novinsko izvještavanje, a da to ne bude na prvi pogled uočljivo.

Iako su mogućnosti oglašavanja porasle sa eksplozijom medija i tehnologije, tu djelatnost i dalje regulišu posebni kodeksi čija je svrha da se održi povjerenje javnosti. Uopšteno govoreći, ti kodeksi važe na nacionalnom nivou i potiču iz same djelatnosti oglašavanja. Sročeni su tako da doprinesu da oglašavanje bude istinito, pošteno i tačno. U mnogim zemljama, ako potrošači imaju neka pitanja ili nedoumice u vezi s praksom oglašavanja mogu da kontaktiraju savjete za oglašavanje i grupe za zaštitu potrošača,.

Oglašavanje se u naše vrijeme odmaklo od svoje tradicionalne uloge. Pošto više nijesu ograničeni samo na TV reklame, ilustrovane časopise ili plakate na bilbordima, i pošto kompanije neprekidno traže nove načine da publici plasiraju svoje informacije, oglasi za sve više proizvoda, informacija, poruka i ideja sada se često pojavljuju u „iskačućim prozorima“ na veb sajtovima, mobilnim telefonima i drugim ručnim uređajima, u vidu plasiranja proizvoda u filmskim i televizijskim programima i zahvaljujući ugovorima o sponzorstvu. Vlade, političari i nevladine organizacije takođe koriste strategije oglašavanja, jer se trude da promovišu i zadobiju podršku za svoje politike i programe, i u nekim slučajevima, da poprave svoju sliku u javnosti. U mnogim zemljama, lokalna privatna oglasna infrastruktura nije dovoljna da usluži sve postojeće medijske aktere. Zbog toga, medijske kompanije, ali i vlade, povremeno moraju da angažuju strane oglasne firme. Zatim, međunarodne kompanije i organizacije koje žele da dosegnu lokalnu publiku kupuju oglasni prostor od lokalnih medija. Posljednjih godina svjedoci smo pojave ‘superbrendova’: proizvoda ili kompanija čije je oglašavanje i brendiranje postalo ‘globalno’.

#### JEDINICE

1. Oglašavanje, prihod i regulativa
2. Nekomercijalno oglašavanje
3. Oglašavanje – kreativni proces
4. Oglašavanje i politički život

# 1 JEDINICA: OGLAŠAVANJE, PRIHOD I REGULATIVA

▶ **TRAJANJE:** 2 sata

## GLAVNE TEME

- Analiza propisa o oglašavanju
- Primjena propisa na aktuelne oglase
- Oglašavanje kao izvor prihoda

## CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Analizira oglašavanje kao važan izvor prihoda televizije
- Ispita i procijeni svrhu i učinak propisa u reklamnoj industriji
- Primijeni postojeću regulativu na aktuelne primjere oglašavanja
- Vrednuje uticaj oglašavanja na programsku politiku i medijske sadržaje

110

## PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

- Koristeći Internet ili biblioteku, pregledajte postojeće propise za reklamnu industriju u vašom regionu. Pronađite gdje građani mogu da ih pronađu ako im trebaju. Otkrijte koji su pojedinci ili grupe kreirali te propise. Sumirajte najvažnije teme koje propisi obrađuju i objasnite njihovu svrhu. Objasnite kako oni štite interese građana i potrošača. Objasnite kako treba da utiču na industriju oglašavanja.
- Primijenite važeće propise na razne oglase iz lokalnih medija. Procijenite koliko se poštuju. Predstavite posebne primjere iz svakog oglasa kojima ćete potkrijepiti tvrdnje iz svog odgovora. U slučajevima kad oglas krši pravila, istražite za kojim mjerama potrošači mogu da posegnu
- Istražite da li su potrebe oglašivača uticale na vrstu ili kvalitet programa, ili izvještavanja u medijima. Analizirajte mogućnosti oglašavanja kao izvora prihoda za određeni medij. Na primjer, analizirajte raspored emitovanja u udarnim terminima televizijskog ili radio programa u vašoj zemlji. Obratite pažnju na emisije koje se emituju između 20.00 i 23.00 sata.
- Odaberite jednu stanicu i pogledajte, ili odslušajte, jedan ili dva sata njenog programa. Posebno obratite pažnju na emitovanje reklama. Objasnite rezonovanje po kom su reklame smještene tokom određenih emisija. Takođe zabilježite svako oglašavanje ili plasiranje

proizvoda koje se odvija u samim emisijama. Procijenite koliko strategije oglašavanja koje su korišćene u tom vremenskom periodu uspješno dosežu do ciljne publike

- Analizirajte prvih deset najgledanijih TV emisija, prema indeksima gledanosti, u vašem regionu. Odaberite jednu TV mrežu i odredite koje biste proizvode ili usluge odabrali da reklamirate tokom jednog programa, ili vremenskog perioda. Objasnite svoje izbore i identifikujte ciljnu publiku do koje možete doći tokom datog vremena. Provedite istraživanje da biste odredili prihod koji u tom vremenskom periodu generiše oglas u trajanju od 30 sekundi
  - Uzimajući u obzir da je oglašavanje glavni izvor prihoda medija, da li treba žrtvovati Slobodu izražavanja, Slobodu štampe ili Slobodan pristup informacijama, da bi se zadovoljili oglašivači, velike kompanije, ili vlade? Kakve posljedice to može imati? Da li iznosi vladinih davanja medijima i drugim dobavljačim informacija koji se finansiraju iz javnih sredstava treba da budu javno poznati? Da li javno ili privatno finansirani mediji i drugi dobavljači informacija treba da polože račune vladi po primitku zarade od oglašavanja?
  - Prvenstveni cilj medija i drugih dobavljača informacija je da ostvaruju zaradu. Razgovarajte o ovoj tvrdnji. Iznesite argumente za i protiv. Da li mediji i drugi dobavljači informacija mogu da posluju bez oglašavanja? Šta treba da preduzmu građani, ako se ispostavi da mediji i drugi dobavljači sadržaja žrtvuju javno dobro zbog prihoda od oglašavanja? Zašto treba nešto preduzeti??

#### — NAPOMENA

Ova vježba može da se preradi tako da se koristi materijal iz novina, časopisa, sa veb sajtova, i tako dalje.

## PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Analiza oglasa i procjene mjere poštovanja propisa
- Analiza i procjena TV emisija, oglašavanja i prihoda

## 2. JEDINICA: NEKOMERCIJALNI OGLASI

► **TRAJANJE:** 3 sata

## GLAVNE TEME

- Analiza nekomercijalnih oglasa
- Kreativni proces i planiranje nekomercijalnog oglasa (NO)

## CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Analizira nekoliko NO, kao načina da se saopšte informacije o različitim pitanjima
- Načini plan jednog originalnog NO na određenu temu, uključujući izjavu o svrsi, poruku, ciljnu publiku, kao i tehničke i kreativne postupke
- Napravi NO
- Vrednuje uspješnost odabrane komunikacione strategije i svog NO da prenese informacije i željene poruke, i da dosegne ciljnu publiku

## PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

S vremena na vrijeme, vlade požele da sa svojim građanima komuniciraju preko medija da bi postigle određeni cilj javne politike. Klasični primjeri su kampanje javnog zdravlja, da se ograniči širenje virusa HIV i infekcije SIDA-om, kampanje da se podstakne korišćenje mreža protiv komaraca da bi se suzbila malarija, ili kampanje opismenjavanja. Takva praksa je poznata kao nekomercijalno oglašavanje, to jeste, nekomercijalni oglasi (NO).

- Polazeći od priloženih primjera, razgovarajte o značenju i svrsi NO. Objasnite u čemu je NO različito od komercijalnog oglašavanja. Kroz oluju ideja oformite spisak pitanja kojima se bave NO koje ste imali prilike da vidite. Izdvojite razne primjene NO u vašoj regiji.
- Posjetite jedan od sajtova nekomercijalnih javnih organizacija: (Ovdje navedeni su samo primjeri izvora koji treba da ilustruju opisane aktivnosti. Umjesto njih se mogu koristiti drugi izvori, koji odgovaraju vašoj zemlji ili regionu.)
  - <http://www.un.org.za/public-service-announcement-on-the-effects-of-drugs> (Preuzeto 20. 8. 2015.)
  - <http://www.unodc.org/unodc/en/human-trafficking/human-trafficking-public-service-announcements.html> (Preuzeto 20. 8. 2015.)
  - <http://saloproductions.com/public-service-announcements/psa-samples.php> (Preuzeto 20. 8. 2015.)

Analizirajte nekoliko štampanih ili video NO i razgovarajte o glavnim svojstvima svakog od njih. Izdvojite ključne informacije i glavnu poruku koja se saopštava i analizirajte kako su predstavljene. Podjednako obratite pažnju na tehnike i na kreativne postupke.

- Analizirajte korišćenje emotivne privlačnosti u različitim NO. Utvrdite da li ti NO nešto tvrde i da li to potkrepljuju činjenicama. Analizirajte kako tehnički elementi NO pojačavaju značenje ili poruku. Objasnite efekte koji se postižu korišćenjem različitih vrsta i uglova snimanja. Objasnite kako se zvuk može upotrijebiti da prenese značenje.
- Polaznici mogu da 'rastave' do detalja jedan NO iz grupe primjera, tako što će izraditi storibord na osnovu onog što su vidjeli. Biće potrebno da više puta pogledaju NO, a onaj ko izvodi obuku će pauzirati emitovanje posle svakog kadra, tako da u svom storibordu mogu da dokumentuju ono što vide i čuju. Primjeri storibordova se mogu naći na adresi [www.storyboardsinc.com](http://www.storyboardsinc.com) (Preuzeto 20. 8. 2015.)

- Napravite originalni plan za NO, za neko važno društveno ili kulturno pitanje. Kroz oluju ideja sačinite spisak tema koje se mogu koristiti kao osnova za NO. Razgovarajte o njegovoj svrsi i publici kojoj je namijenjen. Takav razgovor će, zauzvrat, pomoći da se oblikuje poruka koju želite da saopštite. Razmislite o glavnim informacijama i porukama koje treba prenijeti
  - Prvo razmotrite kome želite da se obratite, i kako. Vaša informacija i poruka treba da budu upućene određenoj, posebnoj publici
  - Predstavite svoju zamisao na papiru i napravite spisak postupaka koje možete koristiti da biste kreirali NO. Među njima se mogu naći kreativne strategije (sadržaj zamisli za NO) i tehničke strategije (produksijski deo)
  - Napravite nacrt svog NO, uključujući izjave koje definišu zamisao, tehničke i kreativne postupke i odabranu publiku

### SMJERNICE ZA NEKOMERCIJALNI OGLAS (NO)

**Prilagođeno iz Think Literacy** [www.edu.gov.on.ca/eng/.../thinkliteracy/library.html](http://www.edu.gov.on.ca/eng/.../thinkliteracy/library.html)  
(Preuzeto 20. 8. 2015.)

**Koncipiranje:** Vi izrađujete NO da bi zadovoljio ciljeve vaše organizacije/klijenta, i da biste objasnili svrhu ili funkciju vaše kampanje.

**Strategije:** Kreativna (objašnjavanje vaših ideja, uključujući objašnjenje kao će se ostvariti ciljevi), i tehnička (koji će se mediji koristiti, i kako, da bi se ostvarili ciljevi klijenta).

**Publika:** Ko je vaša ciljna publika? Do koga treba da stignete? Navedite pojedinosti o svojoj publici (starost, rod, rasa, klasa, nacionalnost, koliko su upoznati s medijem koji namjeravate da koristite, i tako dalje).

**Tekst:** Opšta poruka kampanje koja mora biti u vezi s ciljevima, i kreativni postupci, prethodno pomenuta strategija (sve bitne informacije, tačka gledišta, tok priče, prikazi muškaraca i žena, jezik, kostimi, ponašanje likova). Razmislite o korišćenju posebnih poziva i emotivnih apela.

**Produkcija:** Nacrt šta treba da se obradi. To mora biti povezano s tehničkom strategijom. Razmotrite lokacije, rad kamere, zvuk, glas iz pozadine, posebne efekte, grafiku, animaciju, i tako dalje. Odlučite se za tehnologiju kojom ćete prenijeti željeno značenje i koja uklapa s vašom porukom.

**Oglasna/Poslovna komponenta:** Objasnite i obrazložite svoje izbore u vezi s tim gdje i kada želite da se vaš NO odvija. Takođe, TV, radio ili Internet NO treba da sadrži elemente oglasa karakterističnih za te medije, kao što su reklamni slogan/pjesma, posebni apeli i zahtjevi, scenario koji definiše odgovarajuću scenografiju, rekvizite i kostime, kao i storibord koji sadrži odgovarajuća uputstva za rad sa slikom ili zvukom.

## PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Koncept i planovi za jedan NO
- Konačni proizvod: NO kao medijski tekst – predstavljanje i razgovor



## 3. JEDINICA: OGLAŠAVANJE: KREATIVAN PROCES

▶ **TRAJANJE:** 3 sata

### GLAVNE TEME

- Oglašavanje i sponzorstvo – lokacija, poruke i publika
- Vrednovanje zahtjeva i apela u oglasima
- Analiza izrade i produkcije oglasa
- Plasiranje proizvoda u programima

### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

114

- Analizira oglašavanje kao način da se prenesu informacije
- Istražuje proces razvijanja koncepcije u oglašavanju, uključujući tehničke i kreativne postupke
- Razloži glavne sastojke koji ulaze u sastav jednog oglasa i njegovu emotivnu privlačnost
- Procijeni uticaj oglasnih poruka na posebnu ciljnu publiku
- Objasni kako se koncept 'aktivne' publike može primijeniti u oglašavanju, ili preciznije, kako publika dolazi do značenja (kako objašnjavamo uspjeh nekih reklama i promašaj drugih)
- Prepozna najmodernije tokove u oglašavanju
- Uoči postupak plasiranja proizvoda u programima kao posredno reklamiranje (miješanje uredničkog i komercijalnog sadržaja)

### PEDAGOŠKI POSTUPCI i AKTIVNOSTI

- Napravite zamišljeni obilazak svoje škole/univerzitetskog naselja i okoline. Pronađite kakvih sve oglasa, nekomercijalnih objava, promocija ili sponorisanih sadržaja tu ima. Napravite kratak prikaz svakog primjera oglasa/NO/sponzorstva. Objasnite poruku i sliku koja je kreirana u svakom od primjera i procijenite koliko uspješno prenose neophodne informacije. Pronađite izvor za svaki primjer (to jeste, ko je izradio, ili ko ima dobrobiti/zaradu od oglasa).
  - Objasnite zašto preduzetnici i institucije često odluče da im se nazivi, proizvodi ili logotipi nađu na oglasu. Objasnite na koji način se takva sponzorstva/promocije razlikuju od 'tradicionalnog' oglašavanja, to jeste, reklamiranja.

- U lokalnim zajednicama često razmatraju da li da prodaju prava na korišćenje imena nekih oblasti, mjesta ili zgrada. Razgovarajte koje prednosti i obaveze slijede iz takvih marketinških strategija, za oglašivača, zajednicu i pojedinca.
- Pregledajte kompletne ilustriranih magazina, pogledajte reklamne oglase na televiziji i posjetite nekoliko veb prezentacija poznatih kompanija. Objasnite strategije oglašavanja u tim primjerima. Analizirajte 'ličnost' proizvoda koji se predstavljaju u svakom od njih i identifikujte koje emocije oglašivač pokušava da izazove. Šta obećava ili kakva rješenja nudi komercijalni ili nekomercijalni oglas? Koliko su ona realna? Kakvi se prizori sreće ili uspjeha nude?
  - U svakom oglasu pronađite koje informacije, poruke i vrijednosti on prenosi. Razgovarajte o potrebi jasnog odvajanja uredničkog od reklamnog sadržaja. Takođe, upitajte se da li ti oglasi iznose neke posebne tvrdnje? Kojim činjenicama se potkrepljuju te tvrdnje? Da li je neka informacija nejasna ili dovodi u zabludu? Na osnovu svoje analize, šta biste preporučili publici ovog oglasa? Drugim riječima, da li biste prihvatili informaciju koja se u njemu saopštava. Zašto da, ili zašto ne? Da li biste predložili neke izmjene da bi informacija ili poruka bila tačnija ili potpunija? Objasnite na primjerima.
- Odaberite štampani oglas i pažljivo ga analizirajte. Ova vježba traži da razmotrite elemente produkcije koji su korišćeni za izradu oglasa, informacije i poruku koji se njime prenose, kao i ciljnu publiku. Kako elementi produkcije (kompozicija, ugao, osvjetljenje, boja, izbor riječi, i tako dalje) podupiru poruku i informacije koji se saopštavaju? Drugim riječima, kako forma ojačava sadržaj?
- Plasiranje proizvoda znači isticanje komercijalnog proizvoda u radijskom ili televizijskom programu, ili u knjizi, a sve više i na Interetu, a da se to ne označava kao reklama, da bi se zadovoljio proizvođač koji je sponzorisao program (na primjer, platio neke, ili sve njegove troškove). Neka regulatorna tijela dozvoljavaju plasiranje proizvoda, pod uslovom da gledaoci o tome budu jasno obaviješteni na početku i na kraju programa. Izaberite primjere plasiranja proizvoda: Da li su oni obilježeni kao takvi? Ako u vašoj zemlji postoje pravila u vezi s plasiranjem proizvoda, šta mogu da preduzimaju građani ako se ona krše? Kakva se poruka o proizvodu šalje, uzimajući u obzir kontekst? Kakve se poruke šalju samim proizvodom, kao i kontekstom u koji je postavljen? Da li bi drugačiji kontekst ili plasiranje promijenili utisak o proizvodu i njegovu poruku?
  - Napravite spisak aktera koji su angažovani u reklamnoj djelatnosti. Tu bi trebalo da se nađu pojedinci i institucije/organizacije. Opišite ulogu svakog od njih. Razmotrite audiovizuelno oglašavanje. Da li mislite da je uloga svakog od glavnih aktera koje ste nabrojali vidljiva u krajnjem proizvodu, oglasu? Kako mislite da vam znanje o onima koji su angažovani na kreiranju i diseminaciji tog oglasa pomaže da zauzmete bolji stav prema njemu, ili da bolje procijenite koliko je koristan i koliko je u stanju da prenese informacije koje vam trebaju? (Primjedba: U vezi s ovim može biti zanimljiva serija dokumentarnih filmova Ubjeđivači (The Persuaders) – vidjeti prikaz programa u popisu izvora na kraju ovog modula.)

## PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Analiza oglasa – uključujući emotivnu privlačnost, tehničke/produkcijske komponente i ciljnu publiku
- Zapisi u medijskom dnevniku – odgovori u vezi s pregledanjem i dekonstrukcijom oglasa

## 4.JEDINICA: OGLAŠAVANJE I POLITIČKI ŽIVOT

▶ **TRAJANJE:** 2 sata

### GLAVNE TEME

- Analiza političkog i izbornog oglašavanja
- Vrednovanje smjernica za političko oglašavanje
- Vrednovanje rada tijela koja regulišu izbornu oglašavanje
- Važeća medijska pravila tokom nacionalnih izbora

### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Procjenjuje političko i izbornu oglašavanje
- Vrednuje smjernice koje važe za političko oglašavanje
- Analizira emotivnu privlačnost u političkom i izbornom oglašavanju
- Preporuči strategije za njegovanje informisanog građanstva, koje manje podliježe emotivnoj privlačnosti političkog oglašavanja
- Objasni moguće procedure za građane koji žele da se obrate regulatornom tijelu tokom izbora

116

### PEDAGOŠKI POSTUPCI i AKTIVNOSTI

- Prikupite primjere političkih oglasa u vašoj zemlji ili oblasti. Ako je potrebno, uradite istraživanje u svojoj lokalnoj biblioteci. Analizirajte te oglase koristeći smjernice iz 2. jedinice. Razmislite zašto bi prosječni građanin bio zainteresovan za političko oglašavanje. Procijenite djelotvornost svakog oglasa, s obzirom na svrhu, informacije i poruke koje prenosi na ciljnu publiku. Objasnite kako se dizajn/forma oglasa koristi da pojača sadržaj.
- Analizirajte više oglasa iz iste političke kampanje. Procijenite koliko su korišćena grafika, slike, slogani i poruke, zajedno, doprinijeli uspjehu kampanje u cjelini.
- Koristeći Internet i/ili bibliotečke izvore, proučite regulatorna tijela koja su zadužena da prate političko oglašavanje. Proučite smjernice koje su ustanovljene da bi se pratilo oglašavanje političkih kandidata tokom izbora. Procijenite u kojoj mjeri se odabrani oglasi slažu s tim smjernicama.

- Istražite kako regulatorna tijela predstavljaju interese građana. Ispitajte moguću ulogu građana, da se osigura da će političko oglašavanje biti istinito, pošteno i tačno. Sačinite moguće predloge koje biste uputili regulatornom tijelu u vezi s političkim oglašavanjem.
- Popišite medijske regulative (koje je ustanovila nacionalna izborna komisija) za izvještavanje o izborima. Pogledajte da li ima smjernica za izvještavanje o istraživanjima javnog mnjenja, dodjeli vremena nacionalnih emitera različitim političkim partijama, saopštavanju izbornih rezultata, i tako dalje.
- Politički konsultant Frenk Lanc (Frank Luntz) govori svojim klijentima da je „80 odsto našeg života emocija, a samo 20 odsto intelekt. Mnogo više me zanima kako se osjećate nego kako razmišljate.“ Analizirajte političko oglašavanje u svijetlu ovog mišljenja. Objasnite u kojoj mjeri su politički oglasi zasnovani na emotivnoj privlačnosti. Ispitajte jezik koji se koristi da se 'proda' neki kandidat, njegove/njene ideje i politika. Procijenite da li je upotrebljeni jezik tačan ili dovodi u zabludu.
- Zbog toga što se emotivna privlačnost koristi u političkom oglašavanju, preporučite strategije za njegovanje informisanog građanstva.

## TEME ZA DALJE RAZMATRANJE

- Sponzorstvo kompanija i zajednica (uključujući sponzorstvo i oglašavanje u školama)
- Angažovanje slavni osoba u oglašavanju
- Brižni kapitalizam – povezan s angažovanjem slavni, iako je svrha isticanje marketinga i strateškog altruizma raznih korporacija
- Psihografike i istraživanja publike

## IZVORI ZA OVAJ MODUL

Molimo, imajte na umu da većina navedenih izvora potiče iz Sjeverne Amerike i da možda neće odgovarati za korišćenje svuda u svijetu. Oni koji izvode obuku treba da pronađu alternativne lokalne ili regionalne materijale s pogodnijim primjerima.

- *Adbusters* – [www.adbusters.org](http://www.adbusters.org) (Preuzeto 6. 8. 2015.) – Kritički stav prema oglašavanju u popularnoj kulturi; čuven po svojim parodičnim oglasima
- *Advertising Age* – [www.adage.com](http://www.adage.com) (Preuzeto 6. 8. 2015.) – Stručna publikacija, sa cijenama oglašavanja, izvještajima o reklamnim strategijama, i tako dalje
- *Ads of the World* – <http://adsoftheworld.com/> (Preuzeto 6. 8. 2015.) – Oglasna arhiva i forum sa diskusije o oglasnim proizvodima širom svijeta
- *The Persuaders* – Frontline – [www.pbs.org](http://www.pbs.org) (Preuzeto 6. 8. 2015.) – Ovaj program istražuje kako su marketing i strategije oglašavanja zadobili ogroman uticaj, ne samo na ono što ljudi kupuju, nego i na to kako vide sebe i svijet oko sebe. Ovaj 90-minutni dokumentarni program se oslanja na niz stručnjaka i onih koji prate svijet oglašavanja/marketinga. Cio program se može pogledati onlajn u šest djelova na prezentaciji kuće PBS. Za ovaj modul, ako je moguće, treba pogledati 1. i 2 dio: *High Concept Campaign i Emotional Branding*.
- <http://www.un.org.za/public-service-announcement-on-the-effects-of-drugs>

(Preuzeto 6. 8. 2015.)

- <https://www.unodc.org/unodc/en/human-trafficking/video-and-audio-on-human-trafficking-and-migrant-smuggling.html> (Preuzeto 6. 8. 2015.)
- <http://saloproductions.com/public-service-announcements/psa-samples.php> (Preuzeto 6.8.2015.)
- *The Merchants of Cool* – Frontline – [www.pbs.org](http://www.pbs.org) – Onlajn dostupan dokument koji istražuje kako oglašivači ciljaju na mlade
- *Think Literacy, Media, Grades 7–10 (2005)* – Izvor za izradu nekomercijalnih oglasa. <http://www.edu.gov.on.ca/eng/studentsuccess/thinkliteracy/library.html> (Preuzeto 6. 8. 2015.)
- *Rejected Online* – [http://adsoftheworld.com/blog/commentary/best\\_rejected\\_advertising](http://adsoftheworld.com/blog/commentary/best_rejected_advertising) (Preuzeto 6. 8. 2015.)– Reklame koje su klijenti odbili zbog estetskih, komercijalnih ili stratejskih razloga. Sadrži i odbačene, zabranjene, parodijske i najviše kritikovane reklamne oglase

# MODUL 6: NOVI I TRADICIONALNI MEDIJI

## OKOLNOSTI I OBRAZLOŽENJE

U ovom modulu predstavljena je uloga novih i konvergentnih tehnologija u povećanju učešća građana u društvenim, ekonomskim i političkim promjenama. Objašnjava se kako su nove digitalne i elektronske forme medija (onlajn vijesti, blogovi, Vikipedija, JuTjub, platforme za društveno umrežavanje, video igre, i drugo) nastale iz tradicionalnih medija i kako omogućavaju veći pristup informacijama i znanju, slobodi izražavanja, dobrom upravljanju i učestvovanju u demokratskim procesima.

Paralelno postojanje štampanih medija, emitterskih medija (radio i televizija), Interneta, mobilnih telefona, i tako dalje, omogućava da medijski sadržaji teku preko različitih platformi, čime se povećava pristup informacijama i stvara participativna kultura u kojoj građani nijesu samo konzumenti informacija, nego aktivno učestvuju i u njihovom stvaranju i distribuciji. Nove informacione i komunikacione tehnologije (IKT), na primjer, otvorile su mogućnosti da publika više učestvuje u dijeljenju informacija i znanja i podstakle ljude da se aktivno uključe u demokratske procese, što je u mnogim društvima doprinijelo većem otvaranju.

U suštini, novi mediji i konvergentne tehnologije stvaraju nove prostore za samoizražavanje i učestvovanje u javnom diskursu na najrazličitije društvene, ekonomske i političke teme. Nove medijske platforme omogućavaju građanima da stalno budu u dodiru s demokratskim procesima u svom društvu i pomažu da se svjetske vijesti i teme približe lokalnoj sredini.

### JEDINICE

1. Od tradicionalnih medija do novih medijskih tehnologija
2. Upotreba novih medijskih tehnologija u društvu – masovne i digitalne komunikacije
3. Nastavna upotreba alata za interaktivne multimedije, uključujući digitalne igre



## 1. JEDINICA: OD TRADICIONALNIH MEDIJA DO NOVIH MEDIJSKIH TEHNOLOGIJA

► **TRAJANJE:** 2 sata

120

### GLAVNE TEME

- Promjena i trajanje – kratka istorija medija
- Šta je stapanje (konvergencija) medija?
- Digitalni mediji kao novi mediji
- Glavne razlike između tradicionalnih i novih medija

### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Ispriča kratku istoriju medija
- Objasni kako su nove tehnologije dovele do stapanja tradicionalnih i novih medija
- Objasni razlike između tradicionalnih i novih medija i kako su ovi drugi unaprijedili participativnu demokratiju

### PEDAGOŠKI POSTUPCI i AKTIVNOSTI

- Važna novina koju su donijeli digitalni mediji bilo je udaljavanje od tradicionalnog modela komunikacije 'jedan mnogima', karakterističnog za štampane i emitterske medije, ka modelu 'ravan ravnom' koji olakšava saradničko stvaranje i dijeljenje sadržaja. Kada se sadržaj digitalizuje, postaje dostupan s niza uređaja, uključujući radio, televizor, personalni računar i, možda najvažnije, mobilni telefon, koji se pomalja kao dominantna platforma za isporuku

sadržaja svih vrsta. Digitalizacija glasa, slike, zvuka i podataka – poznata kao stapanje – stvara nove mogućnosti za interakciju.

- Radeći u grupama, polaznici dobijaju zadatak da istraže evoluciju medija do pojave Interneta, da zabilježe kad je Internet prvi put upotrijebljen i kako se dogodilo da se u njihovoj sredini sve više koristi. Treba da vrednuju njegove primjene i dobrobiti za obrazovanje, građansko društvo i državnu upravu. Rezultate tog rada treba predstaviti u odjeljenskoj diskusiji
- Polaznici istražuju do koje mjere digitalni mediji u njihovom društvu daju priliku za slobodan govor. U istraživanju treba da obrate pažnju na to kako se u njihovom društvu tradicionalni mediji (novine, radio i televizija) stapaju s novim medijima (na primjer, sajtovi onlajn vijesti sa mutimedijskim pristupom). Polaznici treba da predstave saznanja do kojih su došli istraživanjem putem PowerPoint, ili neke druge prezentacije
- Polaznici istražuju u kom obimu novi mediji predstavljaju izazov tradicionalnim informativnim medijima u njihovom društvu, razmatraju različite medije koje ljudi u njihovoj sredini koriste da bi iskazali svoja gledišta o bitnim temama iz vijesti, analiziraju korisnike različitih medijskih platformi, kao i teme/pitanja o kojima raspravljaju. Rezultate istraživanja treba da predstave u grupnoj diskusiji i debati

## — AKTIVNOSTI

- Napišite kratak sastav o glavnim razlikama između tradicionalnih i novih medija i u njemu razmotrite koliko su te razlike stvarne, a koliko vještačke. U svom sastavu procijenite sličnosti i razlike između tradicionalnih i elektronskih ili digitalnih medija. Treba obraditi pitanja uredničke odgovornosti, provjeravanja tačnosti podataka i ostalih novinarskih principa
- Jedna karakteristika tradicionalnih medija je da medijski sadržaj prolazi kroz organizovan proces uređivanja koji je smišljen da bi se novinske priče provjeravale i da bi se autorstvo pripisalo novinskoj kući, a ne pojedincu. Onlajn građanin-novinar ne prolazi kroz taj proces. Imajući ovo u vidu, razgovarajte o razlici između novinskog teksta sa stavom, kakav je blog unos jednog blogera i novinskog izvještaja koji se pojavljuje u onlajn izdanju dnevnih novina
- Istražite i napravite izvještaj o tome koliko su se znanje i informacije promijenili, ili ostali isti, od kad su nove medijske tehnologije ušle u vaše društvo
- Pripremite sastav o tome kako je pojava novih medija uticala na način na koji ljudi međusobno reaguju i kakvu korist imaju od toga. Takođe, postavite pitanje kako novi mediji utiču na društveni i akademski život nastavnika i kakve su smetnje i prilike za poboljšanje univerzalnog pristupa digitalnim medijima



## 2. JEDINICA: UPOTREBA NOVIH MEDIJSKIH TEHNOLOGIJA U DRUŠTVU – MASOVNE I DIGITALNE KOMUNIKACIJE

► **TRAJANJE:** 2 sata

### GLAVNE TEME

- Novi mediji i društveni odnosi – društveno umrežavanje, i tako dalje
- Komunikacione tehnologije i razvoj
- Međudnos između promjena u masovnoj komunikaciji kao rezultata novih tehnologija i promjena u demokratskim institucijama

### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

122

- Analizira efekte digitalnih komunikacija na društveni i politički život u svojoj sredini
- Objasni upotrebu jednog ili dva nova medijska formata za dijeljenje znanja i informacija o aktuelnim temama u društvu
- Vrednuje kako se novi mediji koriste u masovnom komuniciranju i vrednuje uticaj demokratskih institucija i procesa u društvu

### PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

**Istraživanje i diskusija na času:** Polaznici preduzimaju malo istraživanje da bi vrednovali uticaj digitalnih komunikacionih tehnologija na razvoj; tu treba uključiti upoznavanje s medijskim platformama koje se koriste u njihovoj zemlji i kako ti mediji predstavljaju zemlju spoljašnjem svijetu. Polaznici treba da posjete zvaničnu veb prezentaciju svoje zemlje, da porazgovaraju u grupama kako se projektuje slika o njoj i da to uporede sa susjednim zemljama. Treba da nabroje koja bi još svojstva voljeli da vide kao dio predstavljanja njihove zemlje u svijetu. Nalaze istraživanja treba razmotriti kroz odjeljensku diskusiju.

**Istraživanje i grupna prezentacija:** Polaznici treba da obave malo istraživanje da bi ispitali kako tradicionalni načini masovnog komuniciranja i novi mediji (na primjer, lokalna radio stanica; privatne, regionalne i nacionalne dnevne novine, i Internet) utiču na učešće publike u nekoj društvenoj, ekonomskoj ili političkoj debati. Primjeri mogućih tema za istraživanje su edukacija o HIV/AIDS, ili društvena pravda za manjinske grupacije. Ima smisla da se pažnja naročito usmjeri na ulogu mobilnih telefona i aplikacija za socijalno umrežavanje (kao što su Fejsbuk ili Tviter), kao alata da se mobiliziraju grupe. Opštije, polaznici mogu da diskutuju o sljedećim temama: Ko su

vlasnici medija? Ko stvara poruke i koja je glavna poruka koja se šalje? Kojoj publici se obraćaju, i zašto baš njoj? Kako se u tom pogledu razlikuju tradicionalni i onlajn mediji?

**Odeljenska diskusija:** Onaj ko izvodi obuku treba da organizuje opštu diskusiju o tome koji novi mediji se najviše koriste u okruženju polaznika: Internet, mobilne tehnologije (na primjer, SMS i aplikacije za pametne telefone), digitalna televizija, digitalni radio, računarske igre/onlajn igre (na primjer, igre virtuelne realnosti, kao što je SIMS). Kroz razgovor treba ispitati prednosti i mane tih novih medija. Prije ove aktivnosti, polaznici treba da urade intervju, ako je moguće, i u gradskim i u seoskim sredinama, na temu upotrebe mobilnih telefona. Polazeći od intervjua treba da saopšte grupi u čemu se, po njihovom mišljenju, sastoji uticaj mobilnih telefona na društveni, ekonomski i politički život korisnika ovih uređaja.

## — AKTIVNOSTI

- Sprovedite malo istraživanje o tome kako novi mediji i medijske tehnologije mijenjaju načine komuniciranja ljudi u vašem društvu i kako to mijenja način na koji se ljudi međusobno odnose, razmjenjuju informacije i dolaze do obavještenja koja im služe kao osnova za donošenje odluka
- Napravite studiju slučaja o tome kako se masovni mediji i nove tehnologije koriste za masovno komuniciranje i kako utiču na svakodnevni život, vrijednosti i mišljenje publike. Na primjer, kako je tehnologija mobilnih telefona pomogla da se premosti komunikacijski jaz između bogatih i siromašnih u društvu? Istražite kako digitalno komuniciranje mijenja način na koji se ljudi u vašem društvu ponašaju prema drugima, dijele znanje i razmjenjuju informacije
- Smislite kako da iskoristite neki sajt za društveno umrežavanje da biste povećali interakciju u vezi s temom koju želite da podučavate. S kojim rizicima i izazovima se najčešće srijeću nastavnici koji koriste društveno umrežavanje za obrazovne svrhe? Navedite rizike i predložite načine da se smanji njihov uticaj
- E-uprava podrazumijeva nove i preoblikovane vidove uprave, u čemu IKT igraju presudnu ulogu. Korišćenje IKT uticalo je na upravljanje na mnogo načina. Neki od njih su: (1) E-demokratija, koja olakšava učešće kroz povećan pristup informacijama i znanju, što je osnova za donošenje odluka; (2) E-usluge, to jest, automatizacija dosadnih poslova kao što je popunjavanje poreskih formulara, provjera statusa neke prijave, i tako dalje; i, (3) E-administracija, koja poboljšava procese upravljanja i interno poslovanje u javnom sektoru, uz pomoć novih načina obrade informacija, čime upravljaju IKT. Stoga IKT mogu da se dobro upotrijebe za poboljšanje procedura upravljanja. E-upravljanje i e-vlada su povezani koncepti, uz suptilnu razliku.

E-vlada se odnosi na sisteme pomoću kojih se automatizuju procesi upravljanja, a e-upravljanje na procedure pomoću kojih ti procesi postaju otvoreni i inkluzivni (upor. UNESCO 2007).

- Neka polaznici upotrijebe Internet da istraže u kom obimu postoji e-upravljanje u njihovoj zemlji. Treba da izaberu bilo koja dva primjera kao dokaz da postoje takve aktivnosti. Voditelj obuke treba da ukaže koliko su građani uključeni ili pitani za mišljenje pri kreiranju tih servisa. Da li su građani uopšte konsultovani? Razgovarajte o učinku projekata uvođenja e-uprave. Šta su koristi, a šta nedostaci? Sprovedite osnovno istraživanje sličnih projekata u domenu lokalne uprave u vašem regionu ili međunarodno. Kakav tip projekta e-uprave biste preporučili svojoj lokalnoj upravi? Zašto?

- Pristup IKT ili novim tehnologijama je jednako važan za osnaživanje muškaraca, žena, invalidnih osoba i drugih marginalizovanih grupacija, kao što su etničko ili starosjedjelačko stanovništvo i stanovnici udaljenih krajeva.
- Koristeći lokalne ili međunarodne izvore informacija, istražite u osnovnim crtama kakav pristup IKT ili novim tehnologijama imaju žene, invalidne osobe ili ljudi koji žive u udaljenim krajevima. Da li žene imaju jednak pristup kao muškarci? U kojoj mjeri imaju pristup osobe s invaliditetom i oni koji žive u udaljenim krajevima? Kakve su posljedice? Šta treba uraditi ako su određene grupe skrajnute od pristupa novim tehnologijama? Ako za vašu zemlju ili region ne postoje dostupni podaci, pokušajte da saznate zašto je to tako? Koje organizacije treba da se zabrinu zbog toga što nema podataka? Šta može da se uradi u vezi s tim?

### 3. JEDINICA: UPOTREBA U NASTAVI ALATA ZA INTERAKTIVNE MULTIMEDIJE, UKLJUČUJUĆI DIGITALNE IGRE

► **TRAJANJE:** 3 sata

#### GLAVNE TEME

- Alati za interaktivne multimedije, otvoreni obrazovni izvori, programska rješenja za unapređivanje obrazovanja
- Alati za interaktivne multimedije/digitalne igre za stvaranje pogodnog okruženja za učenje
- Medijske igre kao sredstva da se podigne svijest i promovišu teme od svjetskog interesa
- Obrazovne igre nasuprot igrama za zabavu

#### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Uoči vrijednost alata za interaktivne multimedije, uključujući interaktivne veb sajtove, prezentacije, onlajn diskusije, blogove, vikije, viki-knjige, e-knjige, podcastove, vodkastoive i igre za podučavanje i učenje
- Razvije društvene, intelektualne i prostorno-vremenske vještine, koristeći alate za interaktivne multimedije, naročito igre
- Primijeni alate za interaktivne multimedije, naročito digitalne igre, u podučavanju i učenju
- Koristi nisko/visoko-tehnološke alate za interaktivne multimedije/igre da bi objasnio/la koncepcija iz nastavnog predmeta (na primjer, matematike, prirodnih nauka, društvenih disciplina, i tako dalje)
- Analizira različite alate za interaktivne medije koji su napravljeni u slobodno dostupnim i otvorenim ili u vlasničkim programima, i da vrednuju njihov uticaj i rezultate u podučavanju i učenju
- Vrednuje uticaj i mogućnosti koje pružaju otvoreni obrazovni izvori u procesu podučavanja i učenja

125

#### PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

**Alati za interaktivne medije:** Razmislite o predmetu koji podučavate. Koristeći bilo koju mašinu za pretraživanje, pronađite i napravite spisak alata za interaktivne multimedije, kao što su digitalne igre, koji se mogu upotrijebiti u nastavi za određenu lekciju (ili lekcije). Poređajte te alate po važnosti, s obzirom na to koliko su korisni za vaše konkretne ciljeve. Koje kriterijume ste primijenili? Proučite kriterijume koje koriste stručnjaci za upotrebu alata za interaktivne

multimedije u obrazovanju. Uporedite svoje, sa kriterijumima stručnjaka. Šta primjećujete? Da li se slažete s kriterijumima stručnjaka?

Da li na svom spisku alata za interaktivne multimedije možete pronaći one koji mogu znatno da izmijene i olakšaju saradnju i diskusiju u procesu podučavanja/učenja? Zašto ste izabrali te alate? Kako mislite da će multimedijske tehnologije omogućiti učenicima i nastavnicima da se na nove načine odnose prema informacijama, da mijenjaju sadržaj i stvaraju sopstveno znanje

**Onlajn igre:**<sup>6</sup> Odigrajte neku besplatnu humanitarnu simulacionu igru, kao što je Mirotvorac (Peacemaker), Prehrambene snage (Food Force) ili Darfur umire (Darfur is Dying). Kako računarska igra može pomoći da kreativno razmišljate o svjetskim problemima? Kakvi su ishodi učenja iz ovih igara? Ako je u obrazovnoj instituciji ograničen pristup Internetu, ili ga nema, nastavnike treba podsticati da gradi pristupaju s drugih javnih mesta gdje je Internet dostupan. Tamo gdje je Internet pristup krajnje ograničen, nastavnik može pokušati da nabavi igre na na CD-ROM ili DVD disku, ili može da koristi igre koje su prethodno instalirane na računaru. Polaznike treba podsticati da:

- Rade studije slučajeva upotrebe elektronskih igara u pojedinačnim predmetima (na primjer, jezik, matematika, geografija, i drugi) i da probno koriste jednu ili dvije igre u specifičnoj nastavnoj situaciji. Treba da napišu izvještaj o tome kako je igra korišćena i kako je to pomoglo da se postignu ciljevi lekcije
- Naprave plan lekcije koristeći elektronsku igru kao dio podučavanja i učenja, da bi podigli svijest o globalnim problemima, kao što su glad, sukob ili mir. Ovu lekciju treba da obrade na času i da napišu kratak izvještaj o reagovanju učenika na probleme, da navedu postavljena pitanja i predstave kako im je igra pomogla da se bave njima

126

**Otvoreni obrazovni izvori (OERs – Open educational resources):** Otvoreni obrazovni izvori su materijali za učenje i alati – uključujući cijele kurseve, nastavne materijale za njih, udžbenike, video snimke, testove, računarske programe, i mnogo drugih materijala (interaktivnih i onih koji to nijesu) – koji se koriste da olakšaju pristup znanju, u formatu otvorenih dokumenata, objavljeni s otvorenom licencom koja dozvoljava slobodno korišćenje, ponovno korišćenje i prilagođavanje posebnim potrebama datih grupa korisnika (učenici, edukatori edukatora, posrednici, i tako dalje). Polaznike treba podsticati da:

- Pronađu nekoliko veb sajtova koji daju pristup otvorenim obrazovnim izvorima
- Pronađu uslove/kriterijume za obrazovne izvore da bi se koristili kao otvoreni
- Analiziraju kako se izrađuju otvoreni obrazovni izvori, kako se koriste, distribuiraju i prilagođavaju posebnim nastavnim uslovima i potrebama učenja
- Analiziraju kako, na primjer, digitalne igre mogu da se pretvore u otvoreni obrazovni izvor, i da razumiju šta je potrebno uraditi da bi zadovoljile uslove za otvoren obrazovni izvor, uključujući zakone o kopiraju

**Istraživanja u biblioteci i diskusija na času:** Polaznici treba da pronađu, analiziraju i kritikuju niz tehnika koje se koriste u elektronskim igrama koje poznaju. Treba da sagledaju suprotnosti između elektronskih igara i tradicionalnih, ili kulturno specifičnih, sa stanovišta njihove obrazovne vrijednosti i ograničenja. Polaznici treba da predstave svoje nalaze kroz PowerPoint prezentaciju ili da za to upotrijebe grafikone..

6 [www.darfurisdying.com](http://www.darfurisdying.com)  
[www.food-force.com](http://www.food-force.com)  
[www.peacemakergame.com](http://www.peacemakergame.com) (Sve preuzeto 20.8.2015.)

**Odjeljska diskusija:** Napravite plan lekcije i skup nastavnih aktivnosti, uključujući jednostavne alate za interaktivne multimedije ili digitalne igre namijenjene procesu podučavanja i učenja. Polaznici treba da ispitaju razloge za i protiv korišćenja digitalnih igara u nastavnoj praksi. Jedna grupa treba da predstavi prednosti, a druga probleme i nedostatke korišćenja digitalnih igara u podučavanju i učenju. (Za više pojedinosti v. 3. poglavlje priručnika koji je na adresi [http://games.eun.org/2009/09/teachers\\_handbook\\_on\\_how\\_to\\_us.html](http://games.eun.org/2009/09/teachers_handbook_on_how_to_us.html). / Preuzeto 6. 8. 2015./)

## IZVORI ZA OVAJ MODUL

Molimo da imate na umu da nabrojani izvori većinom potiču iz SAD i dati su samo kao ilustracija. Od onih koji izvode obuku očekuje se da pronađu odgovarajuće lokalne ili regionalne izvore, kad god je moguće.

- *Youth Protection Toolkit*, [www.yprt.eu](http://www.yprt.eu) (Preuzeto 6.8.2015.)
- Lenhart, A. 2009. It's Personal: Similarities and Differences in Online Social Network Use between *Teens and Adults*. *Teens, Social Networking, Generations* presentation at the International Communications Association Annual Meeting. (May 2009). [www.pewInternet.org/Presentations/2009/19-Similarities-and-Differences-in-Online-Social-Network-Use.aspx](http://www.pewInternet.org/Presentations/2009/19-Similarities-and-Differences-in-Online-Social-Network-Use.aspx) (Preuzeto 6.8.2015.)
- Madden, M. 2009. Eating, Thinking and Staying Active with New Media. *Health, Education, Teens, Families, Web 2.0* presentation at the National Institute of Child Health and Human Development. (June 2009). [www.pewInternet.org/Presentations/2009/15--Eating-Thinking-and-Staying-Active-with-New-Media.aspx](http://www.pewInternet.org/Presentations/2009/15--Eating-Thinking-and-Staying-Active-with-New-Media.aspx) (Preuzeto 6.8.2015.)



# MODUL 7: MOGUĆNOSTI I IZAZOVI INTERNETA

128

## OKOLNOSTI I OBRAZLOŽENJE

Učestvovanje u informacionim društvu je od vitalnog značaja za građane svih starosnih doba. Internet svim korisnicima pruža velike mogućnosti za poboljšanje života. On pozitivno utiče na obrazovanje, a time što je dostupan preko niza različitih uređaja izuzetno je povećao broj izvora informacija koji su ljudima na raspolaganju. Djeca i mladi se najčešće dobro snalaze s njegovim aplikacijama i mogu imati ogromne koristi od toga, ali oni su takođe i ranjiv dio populacije. Pozitivne strane prate opasnosti i prijetnje, često iste kao one koje već postoje u stvarnom svijetu.

Preduzimanje mjera da se maloljetnici zaštite može pomoći da se riješi problem. Koliko god te mjere bile od pomoći, isključivo oslanjanje na strategije zaštite ipak ne može djelotvorno da osposobi mlade ljude da odgovorno koriste Internet. Najbolji način da im pomognemo da ostanu izvan domašaja štetnih uticaja jeste da ih osnažimo i obrazujemo kako da izbjegnju ili da kontrolišu opasnosti koje za sobom povlači korišćenje Interneta. U ovoj oblasti mogu biti od koristi i pomoći tehnologije, naročito kad je reč o djeci i mladima.

### JEDINICE

1. Mladi u virtuelnom svijetu
2. Izazovi i opasnosti

# 1. JEDINICA: MLADI U VIRTUELNOM SVIJETU

► **TRAJANJE:** 3 sata

## GLAVNE TEME

- Web 2.0 i virtuelni svijet
- Korišćenje Inteneta i onlajn navike djece i mladih
- Međunarodne konvencije i drugi instrumenti u vezi s pravima djece

## CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Razumije kako mladi koriste Internet i šta ih zanima
- U vezi s korišćenjem Interneta, predstavi opšta pravila i uslove, kodekse ponašanja i propise koji regulišu privatnost
- Stekne sposobnost da koristi obrazovne metode i osnovne alate da bi pomogao mladim ljudima da odgovorno koriste Internet – i da kod njih razvije svijest o njegovim mogućnostima, izazovima i opasnostima

129

## PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

Veb 2.0 je skraćenica za one vidove Intereta koji olakšavaju interakciju i korisničke sadržaje (kao što su aplikacije za mobilne telefone).

Ova jedinica se može obraditi uz korišćenje izvora koji se mogu naći onlajn, kao što su slobodno dostupni video snimci o Internetu, njegovim proširenim svojstvima i uticaju na društvo. Alternativno, možete pripremiti PowerPoint prezentaciju o Vebu 2.0. U njoj bi trebalo da se nađe što više glavnih elemenata virtuelnog svijeta. Organizujte diskusiju u malim grupama o tim glavnim elementima. Tražite od svake grupe da pripremi i održi kratku prezentaciju na temu dobrobiti od Veb 2.0 tehnologija.

- Pitajte polaznike da li učestvuju na nekoj društvenoj mreži i/ili koriste veb. Ako da, koliko često? Zamolite ih da prošetaju vebom i da postave jedan profil, da pogledaju profile drugih, da postave i preuzmu sadržaje s Internet platformi (kao što je Vikipedija) i da se uključe u razgovor u nekoj sobi za ćaskanje, onlajn saradnički poduhvat, blogovanje i tvitovanje. Razgovor s polaznicima posle ovih aktivnosti treba da se usmjeri na obrazovne koristi i odgovorno korišćenje veba, kao i na njegove izazove i opasnosti. Zapišite i prodiskutujte i neke od sopstvenih briga u vezi s korišćenjem veba



- Polaznici, podijeljeni u grupe, prave i koriste viki da bi dijelili informacije o nekom pitanju obrazovne prakse ili politike. U ovom zadatku treba odvojiti dovoljno vremena za svačije angažovanje (na primjer, tokom jednog polugodišta). Oni koji izvode obuku i polaznici treba da definišu kriterijume za procjenu viki doprinosa, koliko unosi svakog polaznika odgovaraju svrsi i utiču na uspjeh zajedničkog posla
- Zamolite polaznike da se sami podijele na male grupe. Svaka grupa treba da prodiskutuje i napravi spisak od najmanje pet glavnih aktivnosti za koje smatraju da ih mladi upražnjavaju na Internetu. Aktivnosti treba poređati po važnosti na skali od 1 do 5. Svaka grupa treba da predstavi ostalima rezultate svojih diskusija, da objasni kako su se organizovali i šta je uticalo na njihove odluke. Zatim onaj ko izvodi obuku treba da predstavi stvarne statističke podatke (koje je prethodno pripremio/la iz postojećih izvora) o dječjem korišćenju Interneta, ako su takvi podaci dostupni. Uporedite ono do čega su došle grupe, sa onim što tvrdi statistika. Razgovarajte o tome. Da li ima iznenađenja? Da li u vašem regionu ili zemlji postoji statistika korišćenja Interneta? Ako ne postoji, kakve su posljedice toga? Razgovarajte šta može da se uradi u vezi s nepostojanjem statistike
- Razgovarajte koliko mladi ljudi koriste veb u obrazovne svrhe, koliko gledaju vijesti, učestvuju u političkim procesima u svojoj zemlji, uče o uspostavljanju odnosa s ljudima iz drugih kultura, i tako dalje. Šta se može učiniti da se mladi motivišu da koriste veb u dobre svrhe? Tražite od polaznika da (u malim grupama ili pojedinačno) pripreme kratku nastavnu jedinicu iz svog predmeta i da u nju ukllope korišćenje Interneta. Ta lekcija treba da pokaže ne samo kako se uz pomoć Interneta mogu ostvariti ciljevi učenja, nego i kako nastavnik na taj način može da motiviše učenike
- Razgovarajte s polaznicima o opštim pravilima i uslovima korišćenja, kodeksima ponašanja i propisima koji regulišu privatnost, za razne Internet aplikacije. Zatim ih podstaknite da naprave model kodeksa ponašanja s posebnim osvrtom na korišćenje Interneta od strane djece i mladih
- Analizirajte onlajn ponašanje djece i njihove profile: Polaznici, radeći u grupama, ispituju kako djeca uzrasta od 6 do 17 godina koriste Internet. Grupni izvještaji treba da otkriju koliko i za šta djeca koriste Internet, i da to uporede s onim što roditelji znaju o Internetu i kako ga koriste. Kakve mogućnosti i izazove za djecu i roditelje sadrži Internet?
- Organizujte razgovor o nekom stavu iz Deklaracije o ljudskim pravima, Konvencije Ujedinjenih nacija o pravima djeteta, ili iz drugog značajnog pravnog dokumenta u vašoj zemlji, koji se odnosi na korišćenje Interneta i mlade – pravo na informacije, sloboda izražavanja, zaštita maloletnika, ili uloga roditelja, vlada i građanskog društva. Razgovarajte o ovim temama pojedinačno, a onda razmotrite kako su povezane. Da li su sloboda izražavanja i pravo na pristup informacijama u sukobu sa zaštitom? Da li je neophodno i jedno i drugo? Da li slobodu izražavanja i pravo na informacije treba žrtvovati zbog zaštite? Zašto da, ili zašto ne? Da li dječaci i djevojčice treba da imaju jednak pristup informacijama, Internetu i novim tehnologijama? Šta se događa u vašem regionu? Kako se to može rješavati? Tražite od polaznika da spremne kratku pjesmu o određenim slobodama i pravima, i o potrebi da se zašтите maloljetnici

## 2. JEDINICA: IZAZOVI I OPASNOSTI U VIRTUELNOM SVIJETU

▶ **TRAJANJE:** 3 sata

### GLAVNE TEME

- Razumijevanje izazova i opasnosti pri korišćenju Interneta
- Sticanje pouzdanja i odgovorna uporeba Interneta
- Privatnost i bezbjednost

### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Navede i objasni izazove/opasnosti pri korišćenju Interneta i gdje se oni najčešće događaju
- Pokaže znanje o opasnostima i prijetnjama koje potencijalno prate nove Internet aplikacije
- Razumije međuzavisnosti između ponašanja korisnika i vjerovatnoće da će postati žrtve ili počinioči prekršaja
- Primijeni to znanje tako da odgovornije koristi Internet

### Izazovi i opasnosti u vezi s onlajn sadržajima

**Prilagođeno iz:** *Youth Protection Roundtable Tool Kit – Stiftung Digitale Chancen 2009*

**Sadržaj koji ne odgovara uzrastu:** Internet nudi bogatstvo sadržaja za sve starosne grupe korisnika. Zadovoljavaju se popularna interesovanja, kao i interesovanja posebnih grupa. Ipak, ne treba sav sadržaj da bude dostupan djeci i mladima. Zbog toga treba pažljivo odlučiti koji je sadržaj prikladan za koju starosnu grupaciju. Posebno treba obratiti pažnju na sadržaj koji nije načelno nezakonit, ali može štetiti mladim korisnicima. Sadržaj koji ne odgovara uzrastu, kao što je pornografija za odrasle, može naročito da naštetiti mlađoj djeci ako su mu nenamjerno izložena. Opasnost od susreta sa neodgovarajućim sadržajem može biti uzrokovana ponašanjem samog korisnika koji ga namjerno traži, ali on/on može i nenamjerno da naiđe na njega. Sadržaji koji nijesu prikladni za sve starosne grupe često se nude iz komercijalnih razloga, ali mogu biti i proizvod samih korisnika. Pristup onom prvom se obično ograničava na zatvorene grupe, ali korisnički sadržaj je uglavnom javno dostupan i zbog toga zahtijeva posebnu pažnju. Danas mnoga djeca i mladi imaju mobilne telefone sa multimedijским mogućnostima i pristup Internetu 'u jagodicama prstiju', pa se mora uzeti računati s tim da će lako pristupiti sadržajima koji su neprikladni za njihov uzrast kad su sami i kad nemaju u blizini neku odraslu osobu da ih usmjerava. Mobilni uređaji takođe omogućavaju djeci da stvaraju sopstvene sadržaje u bilo kojoj životnoj situaciji, čime doprinose sve većoj količini korisničkih sadržaja.

**Nezakoniti sadržaj (na primjer, rasizam i dječja pornografija):** Koje vrste sadržaja će se smatrati nezakonitim zavisi najviše od nacionalnih zakona, iako su neke vrste sadržaja van zakona u većini zemalja. Ipak, nezakoniti sadržaji su dostupni i djeca i mladi im mogu pristupati, nenamjerno ili namjerno. Takođe treba posvetiti pažnju djeci i mladima kao mogućim žrtvama nezakonitih sadržaja, na primjer, snimanja i objavljivanja slika ili snimaka zlostavljanja djece.

**Neprovjereni sadržaj:** S obzirom da sadržaj na Internetu često nije prošao provjeru nekog nezavisnog izvora, važno je da mladi ljudi nauče da čitaju sadržaje s kritičkim odnosom i da ne uzimaju sve što je rečeno zdravo za gotovo. Korisnički sadržaj, karakteristika Veb 2.0 okruženja, često umije da bude nepotpun, pristrasan ili netačan. Mladi korisnici treba da budu svjesni da je opasno ako jednostavno vjeruju svemu što pročitaju onlajn.

**Podsticanje povređivanja:** Ima mnogo mjesta na webu gdje se korisnici podstiču da sebi nanose štetu (na primjer, veb mesta koja promovišu samoubistva, anoreksiju ili sekte). Sa Vebom 2.0 i sve većim mogućnostima objavljivanja korisničkih sadržaja, raste opasnost od izloženosti sadržajima koji podstiču (samo)povređivanje. Naročito djeca i mladi u mnogim slučajevima ne umiju realno da procijene opasnosti koje se kriju iza zahtjeva da se prate uputstva s tih sajtova.

**Povrede ljudskih prava/klevete:** U anonimnosti veba može lako da se raširi propaganda protiv određenih grupa ili pojedinaca. Štaviše, možemo pretpostaviti da se ljudi drugačije ponašaju onlajn kad ne moraju neposredno da se suoče s protivnikom ili žrtvom, a samim tim ni s posljedicama svog ponašanja. Zato je opasnost od toga da će nečija ljudska prava biti narušena ili da će postati žrtva klevete veća nego u stvarnosti. Takođe, uvredljiv sadržaj je štetan za djecu i mlade ljude, one na čije stavove mogu uticati pogrešne informacije.

**Neprikladno reklamiranje i marketing usmjeren na djecu:** neprikladno reklamiranje predstavlja opasnost od primanja ili izlaganja reklamama za proizvode i/ili usluge koji nijesu prikladni za djecu, kao što je, na primjer, estetska hirurgija. Što više korisnici ostavljaju po Internetu svoje lične podatke (na primjer, ime, starost ili pol), to je veća vjerovatnoća da će dobiti reklame ili pozive da učestvuju u nagradnim igrama. Pošto djeca u mnogim slučajevima nijesu svesna posljedica unošenja svog imena u polja na formularima i veb stranicama, ona su u ozbiljnoj opasnosti. S obzirom na veliko prisustvo mobilnih telefona među djecom i mladima, treba takođe obratiti pažnju na dodatne kanale diseminacije reklamnih oglasa.

**Privatnost:** jednom objavljen na webu, sadržaj se može brzo proširiti cijelim svijetom i ostati sačuvan beskonačno. Korisnici, a posebno djeca i mladi, često nijesu svjesni dugoročnih posljedica objavljivanja teksta i slika za koje možda kasnije neće željeti da budu javni. Podaci smješteni na nekom serveru ili platformi lako su dostupni drugima, a ljudi često ne znaju koliko su njihovi lični podaci u mnogim slučajevima nezaštićeni. Kad koriste Internet, važno je da se potpuno razumije rad u tom okruženju.

**Povrede kopirajta:** Povreda kopirajta je opasnost koja je najčešće povezana s ponašanjem samih korisnika. Bez obzira da li je do povrede došlo namjerno ili slučajno, to se smatra prevarom vlasnika i dovodi prestupnika u opasnost da bude kažnjen

## Opasnosti u vezi s onlajn sadržajima

### Prilagođeno iz *Youth Protection Roundtable Tool Kit – Stiftung Digitale Chancen 2009*

**Štetni savjeti:** Forumi, blogovi i drugi djelovi Interneta sa raznim sadržajima daju prostora za razmjenu informacija i savjeta među korisnicima. To može biti dragocjena pomoć, ali može i da olakša kontakt s neodgovarajućim, čak štetnim, savjetnicima. Opasnost od dobijanja štetnog savjeta, posebno za djecu i omladinu, veća je na društvenim mrežama ili drugim Veb 2.0 aplikacijama, nego na običnim veb prezentacijama.

**Krađa identiteta:** Prisivajanje i korišćenje elektronskih identiteta drugih ljudi (na primjer, korisničkog imena i lozinke), s namjerom da se poćini komercijalna ili druga prevara i da se od nje ostvari korist naziva se krađa identiteta. Ta opasnost postaje sve prisutnija kako sve više ljudi koji su onlajn ima sve više virtuelnih identiteta, naroćito za korišćenje personalizovanih usluga.

**Krađa novca/Mrežna krađa identiteta (Phishing):** Mrežna krađa identiteta je proces harvestovanja bankovnih podataka, posebno lićnih identifikacionih brojeva (PIN – Personal Identification Number) i brojeva za provjeru identiteta pri transakcijama (TAN – Transaction Authentication Number), s namjerom da se opljaćkaju bankovni raćuni drugih ljudi. Velika je vjerovatnoća da mladi neće prepoznati lažne sajtove i da će odati podatke o svom bankovnom raćunu.

**Trgovaćke prevare:** Prevare u trgovini se događaju kad se prodavci prave da prodaju robu ili usluge koji poslije plaćanja ne pokažu obećana svojstva, ili uopće ne budu isporučeni. Ovakva prevara može biti posljedica krađe identiteta i mrežne krađe identiteta. Drugi ćest izvor trgovaćkih prevara je prodaja digitalnih usluga (na primjer, tonovi za zvona) po nerazumnoj i nepoštenuj cijeni i obićno u kompletu s trajnom pretplatom na taj servis, iako to nije bila namjera kupca. U većini slućajeva, korisnici (naroćito mladi i djeca) nijesu svjesni posljedica takvih ugovora koji se sklapaju onlajn.

**Gruming:** Gruming se odnosi na pedofile koji koriste Internet kao naćin da stupe u kontakt s djecom i mladima, krijući svoj pravi identitet. Oni ćesto igraju na kartu djećje ćežnje za prijateljstvom i bliskoćću. Sve sfere Interneta koje imaju platforme za lićne kontakte i razmjenu predstavljaju pogodno tlo za napade ove vrste. Kao što je ranije pomenuto, na mobilne telefone (kao joć jedan uređaj za ostvarivanje kontakta s drugima i pristup društvenim mrežama) treba dodatno obratiti paćnju, posebno zbog toga što djeca svoje mobilne smatraju djelom svog privatnog života i uglavnom su sami kad ih koriste. Stoga je opasnost da postanu plijen prikrivenih pedofila i da prihvate opasne pozive postala mnogo veća s razvojem tehnologija mobilne komunikacije i društvenih mreža,.

**Nasilništvo:** Razlićite vrste siledžijskog ponaćanja uvijek su bile dio ljudskih života. Internet je to svakako pojednostavio, zahvaljući anonimnosti koju kao medijum pruža. Djeca i mladi su naroćito u opasnosti da postanu bilo ųrtve, bilo nasilnici. Zato se nasilništvo odnosi na sopstveno ponaćanje, kao i na ponaćanje drugih. Iako objavljivanje sadržaja kao što su uvredljive slike može biti vid nasilnićkog ponaćanja, ova pojava se prevashodno vezuje za onlajn kontakte. Kako je ranije pomenuto, vićenamjenski mobilni telefoni ćesto se koriste za pravljenje fotografija s namjerom da se neko uznemirava, a onda se te slike postavljaju na Internet ili šalju drugima kao MMS poruke. Nasilnićko ponaćanje je olakćano time što mnoga djeca i mladi ljudi imaju mobilne telefone s digitalnim kamerama.

**Otkrivanje privatnih informacija:** Kad uređuju profil na nekoj društvenoj platformi, korisnici se pozivaju da otkriju privatne informacije da bi se predstavili toj zajednici. Takođe, u prićaonicama i na forumima korisnici ćesto otkrivaju drugima privatne pojedinosti, kao što je adresa ili broj telefona. Mladi ljudi, naroćito, nijesu u stanju da predvide posljedice objavljivanja svojih privatnih podataka. Oni ćesto nijesu svjesni da prićaonica nije privatni, nego javni prostor.

**Profilisanje:** S porastom broja profila koje jedna osoba može da objavi na razlićitim platformama, sve je veća opasnost da će lićni podaci objavljeni na jednoj platformi biti spojeni s podacima objavljenim na drugim platformama, ili otkrivenim na nekom trećem mjestu (na primjer, u anketama, ili na lutrijama). Tako se stvaraju profili pomoću kojih se osobi direktno može dostaviti neželjeni sadržaj, usluga ili reklama. Profilisanje može da se vrći preko sajta, kad se lićni podaci prikazuju javno, ali je mnogo opasnija praksa da se profili korisnika (ili njihovi djelimićni profili) harvestuju iz baze podataka koja je iza sajta i da ih vlasnik platforme prodaje trećim licima.

- Važno je shvatiti šta se podrazumijeva pod štetnim onlajn sadržajem. Međunarodno pravo iz oblasti ljudskih prava navodi izvjestan broj prihvatljivih ogranićenja slobode izraćavanja – posebno ako se sloboda govora sukobljava s drugim pravima. Primjeri stvari koje mogu da se ograniće su: pozivi na nasilje ili rasna mržnja slike seksa s djecom i klevete. U svakom

slučaju, međunarodno pravo naglašava da ograničenja treba da budu detaljno opisana i u nadležnosti sudova.

- Zamolite polaznike da ispričaju iskustvo koje su oni, ili neko od njihovih prijatelja, imali s bilo kojim izazovom od prethodno nabrojanih. Kako su postupili? Kakav je bio konačni ishod? Šta su iz toga naučili?
- Razmotrite, na primjer, krađu identiteta, krađu novca/mrežnu krađu identiteta, povredu ljudskih prava, klevetu ili neku drugu zloupotrebu na Internetu. Kroz istraživanje, koristeći izvore iz Programa obuke za IMP, pronađite i popišite korake koje treba preduzeti i tačne karakteristike na koje polaznici treba da obrate pažnju da bi prepoznali lažne onlajn zahtjeve za informacijama, prevarantske sajtove i sadržaje koji krše ljudska prava. Koje su prednosti elektronskog bankarstva i trgovine? Izvori koji se koriste u ovoj aktivnosti treba da budu praktični i da u najvećoj mjeri predstavljaju slučajeve iz starnog života. Polaznici mogu da urade vježbe za sve opasnosti koje su prethodno nabrojane.
- Obavite jedno onlajn istraživanje iz obilja medicinskih (ili drugih) informacija dostupnih na Internetu. Da li medicinski sajtovi mogu da vam pomognu da postavite dijagnozu svog zdravstvenog problema? Da li je bezbjedno da preduzimate nešto u vezi sa svojim zdravljem na osnovu savjeta s veća? Napravite spisak glavnih načina da se odredi autentičnost i autoritet nekog medicinskog sajta i porazgovarajte o tome.
- Ako ste dio neke društvene mreže, pretražite Gugl po svom imenu. Koliko je vaših ličnih informacija dostupno javnosti? Da li možete da pronađete podatke o sebi i pošto izbrišete nalog na društvenoj mreži? Koje su od pomenutih opasnosti povezane s ovim?
- Uzmite odlomak iz Fejsbukove Izjave o pravima i obavezama, Član 2,<sup>7</sup> 'Dijeljenje vašeg sadržaja i informacija' (ili iz neke druge društvene mreže, ili čak računarskog programa koji je učitao u vaš računar). U malim grupama analizirajte da li odlomak koji ste odabrali ima uticaja na nečiju privatnost i, moguće, bezbjednost. Kako korisnici mogu da kontrolišu sadržaje o sebi koji su postavljeni onlajn? Analizirajte i razgovarajte o tome ko drži kopiraj za određene vrste sadržaja (fotografije, video snimke, i tako dalje) postavljene na društvenim mrežama ili na webu
- Analizirajte Konvenciju Ujedinjenih nacija o pravima djeteta (<http://www.unicef.org/crc/>). Ona navodi osnovna ljudska prava koja treba da imaju djeca bilo gdje: pravo na život; na potpuni razvoj; na zaštitu od štetnih uticaja, zloupotrebe i iskorišćavanja; na potpuno učestvovanje u porodičnom, kulturnom i društvenom životu. Da li neki članovi Konvencije zahtijevaju izradu odgovarajućih smjernica za zaštitu djece od informacija i materijala koji mogu naškoditi njihovoj dobrobiti?
- Prema 10. izveštaju o praćenju tehnologije Međunarodne telekomunikacione unije, aktivnosti na rješavanju problema u vezi s privatnošću i bezbjednošću su prioritet broj jedan da bi se poboljšao život u digitalnom svijetu i na Internetu (ITU, 2009.). Odsustvo masivnih sigurnosnih sistema neizbježno predstavlja rizik za sve sisteme i procese koji počivaju na elektronskoj komunikaciji, uključujući medije (ITU, 2006.). Slaba sigurnost, ili potpuno odsustvo sigurnosti, vodi do sve većeg broja slučajeva sajber kriminala. Ova prijetnja je tako ozbiljna da je osnovana organizacija IMPACT (International Multilateral Partnership Against Cyber-Threats – Međunarodno multilateralno partnerstvo protiv sajber prijetnji) koja treba da poboljša međunarodnu saradnju da bi sajber prostor bio bezbjedniji. Dr Hamadun Ture (Hamadoun Touré), generalni sekretar ITU tvrdi da je „pristup komunikacijama beskoristan ako se ne mogu garantovati onlajn mir i bezbjednost...“, i dodaje da digitalni svijet treba da posmatramo kao „zajednicu s ulaznom kapijom, gdje korisnici moraju da žrtvuju određene slobode i anonimnost da bi zauzvrat uživali veću sigurnost...“ (ITU News)

7 <http://www.facebook.com/terms.php> (Preuzeto 6.8.2015.)

- Ipak, mnogi aktivisti koji zagovaraju slobodu na Internetu zabrinuti su zbog miješanja i kontrole vlada. Sve više raste zabrinutost da Internet postaje zatvoren kontrolisani prostor umjesto otvorenog prostora u javnom interesu i da njime sve više dominiraju vlade i korporacije. Možda je za neke vlade i poslovne krugove bezbjednost glavna briga, ali to nije slučaj s mnogim građanima
  - Prodiskutujte navedene izjave dr Turea. Da li mislite da vlade treba da preduzmu mjere da bi virtuelni svijet načinile bezbjednijim? Zašto da, ili zašto ne?
- Da li se slažete da bi u nekoj mjeri trebalo žrtvovati privatnost? Šta to povlači za sobom? Zašto mislite da nije moguće ili poželjno da se Internet reguliše kao televizija i radio? Šta bi se dogodilo kad bi Internet kontrolisala jedna zemlja ili region svijeta?
- Sprovedite istraživanje više (5 – 10) vrsta alata za bezbjednost koji se koriste na Internetu – blokiranje, filtriranje, zakonske kontrole, i slično. Razmotrite u razgovoru njihove prednosti i nedostatke.
- Izaberite stranicu neke društvene mreže ili program koji koristite. Eksperimentišite s podešavanjima privatnosti. Potražite u 'uslovima korišćenja' izraze 'privatnost' i 'bezbjednost'. Da li mislite da je čuvanje privatnosti dovoljno da vam pomogne da izbjegnute neke opasnosti koje su predstavljene u ovom odjeljku (vidjeti uramljene djelove o opasnostima u vezi s kontaktima i sadržajima na Internetu)? Kakve su posljedice ako se podešavanja bezbjednosti postavite na najviši stupanj?



## MODUL 8: INFORMACIONA PISMENOST I BIBLIOTEČKE VJEŠTINE

136

---

### OKOLNOSTI I OBRAZLOŽENJE

Nastavnici su se do sada upoznali s osnovama informacione medijske pismenosti (IMP), u uvodnoj jedinici 1. modula i u naredim jedinicama. Svrha ovog modula je da pokaže da ima još važnih informacionih vještina koje su veoma bitni elementi IMP.

U modulu je naglasak na gradivnim elementima informacione pismenosti. Mnogi kursevi se bave prevashodno prenošenjem znanja, a ne učenjem kako se uči. Ipak, sve veći naglasak na vrijednosti IMP u obrazovanju i za društvo, šire posmatrano, pokazuje koliko je važno da korisnici budu obučeni učenici. To znači, da nauče kako će prepoznati sopstvene obrazovne potrebe; kako će djelotvorno i efikasno locirati/pronaći informacije; kako će te informacije analizirati, organizovati i vrednovati; i kao će ih koristiti, primijeniti, reprodukovati i prenijeti radi donošenja određenih odluka i rješavanja problema (UNESCO, 2008.)

Nastavnici treba da steknu i da kod svojih učenika razviju, skup kompetencija (znanja, vještina i stavova) za pribavljanje, shvatanje, prilagođavanje, stvaranje, skladištenje i predstavljanje informacija radi analiziranja problema i donošenja odluka. Te kompetencije su primjenjive na bilo koju situaciju podučavanja i učenja, bilo u obrazovnoj sredini, u radnoj/profesionalnoj sredini, ili za lično napredovanje. Informaciono i medijski pismen nastavnik je sposoban da razumije informacione i medijske poruke iz različitih izvora informacija i može da vrednuje i koristi to znanje na odgovarajuće načine da bi rješavao probleme. On ili ona je, takođe, stekao osnovne bibliotečke vještine i može u najvećoj mjeri da iskoristi dokumentarne izvore za učenje i dijeljenje informacija.

Informaciono i medijski pismen nastavnik razumije i cijeni društvene funkcije medija i drugih dobavljača informacija, kao što su biblioteke, muzeji, arhivi, Internet, kao i obrazovne i istraživačke institucije koje rade u ovoj oblasti.

Dobavljači informacija vrše važnu službu, da ljudima obezbijede pristup informacijama i, ponekad, uslugu smještaja njihovih sopstvenih informacija. Pored medija, ljudi koriste i druge izvore informacija (na primjer, zdravstvena obavještenja, zvanični izvještaji, ili informacije koje se prenose usmeno, kako neformalno, tako i u javnim debatama). Takve informacije se mogu prenositi elektronski (kao, na primjer, u izbornim debatama na televiziji), ili u razgovorima licem u lice (na primjer, na sastancima u gradskoj skupštini). Takve događaje mogu posredovati mediji ili ljudi. U suštini, IMP podjednako obuhvata bibliotečke, istraživačke i tehnološke vještine.

Težište u ovom modulu je na upoznavanju i razvijanju vještina informacione pismenosti, bibliotečkih vještina i digitalne pismenosti, radi rješavanja problema i odlučivanja u obrazovnim situacijama. Namjera je da se nastavnici osposobe da razumiju pojmove 'informacija', 'Informaciona pismenost' i 'digitalne tehnologije', kao i njihov međusobni odnos, da bi poboljšali svoje vještine pristupa i korišćenja širokog spektra izvora informacija koji su dostupni u današnjem svijetu. Sticanje tih vještina daće im mogućnosti za cjeloživotno učenje zahvaljujući pristupu informacijama, a time se nastavnicima osigurava trajno učestvovanje u aktivnom intelektualnom životu.

#### JEDINICE

1. Pojmovi i primjene informacione pismenosti
2. Obrazovna okruženja i informaciona pismenost
3. Digitalna Informaciona pismenost

137

## 1. JEDINICA: POJMOVI I PRIMJENE INFORMACIONE PISMENOSTI

▶ **TRAJANJE:** 2 sata

### GLAVNE TEME

- Uvod u informacije i informaciona pismenost
- Glavni pojmovi informacione pismenosti
- Standardi i primjene informacione pismenosti
- Stupnjevi informacione pismenosti



## CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Objasni ulogu i značaj informacija i potrebu za vještinama informacione pismenosti u informacionim i društvenim znanjima
- Pokaže poznavanje stupnjeva/glavnih elemenata informacione pismenosti koja je primjenjiva u svim oblastima
- Pronalazi i upoznaje sadržaj glavnih izvora informacija (štampanih i elektronskih)
- Analizira standarde informacione pismenosti
- Pronađe i analizira u razgovoru primjere etičnog i odgovornog korišćenja informacionih alata i izvora

## PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

Izrazi 'informacije', 'informaciona pismenost', 'IKT' i 'ključne vještine' za 21. vijek, često se koriste u razgovorima o informacionim i društvenim znanjima. Građanima su potrebne nove kompetencije (znanje, vještine i stavovi) da bi učestvovali u društvenom životu i davali svoj doprinos. Neophodno je da ovi izrazi budu jasni prije početka obuke. Sve započinje jasnim razumijevanjem pojma informacije.

138

---

## DEFINICIJA INFORMACIJE

Razgovarajte o sljedećim definicijama informacije:

- Informacija je podatak koji je prikupljen, obrađen i protumačen, tako da se može predstaviti u upotrebljivom obliku
- Informacija je 'ono što nas promijeni' ((Stafford Beer, 1979.)
- Informacija je 'ono što doprinosi u čovjekovu svijest i doprinese njegovom znanju' (Blokdijk and Blokdijk, 1987.)
- Informacija je podatak koji je obrađen u oblik koji ima smisla za primaoca i stvarnu ili doživljenu vrijednost za sadašnje ili eventualne buduće postupke i odluke' (Davis and Olsen, 1984)

Šta je zajedničko ovim definicijama? Mislite li da su one od važnosti u 21. vijeku? Istražite i druge definicije informacije. Možete li da pronađete definicije koje šire opisuju termin?

---

## DEFINICIJE INFORMACIONE PISMENOSTI

Definije termina 'informaciona pismenost':

- 'Informaciona pismenost je osnovno ljudsko pravo u digitalnom svijetu' (Izjava iz Aleksandrije, 2005)

- Informaciona pismenost je skup ličnih kompetencija koje su potrebne da bi se pronašle, vrednovala i koristile informacije na najetičniji, najdjelotvorniji i najefikasniji način, u svim oblastima, zanimanjima i strukama
- Informaciona pismenost omogućava ljudima da na najbolji način koriste informacione i komunikacione tehnologije

Definišite kritičko mišljenje. Razgovarajte o ulozi analize, sinteze i vrednovanja informacija u kritičkom mišljenju. Predstavite ilustrativni i dobar primjer kritičkog mišljenja iz svakodnevnog društva.

Stupnjevi/elementi informacione pismenosti:

- Uočavanje/prepoznavanje potrebe za informacijama
- Određivanje izvora informacija
- Pronalaženje ili potraga za informacijama
- Analiza i vrednovanje kvaliteta informacija
- Organizovanje, skladištenje ili arhiviranje informacija
- Korišćenje informacija na etičan, djelotvoran i efikasan način
- Stvaranje i saopštavanje novog znanja

Razgovarajte, načelno, o ovim stupnjevima/elementima informacione pismenosti (v. Woody Horton Jr., 2007, *Understanding Information Literacy – a Primer*. Paris, Unesco, str. 9-13 i Annex B).

Neka polaznici pripreme kontrolni spisak glavnih vještina koje su potrebne za svaki stupanj/element primjene informacione pismenosti. Kako se te vještine koriste u raznim problemskim situacijama? Kako biste uočili i tačno definisali informacije potrebne da se riješi neki problem ili donese odluka (na primjer, 'finansijski savjeti za rješavanje finansijskog problema')?

Izvori informacija se mogu podijeliti u tri velike grupe: primarni, sekundarni i tercijarni. Objasnite polaznicima svaki od ovih izvora i neka uz vaše savjete pronađu primjere za svaki od njih.

---

## INFORMACIONA DRUŠTVA I DRUŠTVA ZNANJA

Dogodila se bitna promjena u načinu na koji funkcionišu današnja društva. Podstaknuti brzim tehnološkim razvojem, informacije i znanje su postali pokretačke mašine ekonomskog, društvenog, političkog i kulturnog života. Iz tih pojava izrasta ono što je nazvano informaciono, ili društvo znanja.

- Pronađite u svojoj biblioteci ili na Internetu izraz 'informaciono društvo'. Objasnite glavne pretpostavke na kojima počiva informaciono društvo. Razgovarajte o značaju tih pretpostavki za život i učenje u naše doba. Isti zadatak uradite i za izraz 'društvo znanja'. Kakve sličnosti između dva izraza primjećujete, ako primjećujete neke?
- Tražite od polaznika da na osnovu svog znanja napišu šta misle da obuhvata Informaciona pismenost, uključujući bibliotečke vještine. Takođe, treba da navedu pet razloga zbog kojih je vladanje ovim vještinama važno za preživljavanje u informacionim društvu

- Tražite od polaznika da naprave dijagram s neophodnim kratkim objašnjenjima da bi predstavili odnos između informacija, informacionog društva, IKT, informacionog preopterećenja i informacione i medijske pismenosti (IMP)
- Razgovarajte s polaznicima o tome kako se stepen informacione pismenosti mijenja/povećava tokom našeg života, naročito između studentske i diplomirane ili profesionalne faze života (s obzirom na cjeloživotno učenje). Razgovarajte o ciklusu proizvodnje informacija i znanja. Analizirajte ulogu, funkcije i zaduženja snabdjevača informacijama u društvu. Razgovarajte kako se vještine informacione pismenosti razvijaju korišćenjem IKT
- Objasnite šta učenika/studenta čini informaciono pismenim
- Uporedite sličnosti i razlike u načinima nastanka različitih vrsta informacija, njihove glavne karakteristike, kao i kako se koriste i kakvu vrijednost imaju za zdravlje i dobrobit u građanskom društvu, u oblasti obrazovanja i za rad i ekonomske aktivnosti
- Istražite i prodiskutujte jedno od nabrojanog:
  - Informacija utiče na akciju i odlučivanje, ne služi samo da se prenosi (za više pojedinosti, v. *Towards Literacy Indicators*, UNESCO, 2008, str. 14)
  - Snabdijevanje informacijama i omogućavanje pristupa do njih je izvor društvene moći i kontrole
  - Da li informaciona pismenost traži zasebne vještine, drugačije od onih koje su potrebne za korišćenje IKT? Na primjer, da li ljudi mogu biti informaciono pismeni u odsustvu IKT?
- Razgovarajte o kulturnim stavovima prema informacijama. Kako se na informacije gleda i kako se vrednuju u vašem društvu? Kakvi su stavovi prema štampanim informacijama (na primjer, iz glavnih dnevnih novina), u poređenju s odnosom prema informacijama koje sadrže elektronski mediji? Kakav je odnos između informacija i moći u štampanim, a kakav u digitalnim medijima? Koji je identitet osobe(osoba) iza predstavljenih informacija? Da li je poznavanje tih informacija važno i zbog čega?
- Procijenite vrijednost informacija iz štampanih medija (na primjer, novine, ilustrovani časopisi, i drugo) i troškove njihovog skladištenja, pronalaženja i korišćenja. Istraživanje takođe treba da obuhvati sljedeća pitanja: vrijednost neke informacije na osnovu dobrobiti koju proizvodi, realna vrijednost informacije, s obzirom na njenu (ne)dostupnost, kao i posljedice po korisnike ako informacija nije dostupna
- Zašto su vještine informacione pismenosti važne u borbi protiv bolesti, za povećanje mogućnosti zapošljavanja ili za poboljšavanje pedagoške prakse nastavnika u učionici?
- Koristeći Internet ili školsku biblioteku, ili oba, pronađite problem ili temu koju ćete obraditi kroz jedan od sljedećih predmeta: građansko vaspitanje, prirodne nauke, društvene nauke, istorija ili geografija. Predstavite rezultate svog istraživanja koristeći PowerPoint prezentaciju. Posle prezentacije, razmislite o sljedećem: Kako ste iz mnoštva raspoloživih izvora informacija odabrali ono što želite da predstavite? Šta bi bilo da ste želeli još informacija o svojoj temi, ali niste mogli da im pristupite i kako je to uticalo na vašu prezentaciju? Najzad, da li ste preradili prikupljene informacije tako da odgovaraju vašoj konkretnoj situaciji? Kako i zbog čega?

## 2. JEDINICA: OBRAZOVNA OKRUŽENJA I INFORMACIONA PISMENOST

► **TRAJANJE:** 3 sata

### GLAVNE TEME

- Big6 (Šest velikih) – vodič za rješavanje informacionih problema u šest faza
- Korišćenje biblioteka
- Obrazovna okruženja i dobavljači informacija

### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Razumije razlike između prenošenja informacija i informacija namijenjenih učenju
- Objasni i pokaže da razumije glavne aspekte organizovanja informacija, kao što je upotreba klasifikacionih shema za lociranje informacija i znanja (na primjer, klasifikacije bibliotečkih kolekcija, indeksiranje, apstrakti, bibliografije, baze podataka, i tako dalje)
- Djelotvorno koristi biblioteku za učenje – vrednuje mogućnosti koje biblioteka pruža za istraživanja na date teme)
- Primijeni stupnjeve Big6 za rješavanje informacionih problema.

141

### PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

- Tražite od polaznika da razmotre sljedeći šestostepeni okvir informacione pismenosti i rješavanja informacionih problema (za detaljniji prikaz okvira, vidjeti tabelu na kraju ove jedinice):
  1. **Definisanje zadatka:** definiše se informacioni problem
  2. **Strategije traženja informacija:** lociraju se izvori i pronalaze informacije pohranjene u njima
  3. **Pronalaženje i pristup:** pronalaze se izvori i u njima informacije
  4. **Korišćenje informacija:** kontaktira se (na primjer, pročita, čuje, vidi, dodirne) i izdvoji relevantna informacija
  5. **Sinteza:** organizuju se i predstave informacije iz različitih izvora

**6. Vrednovanje:** procjena proizvoda (djelotvornost) i procesa (efikasnost).

- Uporedite ovu, s drugim taksonomijama informacionog ciklusa, kao što su procesi koje je odredio Vudi Horton mlađi (Woody Horton, Jr, 2007.), ili Pregledana Blumova taksonomija (Bloom's Revised Taxonomy) informacione pismenosti. Da li se slažete da šest faza u Big6 čine glavne elemente informacione pismenosti? Ako se ne slažete, šta biste dodali, i zašto? Da li mislite da se tih šest faza u stvarnosti odvija u pravilnom slijedu kao što je predstavljeno modelom?
- Provedite polaznike kroz svaku fazu procesa rješavanja informacionog problema, kako je predstavljeno u tabeli na kraju ove jedinice, i postarajte se da uložite dovoljno vremena da obrade sve teme/pitanja iz tabele.
- Pristupite nekom časopisu o obrazovanju (na primjer, obrazovanje nastavnika, posebno obrazovanje, uporedno obrazovanje, i tako dalje), u štampanom ili elektronskom obliku u vašoj školskoj biblioteci (ili u glavnoj biblioteci vašeg grada ili mjesta). Izdvojite temu iz časopisa o kojoj želite da saznate više. Sumirajte glavne nalaze/obrađena pitanja u člancima. Koliko su te informacije korisne za vašu nastavnu praksu? Da li su primjenjive u okolnostima koje vladaju u vašoj zemlji? Ako jesu, kako biste mogli da ih iskoristite?
- Sastanite se sa svojim fakultetskim/školskim bibliotekarom i razgovarajte o informacionim vještinama koje su potrebne vašim polaznicima da bi što više koristili biblioteku. Postavite zadatke koji zahtijevaju od polaznika da maksimalno koriste izvore u biblioteci. Tražite da uporede informacije koje su pribavili iz biblioteke s drugim izvorima informacija (na primjer, Internet) i da vrednuju koliko su korisni za ispunjenje zadatka.
- Procijenite školsku sredinu s obzirom na njene informacione potrebe i izradite posebne preporuke kako da se poboljša Informaciona pismenost učenika
- Big6 i rješavanje informacionih problema: iskoristite bibliotečke izvore informacija da istražite neku temu ili tekuće pitanje (na primjer, glasačka prava, demokratija, HIV/AIDS, ili drugo). U istraživanju primijenite faze Big6
- Iskoristite računarsku tehnologiju da pristupite informacijama na određenu temu i predstavite te informacije (tekstualne ili brojčane) u tabeli ili nekom grafičkom formatu. Uporedite količinu, kvalitet i korisnost informacija iz bibliotečkih izvora i sa Interneta
- Napišite sastav o tome kako korišćenje radijske, ili tehnologije mobilnih telefona mijenja prirodu generisanja informacija u vašoj zemlji. Predstavite svoje nalaze kroz PowerPoint prezentaciju

TABELA: Šestostepeni okvir za informacionu pismenost i rješavanje informacionih problema

Stepeni/Faze	Teme/Pitanja
<b>Faza 1:</b> Definisanje informacionih potreba ili problema	Šta želim da saznam? Koji problem pokušavam da riješim? Da li shvatam prirodu problema ili teme koju treba da istražim? Da li mogu jasno da definišem svoju informacionu potrebu ili problem? Šta već znam o temi? Koliko informacija o temi želim?
<b>Faza 2:</b> Strategije traženja informacija	Koliko imam vremena da pronađem informacije? Gdje treba da ih tražim? Polaznike treba uputiti na najbolje izvore za određene vrste informacija; to mogu biti (1) primarni izvori u kojima informacija nije protumačena, kao što su izvještaji o istraživanjima, računi za kupovinu, govori, poruke e-pošte, originalna umjetnička djela, rukopisi, fotografije, dnevници, lična pisma, izgovorene priče/intervjui ili diplomatski spisi; (2) sekundarni izvori koje nude snabdjevači informacijama i gdje su informacije protumačene, analizirane ili rezimirane (na primjer, akademske studije, časopisi, ilustrirani časopisi, kritike ili tumačenja); i (3) tercijarni izvori (na primjer, apstrakti, bibliografije, priručnici, enciklopedije, indeksi, hronologije, baze podataka, i tako dalje). Da li da tražim u fizičkoj biblioteci ili na Internetu (uključujući digitalne biblioteke), u muzejima, arhivima, i tako dalje? Od koga mogu da tražim pomoć?
<b>Faza 3:</b> Lociranje i pristup	Ovdje polaznike treba uputiti kako da efikasno traže informacije u izvorima koji su nabrojani u Fazi 2. To mogu biti: 1) Savjeti za traženje po Internetu, uključujući pretraživanja opšteg ili tematskog tipa (na primjer, zemlja iz koje su učenici); poznavanje značenja naziva domena (na primjer, .edu, .gov, .org, i drugi), traženje slika i zvuka (zvučnih i video zapisa), kao i pretraživanje akademskih sajtova (na primjer, Google Scholar); (2) efikasno korišćenje indeksa i tabela sadržaja u knjigama, kao i traženje unutar elektronskih PDF datoteka, i tako dalje; (3) korišćenje biblioteka (pretraživanje bibliotečkih kataloga, periodike, indeksa i apstrakta, kao i referensne literature); pretraživanje baza podataka (primjeri iz popularnih baza, kao što su AGRICOLA, AGRIS/CARIS, EBSCO ili Expanded Academic ASAP, i drugih koje postoje u vašoj zemlji ili regionu); savjeti za pretraživanje baza podataka (pretraživanje po ključnim riječima, identifikacija sinonima i varijacija u pisanju, pretraživanje po predmetu ili autoru, kombinovanje ključnih riječi s operatorima kao što su 'i', 'ili' i 'ne', korišćenje trunkacije i džokera i pretraživanje pomoću ograničenja, kao što su godina, jezik, vrsta publikacije i recenzirane knjige); i (5) korišćenje RSS tehnologije da biste potrebne informacije primali automatski.
<b>Faza 4:</b> Kritičko vrednovanje	Kriterijumi vrednovanja neophodni su da bi se procijenila/provjerala pouzdanost, autentičnost ili kvalitet informacija iz knjiga, sa sajtova, iz drugih onlajn izvora, i tako dalje..
<b>Faza 5:</b> Sinteza	Šta se tvrdi? Šta ja tvrdim? U kakvom je to odnosu s problemom koji želim da riješim? Kako da efikasno organizujem važne informacije iz više različitih izvora? Kako da predstavim te informacije? Kojim sredstvima raspolažem? Koja sredstva mi trebaju??
<b>Faza 6:</b> Korišćenje, zajedničko korišćenje i distribucija informacija	Primjena informacija koje sam pronašao/la da bih riješio/la svoj problem. Bilježenje korišćenih izvora pomoću dostupnih bibliografskih/referensnih alata, kao što su zotex, refwork, i drugi. Postojeći alati za dijeljenje, distribuciju i saradnju s drugim osobama koje imaju slične informacione potrebe ili probleme (na primjer, Google Documents, wikis, Slash, i drugi). Poznavanje problematike kopiranja i plagiranja..

## 3 JEDINICA: DIGITALNA INFORMACIONA PISMENOST

▶ **TRAJANJE:** 3 sata

### GLAVNE TEME

- Priroda onlajn informacija
- Upoznavanje s računarskom opremom i programima
- Zakoni o kopirajtu u digitalno doba. Zaštita računarskih programa i elektronskih podataka
- Digitalni servisi, uključujući mašinsko prevođenje, prenos govora u tekst i zapisivanje glasa
- Učenje preko Interneta (to jeste, e-učenje)
- Digitalno očuvanje i digitalni formati

144

### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Objasni razliku između digitalnog i analognog, uključujući faze kreiranja, skladištenja, prenosa, distribucije i očuvanja digitalnih informacija
- Koristi osnovne mogućnosti alata za obradu teksta, pohranjivanje datoteka, pristup udaljenim izvorima informacija i međuljudsku komunikaciju
- Koristi informacionu tehnologiju da bi preispitao mnoge aspekte akademskog i ličnog života
- Pozna je i primjenjuje zakone o kopirajtu, uključujući CC (creative commons) licence i licenciranje s kopirajtom
- Pretražuje onlajn koristeći odgovarajuće tehnike (mašine za pretraživanje, predmetne direktorijume i kapije)
- Razumije ulogu dobavljača informacija (kao što su biblioteke, muzeji i arhivi) u očuvanju digitalnih informacija

### PEDAGOŠKI POSTUPCI i AKTIVNOSTI

- Ako su informacije uskladištene u digitalnom obliku može im se pristupati s čitavog niza uređaja, što nije slučaj sa analognim informacijama. Ovakav fleksibilni pristup povećava važnost digitalizacije, ali povećava i potrebu da se digitalne vještine uče zajedno sa

informacionim. U suštini, digitalna pismenost se sastoji od analize, lociranja, organizovanja, vrednovanja, kreiranja i korišćenja informacija uz pomoć digitalne tehnologije. Razgovarajte o prednostima posjedovanja informacija u digitalom formatu (djelotvorno prenošenje, skladištenje, pretraživanje, rukovanje, međusovna kompatibilnost platformi, i tako dalje)

- Ako polaznici znaju malo, ili nimalo, o računarima i programima, treba da predvidite seriju sesija u računarskoj laboratoriji (fizičkoj ili virtualnoj). Polaznike treba upoznati s osnovama računarske opreme, programa, mreža i servera. Možete uključiti i osnovne vještine upotrebe tastature i miša, rukovanja datotekama i organizacije skladištenja. Polaznicima treba pružiti i osnovna znanja o programima otvorenog izvora i jeftinim tehnologijama. Podijelite im spisak vlasničkih programa i popularnih računarskih uređaja. Tražite da pregledaju Internet i pronađu bar po dva primjera programa otvorenog izvora i jeftinih računarskih uređaja koji imaju slična svojstva kao dva vlasnička programa i uređaja sa spiska. Zajedno kritički razmotrite moguće prednosti i nedostatke svakog od njih

## AKTIVNOSTI

- Pretražite Internet i druge onlajn izvore, kao što su baze podataka i e-biblioteke, da biste prikupili informacije o određenoj istraživačkoj temi. Suzite broj izvora informacija tako da odgovara svrsi vašeg istraživanja. Potražite ključne riječi, logičke operatore (kao što su 'i', 'ili' i 'ne'), i odredite koji vam i zbog čega najviše odgovara
- Napravite plan ili skup aktivnosti tokom kojih će polaznici koristiti različite digitalne medije i izvore da bi pripremili projekat, zadatak ili domaći rad. Razgovarajte o mogućnostima pristupa digitalnim informacijama koje nove tehnologije nude osobama s invaliditetom (na primjer, veb dostupnost i kreiranje digitalnih dokumenata u dostupnim formatima)
- Posjetite razne 'blogove' i 'vikije' koje uređuju pojedinci ili više saradnika. Kakva se razmjena informacija odvija na tim onlajn medijima? Kojoj svrsi služe informacije? Ko ih pribavlja? Šta mislite da su njihovi motivi i pokretači?
- Posjetite neki obrazovni viki sajt i analizirajte kako se na njemu realizuje kurs ili nastavni program. Postavite viki sajt o nekoj obrazovnoj temi (na primjer, poboljšavanje čitanja i vještina osnovne broičane pismenosti u mlađim razredima osnovne škole). Pokrenite diskusioni forum na sajtu, kao zadatak u okviru obuke nastavnika i razmotrite prednosti i nedostatke dijeljenja informacija pomoću te platforme
- Probajte da pišete blog na obrazovnu temu koja je aktuelna u vašoj zemlji. To bi trebalo da bude definisana tema koja će privući zanimanje i inspirisati odgovore (na primjer, povećanje pristupa nasiromašnijih slojeva obrazovanju na osnovnoškolskom i srednješkolskom nivou, umnožavanje pristupa informacijama za srednjoškolce da bi se povećao kvalitet učenja, zašto su siromašni sve siromašniji u epohi povećanja znanja i broja informacija, i tako dalje)
- Razgovarajte o tome koje bi digitalne informacije, sa stanovišta učenika, trebalo očuvati. Koji su glavni kriterijumi izbora i dostupna tehnička rješenja i kako se može postići održivost? Koja se još pitanja javljaju kad se govori o očuvanju?
- Pronađite postojeće međunarodne instrumente za očuvanje digitalnih informacija (na primjer, UNESCO-va Povelja o Očuvanju digitalne baštine (UNESCO Charter on the Preservation of Digital Heritage), smjernice za digitalno arhiviranje i očuvanje
- Posjetite veb stranicu Biblioteke svjetske baštine (World Heritage Library)
  - Razgovarajte o važnosti očuvanja i promocije dokumentarne baštine s obzirom na moguće prirodne katastrofe, kao što je bio zemljotres na Haitiju i o poslu koji treba da



- urade arhivisti iz Nacionalnog arhiva Haitija. Pronađite neki članak koji predstavlja situaciju na Haitiju posle zemljotresa 2010. godine
- Pitajte polaznike zašto je potrebno arhiviranje veba i kako se ono obavlja

### IZVORI ZA OVAJ MODUL:

- <http://dis.shef.ac.uk/literacy>. (Preuzeto 20. 8. 2015.). Na ovom veb mjestu predstavljena su svojstva informacione pismenosti. Sadrži i linkove ka drugim mjestima i izvorima za informacionu pismenost.
- UNESCO. 2008. *Towards Information Literacy Indicators – conceptual framework paper*. Paris, UNESCO
- <http://www.big6.com>. T (Preuzeto 20. 8. 2015.). Na ovom veb mjestu ima mnoštvo izvora u vezi sa stupnjevima informacione pismenosti
- Gaunt, J., Morgan, N., Somers, R., Soper, R., and Swain, E. 2007. *Handbook for Teaching Information Literacy*. Cardiff, Cardiff University



## MODUL 9: KOMUNIKACIJA, IMP I UČENJE – SUMARNI MODUL

‘Inoviranje sadržaja zahtijeva inoviranje podučavanja’

147

Anonimni autor

---

### OKOLNOSTI I OBRAZLOŽENJE

Ovaj Program obuke za informacionu i medijsku pismenost (IMP) treba posmatrati u širem sklopu komuniciranja, kao što sugerišu moderne teorije učenja. Podučavanje i učenje su tijesno povezani i sastavni su dio procesa komuniciranja. Ustvari, ni jedno ne bi bilo efikasno bez onog drugog (Ndongko, 1985). Nastavnici i učenici, svjesno ili nesvjesno, u učionici primjenjuju elemente osnovnih, a nekad i složenih, komunikacijskih procesa.

Podučavanje i učenje predstavljaju veći izazov od kad su nove tehnologije, kao masmediji (radio, televizija i novinski arhivi), ušle u učionice. Sticanje vještina IMP nastavnicima i učenicima otvara mogućnosti da obogate svoje obrazovno okruženje i da promoviraju dinamičniji proces podučavanja i učenja. Interakcija nastavnika i učenika sa medijima i drugim dobavljačima informacija obično doprinosi stvaranju demokratskih i pluralističkih obrazovnih okruženja, a takođe podstiče kreiranje znanja. Svijest o ovim dinamičnim silama koje djeluju u učionici skreće pažnju na sazajne procese i na sazajne procese višeg reda koji su obrađeni u teorijama učenja.

Ovaj modul, posljednji u središnjem dijelu Programa obuke, služi kao objedinjujući, sumarni, jer se oslanja na sadržaje obrađene u ranijim modulima. U njemu se istražuje veza između komuniciranja i učenja (uključujući teorije učenja) i ukazuje kako se taj odnos može izmijeniti uz pomoć IMP. Modul

se završava razmatranjem kako da se tom promjenom upravlja da bi se ostvarili povoljni uslovi za IMP.

#### JEDINICE

1. Komunikacija, podučavanje i učenje
2. Teorije učenja i IMP
3. Upravljanje promjenama da bi se ostvarili povoljni uslovi za IMP u školama

## 1. JEDINICA: KOMUNIKACIJA, PODUČAVANJE I UČENJE

▶ **TRAJANJE:** 2 sata

### GLAVNE TEME

148

- Definisane komunikacije
- Osnovne teorije komunikacije
- Istraživanje podučavanja i učenja kao procesa komuniciranja i kako znanje IMP može da poboljša taj proces
- Strategije podučavanja kroz IMP i o IMP

### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Pokaže osnovno razumijevanje fenomena komunikacije
- Uoči i analizira osnovne teorije komuniciranja i njihov odnos prema procesu podučavanja i učenja, uzimajući u obzir primjenu vještina IMP

### PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

Ako u nastavi koristimo medije, biblioteke, arhive i druge dobavljače informacija (uključujući Internet i nove tehnologije), moramo preispitati načine na koje podučavamo: kako koristimo medije i druge dobavljače informacija? Kako oni utiču na načine na koje se informacije prenose učenicima?

Kao pojmovni okvir za mjesto IMP u praksi učenja i podučavanja mogu poslužiti modeli komuniciranja. Oni omogućavaju da se detaljno ispituju uloge nastavnika, učenika i medija, biblioteka, arhiva i drugih dobavljača informacija. Mnogi od njih imaju sljedeće komponente

(Shannon and Weaver, 1948; Schramm, 1954; Berlo, 1960):

- Pošiljalac (tvorac/izvor)
- Poruka (sadržaj)
- Kanal (medijum)
- Primalac (prijemnik/dekoder)
- Povratna veza (primalac pošiljaocu, i obrnuto, kako se petlja nastavlja)

Pronađite kako se ovaj model može primijeniti na vašu neposrednu nastavnu praksu. Koje uloge preuzimate vi, kao nastavnik? Koje su uloge na raspolaganju vašim učenicima? Kako te uloge oblikuju iskustvo učenja? Kako se upravlja procesom povratne veze tokom procesa učenja? Kako vam poznavanje IMP može pomoći da ostvarite bolju povratnu vezu?

Razmotrite kako učenici mogu da kritički razmotre platforme preko kojih primaju informacije tokom nastave. U vezi s tim su i shvatanja o podučavanju o medijima, i uz pomoć medija, biblioteka, arhiva i drugih dobavljača informacija. Preko kojih medija vaši učenici dobijaju informacije? Kakav je uticaj tih medija na praksu podučavanja i učenja? Nabrojite koje medije i izvore informacija mogu da koriste vaši učenici tokom nastave. Objasnite polazna gledišta i proces biranja po kojima su dospjeli u nastavni program.

Podučavanje IMP zahtijeva poznavanje i analiziranje medija, biblioteka, arhiva i drugih dobavljača informacija i poznavanje uloge koju imaju u cjeloživotnom učenju, kao i u saopštavanju i oblikovanju informacija i poruka (to jeste, sami mediji i tehnologije postaju predmet izučavanja u učionici). Podučavanje uz pomoć medija i drugih dobavljača informacija zahtijeva od nastavnika da ih poznaje i da umije da analizira sopstvenu ulogu, i ulogu medija i tehnologije u procesu podučavanja i učenja. Drugim riječima, šta se na času uči kroz medije i/ili tehnologiju? Da li postoji neki posebni predmet ili tema koji se podučavaju uz pomoć medija i tehnologije? Kako nastavnici mogu da primijene vještine IMP u onom što podučavaju?

Pronađite opšte primjere podučavanja o IMP pomoću medija, biblioteka, arhiva i drugih dobavljača informacija. Predstavite posebne aktivnosti/primjere iz svoje nastavne prakse gdje su primijenjena oba pedagoška postupka. Kakvo iskustvo učenja ti postupci nude učenicima?

## 2. JEDINICA: TEORIJE UČENJA I IMP

### GLAVNE TEME

- Pedagogija i IMP
- Šta su viši saznanjani procesi?
- Viši saznanjani procesi i IMP: stvaranje veze

### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Osmisli pedagoške pristupe koji odgovaraju učenicima IMP
- Pronađe i razradi pedagoške pristupe za razvijanje viših saznanjanih procesa kod učenika

### PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

- Razmotrite vještine IMP koje su suštinski važne za informacionu i medijsku pismenost::
  - Definisanje zadatka
  - Traženje informacija
  - Pronalaženje (lociranje) i pristup
  - Analiza poruka i informacija
  - Procjena konteksta u kom se nalaze poruke i informacije
  - Korišćenje informacija
  - Sinteza
  - Vrednovanje

Pronađite kako učenici mogu da usavrše i pokažu ove vještine tokom časa. Objasnite koji posebni pedagoški postupci ili aktivnosti to omogućavaju.

- Napravite plan ili nacrt časa za nastavnu jedinicu i u njega ugradite te pristupe i aktivnosti. Odlučite da li da smislite posebnu lekciju/pregled o IMP, ili lekciju/pregled koja integriše IMP u postojeći predmet. Pronađite glavne stvari/prilagođavanja koje nastavnik treba da uradi da bi učenici uspješno demonstrirali te vještine.
- Polazeći od modela komunikacije koji je predstavljen u prethodnoj jedinici, objasnite i obrazložite uloge koje će mediji, biblioteke, arhivi i drugi snabdjevači informacijama imati u vašoj lekciji/pregledu. Koju ulogu(uloge) ćete preuzeti vi, kao nastavnik? Koja uloga(uloge) stoje na raspolaganju vašim učenicima? Kako će te uloge izmijeniti proces učenja?
- Da bi učenici uspješno učili, važno je poznavanje saznanjanih procesa i saznanjanih strategija višeg reda. Mišljenje višeg reda može se definisati kao 'mišljenje o mišljenju', ili 'znanje o znanju'. Ono

se javlja u mnogim oblicima i obuhvata znanje o tome kada i kako koristiti određene načine, strategije za učenje i rješavanje problema. U praksi, te sposobnosti se koriste za uređivanje sopstvenog mišljenja, da bi osoba u najvećoj mjeri iskoristila svoj potencijal da misli i da bi vrednovala ispravna etička/moralna pravila (Metacognition, prilagođeno iz Vikipedije)

- Pregledajte prethodni spisak vještina IMP. Za svaku vještinu IMP navedite i opišite saznavnu strategiju višeg reda koju učenici mogu primijeniti, kao pomoć u učenju. Na primjer, da se olakša definisanje zadatka može se iskoristiti pojmovna mapa, a za analizu poruka i informacija, dijagram na kom su obilježeni različiti djelovi nekog informativnog teksta, zajedno s kritičkim pitanjima
- Izaberite više aktivnosti iz modula po izboru. Pronađite vještine koje se traže od učenika da bi uradili svaku od njih. Kakva je uloga mišljenja višeg reda u prenosu naučenog iz neke aktivnosti na stvarni susret učenika s medijima i drugim dobavljačima informacija izvan učionice?
- Iskoristite za podučavanje IMP pedagoške postupke iz 4. jedinice u Modulu 1. U okviru sopstvenog nastavnog programa, odaberite jedan postupak i prilagodite ga, ili doradite, za svoje učenike. Kako taj postupak spaja u iskustvu učenja teoriju komunikacije i IMP? Kako se taj postupak uklapa sa onim što očekujete od svog nastavnog programa? Kako će učenici znati da li su bili uspješni? (to jeste, kako se taj postupak uklapa u vaš sistem procjene i vrednovanja?)
- Razmotrite ulogu biblioteka i muzeja u razvijanju vještina IMP. Osmislite aktivnost koja pokazuje kako se posebni pedagoški postupci mogu primijeniti u nekoj od tih sredina. Razmotrite jedinstvene karakteristike koje su svojstvene ovim dvjema djelatnostima i izdvojite one koje mogu imati pozitivan uticaj na učenje
- Na osnovu aktivnosti iz nekog modula ovog nastavnog programa, ili polazeći od sopstvene prakse, objasnite kako jedan program obuke za IMP pruža mogućnosti za raznovrsno podučavanje i učenje (na primjer, taktilno učenje, vizuelno učenje, učenje putem slušanja, i tako dalje.)

### 3. JEDINICA: UPRAVLJANJE PROMJENOM KA PODSTICAJNIM ŠKOLSKIM USLOVIMA ZA IMP

#### GLAVNE TEME

- Zamah globalnih medija i informacione pismenosti: pregled aktivnosti u svijetu, razvoj politika, i tako dalje
- Stvaranje povoljne sredine za aktivno uvođenje IMP u škole
- Izazovi pred integrisanjem IMP u škole i pravljenje strategija da se ti izazovi savladaju

#### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Pronađe i predstavi IMP inicijative koje se sprovode lokalno i globalno
- Promoviše informacionu i medijsku pismenost kod različitih zainteresovanih strana
- Predstavi glavna pitanja koja treba imati na umu kad se planira integracija IMP u škole

## PEDAGOŠKI POSTUPCI i AKTIVNOSTI

Koristeći mašine za pretraživanje i druge izvore, obavite istraživanje programa, projekata ili inicijativa u vezi sa informacionom i medijskom pismenošću koje se trenutno izvode u ustanovama za obrazovanje nastavnika. Obuhvatite lokalne i međunarodne primjere. Izaberite jedan primjer i izdvojite glavne oblasti kojima se bavi. Kako se taj program razlikuje od nastavnog programa o kom govori ova knjiga? Kako ovaj program može i dalje da služi kao koristan izvor za nastavnike koje interesuje IMP?

Obavite istraživanje udruženja i organizacija koje podržavaju ciljeve IMP. Koje informacije i resurse (ljudske i materijalne) njihovi programi nude nastavnicima?

Da bi osigurali uspjeh IMP kurseva i programa, mnogi stručnjaci su izradili komplete preporuka. Mnogi su nabrojani u nastavku teksta. Objasnite kako se taj spisak može iskoristiti u vašoj konkretnoj situaciji. Pronađite preporuke koje biste vi dodali da osigurate uspjeh IMP u svom odsjeku ili ustanovi.

Predložene preporuke:

- Pronađite sadržaj
- Pronađite glavne učesnike i one koji daju podršku, u okviru školskog programa i u krugovima kreatora politike
- Napravite strateški plan za primjenu/integraciju, i tako dalje.
- Napravite strateški plan za promociju IMP
- Identifikujte tijela/udruženja koja bi to podržala
- Identifikujte raspoložive i potrebne resurse
- Izradite mehanizme za vrednovanje IMP kurseva i programa

Da li se ovaj spisak mijenja ako se uzmu u obzir i kriterijumi uspješnosti programa namijenjenog učenicima? Pronađite šta još treba uzeti u obzir u tom slučaju.

- S obzirom na potrebe vaše obrazovne sredine, na koje načine se IMP može integrirati u postojeće programe obrazovanja nastavnika, ili osmisliti kao poseban predmet? Koje su prednosti i nedostaci svakog od ova dva rješenja? Navedite pojedine module iz ovog programa kao primjere
- Napravite plan promocije IMP kod donosilaca odluka, tvoraca nastavnih programa i nastavnika u vašoj ustanovi. Koji su prioriteti ili potrebe svake od tih grupa? Objasnite kako ovaj Program obuke za IMP može pomoći da se oni zadovolje. Imenujte druge zainteresovane strane koje se mogu uključiti. Koju ulogu svaka od njih može imati u promociji IMP?

## IZVORI ZA OVAJ MODUL

- University Library Service. 2009. *Handbook for Information Literacy Teaching*, third revision
- Paris, UNESCO. 2003. *Media Education in the Pacific: A Guide for Secondary School Teachers*
- *Teaching information literacy through learning styles: The application of Gardner's multiple intelligences*. Intan Azura Mokhtar, Wee Kim Wee, School of Communication and Information (WKWSCI) at Nanyang Technological University (NTU), Singapore, 2008
- Big6. 2010. *Teaching Information Literacy Through Literature*, Big6 eNewsletter 11.1, 4. [www.big6.com](http://www.big6.com)





# Dodatni moduli



## MODUL 10: PUBLIKA

► TRAJANJE: 8 sati

156

### OKOLNOSTI I OBRAZLOŽENJE

Svi mi imamo iskustva kao medijska publika. Djeca i odrasli, podjednako, svakog dana provode značajan dio svog vremena baveći se medijima i komunicirajući. Rasprostranjeno je mišljenje da je publika jedna homogena grupa pasivnih pojedinaca koji će svi protumačiti neki tekst na isti način. Tačnije je reći da postoje dva glavna načina proučavanja medijske publike. Prvi je posmatra kao potrošača medijskih proizvoda i to je ono što djelatnost medija i komunikacija naziva 'ciljna publika'. Drugi način polazi od teorije recepcije, prema kojoj se publika tretira kao aktivni učesnik u čitanju i tumačenju medijskih i informativnih tekstova.

Ciljna publika je grupa čitalaca, gledalaca ili slušalaca određena posebnim svojstvima: starosna dob, prihod, rod, ili interesovanja. To je posebna grupacija za koju mediji i druge organizacije kreiraju sadržaje i oblikuju poruke. Na primjer, oglašivače veoma zanima da kupe vrijeme ili prostor koji će im otvoriti pristup do neke posebne demografske ili ciljne publike. Na televiziji, na primjer, oglašivači obično kupuju od TV mreže komercijalne vremenske odsječke tokom određenog programa koji privlači publiku do koje oni žele da dođu.

Iako nas neki medij može smatrati svojom ciljnom publikom, svaki put kad vidimo ili čujemo medijski tekst, naša reakcija polazi od ličnog društvenog znanja i iskustava koje unosimo u tekst. Kad primimo poruku ili informaciju iz medija, tumačimo je kroz sopstvenu ideologiju i vrijednosti.

Takođe je vrlo vjerovatno da mi, ustvari, pregovaramo o značenju koje uzimamo iz teksta, prihvatajući neke elemente, a odbacujući druge. Načini na koje se gradi značenje u filmskom snimku ili fotografiji (pomoću uglova snimanja, vrste snimaka, uređivanja, i tako dalje), takođe različito utiču na tumačenje koje će im pripisati publika.

Istraživači su otkrili da čitaoci ilustrovanih magazina provedu nešto više od 2 sekunde prelijećući pogledom stranice. Na televiziji, tipičan reklamni 'spot' traje samo 15 do 30 sekundi, a mnogi gledaoci 'skaču' na druge programe tokom pauza za reklame, ili 'surfuju' Internetom ostajući na jednom 'mjestu' samo po nekoliko sekundi. Da bi se što brže povezali sa današnjim potrošačima, proizvođači medijskih tekstova često stvaraju jaku emotivnu privlačnost, na osnovu istraživanja društvene demografije ili 'psihografije' – analize stavova, vjerovanja, želja i potreba ljudi. Iako kreativni tim ne može predvidjeti kako će svaki pojedinac reagovati na određeni medij, ovakva istraživanja daju dovoljno jasnu sliku kako će reagovati velike grupe populacije.

Zašto izučavamo medijsku publiku? Istraživanja publike pomažu da objasnimo kako se različiti ljudi odnose prema važnim temama, shodno svom rodu, starosti, ili društvenoj grupi. Ona takođe pomažu da se razumije odnos između proizvođača teksta i njegove publike, i kako proizvođači pokušavaju da navedu publiku da čita njihove materijale na određeni način. Pomažu nam da shvatimo kakav smisao mladi ljudi daju medijskim tekstovima u životu koji žive izvan škole. U ovom, informacionim dobu, istraživanja publike takođe mogu pomoći da odredimo kako da kreiramo sopstvene medijske tekstove i kako da efikasnije komuniciramo sa svojom publikom.

U modulu se obrađuje više važnih pitanja: Kako okolnosti proizvođača/autora utiču na individualno razumijevanje medijskog teksta? Kako konstrukcija teksta upravlja procesom tumačenja? Kako pojedinac izvlači značenje iz medijskog teksta? Kako publika koristi medije u svom svakodnevnom životu?

## GLAVNE TEME

- Publika i istraživanja tržišta
- Otkrivanje ciljne publike
- Kako publika izvlači značenje

## CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Ispituje pojam publike – kako ciljne, tako i aktivne
- Izdvoji razloge za tumačenje medijskih tekstova
- Analizira kako se pronalazi i cilja publika
- Objasni kako publika bira s kojim medijima će stupati u odnos i konzumirati ih
- Analizira kako publika reaguje na medijske tekstove i objasni koji činioci to uslovljavaju
- Ispita odnos između proizvodnje, poruke i publike

## PEDAGOŠKI POSTUPCI i AKTIVNOSTI

Prikupite i opišite primjere kako ljudi koriste masovne medije u svakodnevnom životu. Razmotrite korišćenje medija za informisanje, zabavu, praćenje dešavanja, društvo i identifikovanje. Pronađite na Internet prezentacijama građu o popularnim televizijskim programima ili muzici. Šta vam prikupljeni izvori govore o tome kako publika koristi i uživa te medije? Kako se ti načini korišćenja možda razlikuju od onog što su proizvođači sadržaja namjeravali?

- Zamislite kako bi porodica potpuno drugačijeg profila od vaše, ili iz drugog vremena, protumačila neke tekuće televizijske programe ili reklamne oglase. Šta bi rekli o današnjoj medijskoj publici?
- Uz pomoć Interneta, istražite kako publika iz nekoliko različitih zemalja reaguje na popularne televizijske programe. Kako te programe i njihove glavne junake i zaplete 'čita' ili tumači različita publika?
- Analizirajte poruke i vrijednosti koje se saopštavaju kroz popularne medijske tekstove, kao što su televizijski programi. Kako bi se te poruke promijenile ako bi bili uključeni ljudi iz različitih društvenih grupa (na primjer, starosne dobi, etničkog porijekla), ili ako bi muški i ženski junaci zamijenili uloge? Kako bi to možda uticalo na publiku koja prati taj program?
- Uz pomoć Interneta istražite aktuelne strategije koje koriste oglašivači da bi upoznali svoju ciljnu publiku, kao što su psihografici ili društveni demografici. Objasnite takav pristup, navedite kategorije i razmislite kakve pretpostavke o njima danas vladaju
- Pregledajte novine i ilustrovane časopise da biste prikupili određen broj reklamnih oglasa za koje smatrate da bi privukli publiku iz svake od uočenih kategorija

ILI:

- izaberite proizvod i napravite nacrt reklamnog oglasa koji bi privukao svaku od istraženih kategorija publike. Razmislite o udarnim riječima i slikama koje biste upotrijebili uz svaku od njih
- Smislite dva suprotna čitanja nekog popularnog medijskog teksta, kao što je film, televizijski program ili novinski članak. Odredite osobine njihove publike, ili kontekst koji bi pomogao kritičkom čitanju svakog od tih proizvoda. Kako to objašnjava raznovrsnost u reakcijama, što je česta posljedica popularnih medijskih tekstova?
- Pregledajte nekoliko novina ili preko Interneta pristupite aktuelnim filmskim naslovima. Polazeći od naslova i reklama za te filmove, šta očekujete da vidite u njima? Šta mislite, ko je ciljna publika za svaki od njih?
- Danas u mnogim bioskopima publika gleda reklame prije početka filma. Na osnovu filmova iz prethodne vježbe, kakve biste reklame prije filma očekivali za tu publiku?
- Iskoristite fotografije ili video zapise da kreirate slikovni kolaž koji biste upotrijebili da prodate svoju školu određenoj publici. Razmotrite upotrebu slika, simbola, vizuelnog i verbalnog jezika, muzike, boja, uglova i načina snimanja, i drugog, da biste se na odgovarajući način obratili svojoj publici i privukli njenu pažnju. Publika za ovaj kolaž mogu biti potencijalni učenici koji će se možda upisati u školu, njihovi roditelji, članovi školskog odbora, neki političar, i tako dalje.
- Analizirajte postojeći promotivni materijal neke škole ili fakulteta u vašoj regiji. Ako su prikazani učenici, kao izgledaju? Šta rade? Kako se prikazuje škola u datom materijalu? Kakav utisak učenici prenose o školi koju predstavljaju? Da li su to stvarni učenici, ili manekeni? Ako se ne pojavljuju učenici, koje slike su izabrane i šta one govore o instituciji? Na osnovu analize materijala, ko je, po vašem mišljenju, ciljna publika? Kakva poruka se saopštava?

- Izvan velikih medijskih korporacija postoje mnoge nezavisne robne marke, filmovi, televizijski programi i alternativni časopisi. Analizirajte neke od tih medijskih proizvoda da biste otkrili koje vrijednosti – društvene, umjetničke ili komercijalne – nude svojoj publici. Kako njihovi proizvođači ili kreatori pokrivaju troškove i komercijalizuju svoje proizvode?
- Upoznajte se sa istraživanjem Blumera i Kaca (Blumer and Katz, 1974) koji su utvrdili da će publika izabrati i koristiti medijski tekst iz jednog od sljedećih razloga:
  - **Odvraćanje:** bjekstvo od svakodnevnog života
  - **Lični odnos:** doživljavanje sebe kao povezanog s televizijskim junakom ili 'porodicom'
  - **Lični identitet:** sposobnost da se poistovjeti sa, i uči iz ponašanja, stavova i vrijednosti koje odlikavaju medijski tekstovi
  - **Nadziranje:** korišćenje medija i informativnih tekstova da bi se saznalo šta se događa u svijetu oko nas i da se pribave informacije koje mogu biti od koristi u svakodnevnom životu (na primjer, vremenska prognoza, vijesti, izborni rezultati, i tako dalje.)
- Izdvojite posebne primjere iz svog života, ili iz života vaših učenika, koji ilustruju nabrojane razloge za korišćenje medija i informativnih tekstova

## PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Pravljenje nacрта za kampanju oglašavanja
- Omiljena i suprotna čitanja IMP tekstova
- Kolaž slikovnih predstava škole
- Analiza teksta
- Istraživanje preko Interneta

159

## IZVORI ZA OVAJ MODUL

Ovi izvori su prikupljeni u Sjevernoj Americi i postavljeni kao ilustracija. Oni koji izvode obuku mogu sami da nađu mnoge prikladnije izvore u svojoj zemlji ili regionu.

- *Advertising Age* – [www.adage.com](http://www.adage.com) (Preuzeto 6.8.2015.)  
Specijalizovana publikacija, sa troškovima oglašavanja, izvještajima o reklamnim strategijama, istraživanjima ciljne publike, i tako dalje.
- *The Persuaders* – Frontline – <http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/shows/persuaders/> (Preuzeto 6.8.2015.)  
U programu se istražuje kako su strategije marketinga i oglašavanja počele da utiču ne samo na to šta ljudi kupuju, nego i kako vide sebe i svijet oko sebe. U ovom 90-minutnom dokumentarcu učestvuje niz stručnjaka i onih koji prate svijet oglašavanja/marketinga. Cijela emisija se može vidjeti onlajn, u šest djelova, na veb sajtu organizacije PBS.
- *The Merchants of Cool* – Frontline – [www.pbs.org](http://www.pbs.org) (Preuzeto 6.8.2015.)  
Emisija otkriva svijet istraživanja tržišta koje cilja na mlade, rad lovaca na 'cool' kvalitet i njegovu prodaju.

- *The Internet Movie Data Base* – [www.imdb.com](http://www.imdb.com) (Preuzeto 6.8.2015.)

Najsveobuhvatnije veb mjesto za istraživanje filmske i televizijske produkcije razvijenih zemalja. Sadrži obilje informacija o pojedinačnim naslovima – prikaze, imena glumaca, režisera, žanrove, istraživanja tržišta i publike, i tako dalje.



## MODUL 11: MEDIJI, TEHNOLOGIJA I GLOBALNO SELO

161

---

### OKOLNOSTI I OBRAZLOŽENJE

Pitanje vlasništva i kontrole nad medijima za komunikaciju je presudno jer ono definiše medijske sadržaje i procese. Čak ako novinari promovišu demokratiju praktikujući slobodu govora i slobodu štampe, ta sloboda i samostalnost su, prema nekim kritičarima, na izvjesne načine uslovljeni finansijskim ili političkim razlozima vlasnika medija ili poslodavaca – u nekim slučajevima ‘u rukavicama’, a u drugim neskriveno. Ta kontrola, uključujući njene obrasce i strukturu, pretežno se formira pod uticajem političkih (i geopolitičkih) realnosti koje prožimaju sve domene života i zahvaljujući mogućnostima za koncentraciju vlasništva. Zbog toga su urednička samostalnost i pluralizam medija važni, kako u lokalnim, tako i u globalnim okvirima. Zbog sve veće geografske složenosti medija, medijski tokovi se više ne odvijaju samo od sjevera ka jugu, nego i od juga ka sjeveru, i od juga ka jugu. Novi uticajni regionalni mediji sve više mijenjaju konfiguraciju međunarodnog medijskog sistema.

U većini zemalja svijeta, masmedijske organizacije su privatne komercijalne kompanije. Druge su privatne, ali nekomercijalne, kao one kojima upravljaju nevladine organizacije, a treće su u vlasništvu vlada koje ih kontrolišu. U oblasti emitterskih medija, model javnog emitera pruža alternativu komercijalnim i vladinim medijima. Pozitivan trend je sve veća popularnost lokalnih medija koji angažuju lokalno stanovništvo u kreiranju sadržaja i otvaraju prostor za glas marginalizovanih djelova društva.



Tehnološki pomaci u svjetskoj tržišnoj ekonomiji podstakli su rast globalnih medijskih kompanija koje se nazivaju transnacionalni medijski konglomerati. Njihova moć i uticaj prelaze geografske, ekonomske i političke barijere. Globalne medijske kompanije obuhvataju i one koje rade na regionalnom nivou. Stapanje medija, uprkos zakonima protiv formiranja trustova, takođe olakšava spajanja i kupovine medija na nacionalnom i globalnom nivou. Mnoge masmedijske organizacije ulaze u alijanse s kompanijama koje se bave telekomunikacijama, veb aplikacijama i zabavom (filmovi i video igre), i tako dalje. Nove kompanije nastale iz takvih saveza postale su još moćnije jer se njihove poruke, slike i glasovi sada emituju globalno i dopiru i do najudaljenijih sela preko različitih platformi – štampanih, emitterskih i digitalnih.

Nastanak globalnih medija je ujedno izazov i mogućnost. Neki izučavaoci komunikacije upozoravali su i upozoravaju na prijetnju od kulturne homogenosti, ali isti medijski alati nude i mogućnosti za kulturnu raznolikost i pluralizam (na primjer, sad je lakše proizvesti, podijeliti i razmijeniti lokalne medijske sadržaje). Globalni mediji takođe imaju mogućnosti i resurse da postave više profesionalne standarde. Posljedica je da su mnoge lokalne medijske kuće natjerane da uđu u takmičenje tako što poboljšavaju kvalitet svojih programa. Štaviše, pitanja razvoja koja su aktuelna u cijelom svijetu, kao što su klimatske promjene, pandemije ili prijetnje biodiverzitetu, mogu djelotvorno da se razmatraju preko globalnih medija. Takođe je poznato da su mnoge priče, koje su zbog političko-ekonomskih ograničenja bile skrivene od lokalne ili nacionalne publike, otkrivene svjetskoj publici preko nezavisnih globalnih medija.

Mijenja se i uticaj medijskih djelatnosti na politička uređenja. S novim medijskim tehnologijama povećava se dvosmjerni protok informacija unutar i izvan nacionalnih granica, i širi se prostor za javni diskurs. Sve to pogoduje njegovanju tolerancije i razumijevanja. Vrhovno pitanje je: kako mediji mogu da podrže promociju šireg spektra mišljenja, izbora i slobode?

Preovlađujući komercijalni medijski sistem zaslužuje posebnu pažnju zato što je oglašavanje i dalje njegov osnovni izvor prihoda. Kako medijske organizacije mogu zadržati samostalnost i povjerenje javnosti, a da ostanu finansijski pozitivne (profitabilne) i održive (u smislu svakodnevnog poslovanja)? U tom svijetlu treba razmotriti uticaj sveprisutnog faktora 'ili-ili'. Ovaj modul se završava u optimističnom tonu, razmatranjem alternativnih medija, posebno onih u malim sredinama, koji rade u današnjem svijetu globalnih medija. Sve veći broj takvih informativnih medijskih kanala nudi alternativu dominaciji malobrojnih, uključujući onlajn informativne veb sajtove. Lokalni mediji se mogu osnivati u školama, lokalnim sredinama, na radnim mjestima, i tako dalje, i oni su alternativa većim medijskim organizacijama. Ti 'mali' medijski kanali promovišu pravo na informacije i pružaju ljudima u lokalnu priliku da čuju sopstveni glas.

#### JEDINICE

1. Vlasništvo nad medijima u današnjem globalnom selu
2. Društveno-kulturna i politička dimenzija globalizovanih medija
3. Komercijalizacija informacija
4. Uspon alternativnih medija

# 1. JEDINICA: VLASNIŠTVO NAD MEDIJIMA U DANAŠNJEM GLOBALNOM SELU

► **TRAJANJE:** 2 sata

## GLAVNE TEME

- Svjetska ekonomija, e-trgovina i vlasništvo nad medijima
- Obrasci komuniciranja, vlasništvo i kontrola nad medijima
- Privatni (komercijalni) mediji, mediji u vlasništvu vlade ili kontrolisani mediji, i javne medijske organizacije, to jeste, javni emitterski sistemi
- Lokalni mediji
- Stapanje tehnologija (masovni mediji, telekomunikacije i računari), i pojava medijskih konglomerata
- Pluralizam i koncentracija (na primjer, lanci medija i višestruko vlasništvo)
- Kupovine, spajanja, zajednički poduhvati i konzorcijumi
- Transnacionalizacija (globalne medijske korporacije)
- Međunarodni i nacionalni protokoli o vlasništvu nad medijima
- Zakoni protiv trustova
- Ograničenja za strano vlasništvo
- Drugi regulatorni mehanizmi i politike
- Vlasništvo nad medijima, stvaranje sadržaja i kreiranje programa
- Zastupljenost inostranih i domaćih sadržaja
- Iznajmljivanje usluga, of šor poslovanje i rad od kuće
- Sukobi između uredničke samostalnosti i interesa vlasnika

163

## CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Opiše različite modele vlasništva i kontrole nad medijima
- Raspravlja o načinu funkcionisanja svjetske ekonomije i pojavi novih tehnologija, te kako oni utiču na strukture i modele vlasništva nad medijima
- Procijeni kako vlasništvo i kontrola nad medijima utiče na politiku medija, medijske procese, sadržaje i njihovo prenošenje
- Pokaže kako spajanje medija olakšava nove načine (uredničkog) kreiranja sadržaja (na primjer, iznajmljivanje usluga, of šor poslovanje i rad od kuće)
- Razumije kako postojeće međunarodne konvencije i nacionalni zakoni/politike oblikuju i uređuju vlasničku strukturu medija

## PEDAGOŠKI POSTUPCI i AKTIVNOSTI

Monopolsko vlasništvo nad medijima, kao što je državna kontrola, predstavlja značajnu prijetnju raznovrsnosti i pluralizmu medija, a time i slobodi izražavanja. Regulisanje konkurencije je važan dio oraničavanja monopola, kao i profesionalnost i nezavisnost novinarstva. Raznovrsnost stavova se takođe potpomaže postojanjem različitih oblika vlasništva (javno, privatno i neprofitno), kao i dostupnošću različitih vrsta medija (štampa, radio, televizija, Internet, i tako dalje).

Za razgovor: Najšira moguća diseminacija informacija iz raznovrsnih i suprotnih izvora je suštinski bitna za dobrobit ljudi. Dok novine i emiteri koji su u pojedinačnom vlasništvu najčešće uzajamno kritikuju sadržaje, koncentracija medija pod zajedničkim vlasništvom obično guši svaku uzajamnu kritiku i umjesto toga rezultira samopromocijom.

---

### STUDIJE SLUČAJA

Koristite objavljene priče o tome kako su politički ili ekonomski interesi vlasnika medija uticali na medijsko izvještavanje o pojedinim pitanjima. (Pogledajte Modul 2, 2. i 3. jedinicu da se podsjetite informativnih vrijednosti i procesa kreiranja vijesti). Treba izdvojiti činioce koji određuju stepen uticaja ili kontrole.

---

### ANALIZA KONTEKSTA

164

Pronađite jednu nacionalnu temu o kojoj su opširno izvještavale glavne televizijske stanice (privatne, vladine ili u javnom vlasništvu), uporedite i suprotstavite uglove gledanja (na primjer, određene tačke gledišta ili stanovišta) i obradu (to jeste, izvještavanje ili manipulisanje) novinskih priča. (Pogledajte Modul 2, 2 i 3. jedinicu, da se podsjetite informativnih vrijednosti i procesa kreiranja vijesti.)

Preispitajte uredničku politiku školskih glasila iz različitih sredina (sektaška, nasuprot nesektaškoj; privatna, nasuprot onoj kojom upravlja vlada; državna, nasuprot lokalnoj školi), i pronadite kako vlasništvo utiče na vođenje publikacije, na uredničke sadržaje, i tako dalje.

Pregledajte neko izvještavanje CNN-a ili Al Jazeera-e na određenu temu, određenog dana, uporedite i kontrastirajte uglove gledanja i obradu novinskih priča.

---

### ISTRAŽIVAČKI PROJEKAT

Sprovedite istraživanje registrovanih vlasnika velikih medijskih organizacija (kako su evidentirani u odgovarajućoj vladinoj agenciji) i ispitajte njihove veze s drugim poslovnim i političkim interesima, ako ih ima. Rezultate možete prikazati grafički.

## PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Istraživački rad o vlasništvu i kontroli nad medijima
- Učestvovanje u studijama slučaja
- Pisane zamisli na osnovu vježbe analiziranja konteksta

## TEME ZA DALJE RAZMATRANJE

Pojava kreativnih industrija povezanih s medijima:

- Izrada igara (interaktivni programi za razonodu)
- Elektronsko izdavaštvo
- Film, video i fotografija
- Računarski programi i servisi
- Drugo

---

## 2. JEDINICA: DRUŠTVENO-KULTURNE I POLITIČKE DIMENZIJE GLOBALIZOVANIH MEDIJA

165

► **TRAJANJE:** 3 sata

## GLAVNE TEME

- Društveno-kulturne dimenzije globalnih medija
  - Mediji i popularna kultura
  - Kulturni stereotipi, predrasude i pristrasnosti
  - Utisak opasnosti od kulturne homogenizacije
  - Obećanje kulturne raznolikosti i pluralizma
  - Mediji i kulturna tolerancija, razumijevanje i globalno građanstvo
- Politički uticaj medija
  - Obezbeđivanje mehanizama za dvosmjerni protok informacija (na primjer, sjever-jug, jug-jug)
  - Mediji kao platforma za širenje javnog prostora (demokratski govor)

- Mediji kao mehanizam za političku i društvenu mobilizaciju
  - Moć medija da oblikuje javno mišljenje i izbor javnih tema
  - Promocija dobrog upravljanja pomoću transparentnosti i odgovornog odnosa prema javnosti
- Mediji i migrantske zajednice
  - Kako globalni mediji i tehnološko stapanje tretiraju potrebe migrantskih zajednica
  - Studije slučaja medijskih kanala iseljeničkih/migrantskih zajednica

## CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Objasni i ilustruje kako mediji utiču na popularnu kulturu ili je oblikuju
- Objasni dinamiku onog što vidi kao suprotne procese kulturne homogenizacije i lokalizacije
- Analizira kako mediji mogu proširiti ili suziti javni prostor, demokratizovati pristup i unaprijediti političko učešće
- Raspravlja kako globalni mediji (na primjer, satelitska i kablovska televizija, Internet) mogu da se bave informacionim potrebama zajednica migranata

166

## PEDAGOŠKI POSTUPCI I AKTIVNOSTI

### ANALIZA RAZLIČITIH VRSTA MEDIJSKIH TEKSTOVA

Razgovarajte kako neki mediji mogu uticati na popularnu kulturu ili je određivati. Istražite da li ti mediji podstiču veću homogenizaciju ili raznovrsnost u novoj kulturi razonode.

Analizirajte tekst popularne pjesme koju izvodi neki izuzetno popularni zapadni ili domaći pop pjevač ili pjevačica. Izdvojite kulturne vrijednosti koje su ugrađene u tekst pjesme i kritički se osvrnite na prikladnost i poželjnost tih vrijednosti u lokalnim uslovima.

Pogledajte dokumentarni ili dugometražni film koji se bavi određenom vjerskom, kulturnom ili etničkom grupom. Izdvojite slike ili riječi upotrijebljene u dijalozima da bi se stvorile ili pojačale stereotipne predstave o toj grupi. Izdvojite elemente koji otkrivaju pristrasnosti i predrasude.

### ANALIZA KONTEKSTA

Sprovedite anketu na slučajnom uzorku učenika osnovne škole na temu njihovih trenutnih junaka i idola i zašto su ih izabrali. Kad složite rezultate ankete, analizirajte ih po sljedećim stavkama:

- (a) Koliko ima stranih, a koliko domaćih junaka

- (b) Mogući razlozi za izbor (na primjer, izloženost učenika tim junacima i idolima preko medija)
- (c) Vrijednosti koje oličavaju junaci ili idoli koje biraju različiti mediji

Pročitajte nekoliko brojeva glasila ili pogledajte medijski program namijenjen stranim radnicima u nekoj zemlji. Izdvojite glavne teme koje se obrađuju u glasilu/programu. Odredite da li su teme koje se odnose na zemlju u koju su se preselili i zemlju iz koje potiču odgovarajuće predstavljene.

## STUDIJE SLUČAJA

Posjetite veb mjesto, ili neko drugo onlajn mjesto, kao što je blog, društvena mreža ili onlajn video snimak koji je postavila neka međunarodna organizacija za zastupanje (na primjer, WWF - World Wildlife Fund – Svjetska fondacija za zaštitu prirode, ili Plan International), posvećena pitanjima koja ne mare za granice, kao što je životna sredina i održivi razvoj, ljudska prava, i tako dalje. Pogledajte kako se upotrebom interaktivnih alata unapređuje dijalog i gradi konsenzus među globalnim građanima koji posjećuju to mjesto.

## TEMATSKI PRISTUP/ISTRAŽIVANJE

Nastavnici intervjuišu pripadnike migrantske zajednice na sljedeće teme:

- (a) Masmediji koje koriste da bi bili u toku s novostima i tekućim događanjima u rodnoj zemlji
- (b) Utisci o tome kako međunarodni mediji izvještavaju o društveno-političkim temama i događanjima u njihovoj zemlji, u smislu tačnosti, smislenosti, potpunosti, i tako dalje.
- (c) Psihosocijalni uticaj održavanja uvida u vijesti i informacije iz rodne zemlje

167

## PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Izvještaj o istraživanju
- Eseji o rezultatima vježbi analize teksta, analize konteksta i studije slučaja
- Učestvovanje u diskusijama na času i druge aktivnosti grupnog učenja

## TEME ZA DALJE RAZMATRANJE

- Rodne i rasne teme u izvještavanju najuticajnijih, alternativnih i novih medija
- Seks i nasilje u medijima i društvu
- Privatnost i 'društvo reci-sve'
- Slabljenje nacionalnih država i pojava 'nadnacija' (novi svjetski vladari, kao što je Svjetska banka i Svjetska trgovinska organizacija)

## 3. JEDINICA: KOMERCIJALIZACIJA INFORMACIJA

▶ **TRAJANJE:** 2,5 sata

### GLAVNE TEME

- Informacija kako društveni (javni) proizvod i dobro
  - Oglašavanje kao hljeb nasušni za komercijalne medije
  - Rejtinzi i podaci o tiražu kao etalon za medijske produkte i servise
  - Prijetnja potrošačke kulture (potrebe, nasuprot željama i žudnjama publike;
- Strategije i pristupi u komercijalizaciji informacija
- Prava intelektualne svojine i informacije u javnom vlasništvu
  - Kopirajt i druga vlasnička prava nad informacijama
  - Informacije u javnom domenu
  - Besplatni i otvoreni izvori (i koncept Creative Commons)<sup>8</sup>.

168

### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Definiše komercijalizaciju informacija
- Razlikuje razne strategije i pristupe u komercijalizaciji informacija
- Objasni kako se mediji uklapaju u potrošačku kulturu, ili precizije, kako medijske poruke stvaraju potrebe, želje i žudnje za komercijalnim koncepcijama, proizvodima i uslugama
- Razlikuje vlasnička prava nad informacijama od informacija u javnom domenu, i daje prednost ovim drugim, u ime doprinosa univerzalnom pristupu informacijama i u korist opšteg dobra

### PEDAGOŠKI POSTUPCI i AKTIVNOSTI

#### ANALIZA TEKSTA

Tokom najmanje dva do tri dana, pregledajte teme o kojima se izvještava u poslovnim rubrikama velikih novina ili popularnih informativnih kanala. Prebrojite koliko dnevno ima priča o privatnim

8 <http://creativecommons.org> (Preuzeto 20. 8. 2015.)

korporacijama u odnosu na ukupan broj priča u toj rubrici. Takođe, priče o korporacijama se mogu razvrstati na 'dobre', 'loše' ili 'neutralne' vijesti.

---

## TEMATSKI PRISTUP/ISTRAŽIVANJE

Voditelj obuke intervjuiše najmanje desetoro djece u osnovnoj školi i pita ih zašto više vole jednu robnu marku ili određeni proizvod. Polaznici obuke slažu dječje odgovore i poredе prvih deset odgovora sa reklamama za omiljene proizvode.

---

## ISTRAŽIVAČKI ESEJ O PRAVIMA INTELEKTUALNE SVOJINE

Polaznici istražuju različite aspekte prava intelektualne svojine i njihov uticaj na univerzalni pristup informacijama. Esej može sadržati i istorijski razvoj prava intelektualne svojine, prednosti i nedostatke tog koncepta, posebne probleme koji iz njega proističu, zamjerke koje upućuju zemlje u razvoju, i tako dalje..

---

## PROMIŠLJANJE

Voditelj obuke nabavlja posljednje izdanje ovjerenih podataka o tiražu novina ili rejtinge nacionalnih televizijskih stanica. Polaznici onda razmišljaju o uredničkom sadržaju ili stilu kreiranja programa vodećih dnevnih novina, odnosno najgledanije televizijske stanice, i pišu esej o onom što su naučili iz vježbe.

169

## PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Esej o rezultatima vježbi analize teksta/konteksta i istraživački esej
- Studije slučaja/ istraživački esej
- Učestvovanje u diskusiji na času i druge aktivnosti grupnog učenja

## TEME ZA DALJE RAZMATRANJE

- Informaciono društvo/Društvo znanja
- Digitalni jaz/Jaz znanja
- Pitanja univerzalnog pristupa informacijama: prava intelektualne svojine i informacije u javnom vlasništvu



## 4. JEDINICA: USPON ALTERNATIVNIH MEDIJA

▶ **TRAJANJE:** 2,5 sata

### GLAVNE TEME

- Alternativni mediji: zašto su se pojavili
  - Povjerenje javnosti u najuticajnije medije
  - Dolazak IKT
  - Promjene medijskih navika i ukusa potrošača
- Definisane alternativnih medija (nasuprot najuticajnijim medijima)
- Vlasništvo i kontrola nad alternativnim medijima (to jeste, demokratizacija vlasništva i kontrole)
- Publike alternativnih medija: različiti sektori društva (žene, mladi, djeca, radnici, i tako dalje), marginalizovane grupe (kulturne zajednice, migranti i drugi) i tako dalje
- Sadržaj alternativnih medija (na primjer, lokalna gledišta, pristup koji njeguje učestvovanje i interakciju)
- Uloga alternativnih medija u društvu (na primjer, transparentnost, raznolikost i sloboda izražavanja)
- Planiranje, upravljanje i održavanje alternativnih medija u različitim okolnostima
  - Alternativi mediji u školskoj sredini
  - Alternativni mediji u lokalnoj zajednici
  - Modeli sticanja prihoda u alternativnim medijima.

170

### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Definiše alternativne medije – pruži obrazloženje njihovog postojanja, navede svojstva i primjene
- Analizira primjere alternativnih medija u različitim formatima – štampani, emitterski i elektronski
- Predstavi proces uređivanja (uključujući planiranje, proizvodnju i distribuciju) koji razlikuje alternativne od najuticajnijih medija
- Procijeni uticaj alternativnih medija na određene zajednice (uključujući virtulene zajednice), naročito u pogledu izvještavanja o temama i pitanjima koja se tiču marginalizovanih grupa publike i davanja prostora da se čuje njihovo mišljenje
- Planira pokretanje alternativnog medija lokalne zajednice ili škole

### STUDIJE SLUČAJA

Polaznici treba da pročitaju studije slučaja vodećih alternativnih medija (neke su dostupne onlajn) i da naprave spisak primjera najbolje prakse u planiranju i vođenju alternativnog medija, posebno u sljedećim oblastima:

- Planiranje tema (to jeste, pronalaženje ideja za priče)
- Izvođenje nalaza ili pronalaženje činjenica
- Obrada/organizovanje podataka/činjenica
- Angažovanje zainteresovanih aktera (publika) u uređivačkom procesu
- Širenje i zadržavanje publika
- Stvaranje prihoda

Polaznici mogu koristiti sljedeće karakteristike, kao podsjetnik za pokazatelje najbolje prakse:

- Inovativno
- Kreativno
- Izvorno
- Efikasno
- Djelotvorno
- Participativno

171

### STUDIJSKA POSJETA ALTERNATIVNOM MEDIJU/DETALJNO UPOZNAVANJE S LOKALNOM ZAJEDNICOM

Polaznici odlaze na teren, u prostorije jednog alternativnog medija, intervjuišu urednike, rukovodioce i novinare, i posmatraju uredničku i upravljačku politiku i praksu, poredeći ih s najuticajnijim medijskim kompanijama. Njihov izvještaj treba da sadrži informacije o tome kako alternativna medijska organizacija:

- Bira priče
- Bira izvore informacija
- Bira stanovište (na primjer, promovise određenu tačku gledišta) i način obrade (to jeste, izvještava ili manipuliše) priče
- Izaziva reakcije publike
- Stvara prihod
- Mjeri uspješnost, kroz podatke o rejtingu i tiražu

## MEDIJSKA PRODUKCIJA

Polaznici odlaze u posjetu nekoj marginalizovanoj zajednici i intervjuišu njene vođe i članove da bi odredili njihove informacione potrebe i zahtjeve. Zatim ekipa proizvodi i postavlja snimak na JuTjubu, ili kao podkast. Zbog boljeg utiska se dodaju muzika i drugi elementi.

### PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Studije slučaja
- Produkcija alternativnih medija
- Esej o posjeti alternativnoj medijskoj organizaciji
- Učestvovanje u diskusiji na času i u drugim grupnim aktivnostima učenja

### TEME ZA DALJE RAZMATRANJE

- Izvještači u lokalnoj zajednici i lokalno emitovanje
- Izvještavanje iz zona sukoba/mirovno novinarstvo

### IZVORI ZA OVAJ MODUL

- Birdsell, W. F. (N.D.), *The Internet and the Ideology of Information Technology*. [http://www.isoc.org/inet96/proceedings/e3/e3\\_2.htm](http://www.isoc.org/inet96/proceedings/e3/e3_2.htm) (Preuzeto 20.8.2015.)
- Fidler, R. 1997. *Media Morphosis: Understanding New Media*. California. Pine Forge Press.
- Green, L. 2002. *Communication, Technology, and Society*. London, Sage Publications;
- Habermas, J. 1989. *The Structural Transformation of the Public Sphere*, trans. Thomas MacCarthy. Cambridge, Polity Press.
- Habermas, J. 1994. Citizenship and National Identity. Steenbergen, B.V. (Ed.). *The Condition of Citizenship*. London, Sage Publications.
- Littlejohn, S. W. and Foss, K.A., 2008. *Theories of Human Communication* (9th ed). Belmont, California; Thomson Wadsworth.
- Marris, P. and Thornham S. (Eds.). 2002. *Media Studies: A Reader* (2nd ed.). New York, New York University Press.
- Pavlik, J. V. 1998. *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives* (2nd ed.). Boston, MA; Allyn and Bacon.
- Servaes, J. 2003. *Approaches to Development. Studies on Communication for Development*. Paris, Communication and Information Sector – UNESCO.
- Stevenson, N. 1995. *Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication*. London, Sage Publications.
- Sussman, G. and Lent, J. (Eds.). 1991. *Transnational Communications Wiring the Third World*. Newbury Park, California; Sage Publications.



# MODUL 3, 5. JEDINICA: DIGITALNO UREĐIVANJE I RAČUNARSKO RETUŠIRANJE

173

► **TRAJANJE:** 2 sata

## GLAVNE TEME

- Upoznavanje i korišćenje tehnologije i programa za obradu pokretnih i nepokretnih slika
- Primjeri upotrebe ove tehnologije u svijetu mode i novinskog izvještavanja
- Dobici i gubici od korišćenja ove tehnologije
- Uticaj ove tehnologije na vjerodostojnost fotoreporterskog rada, kao i na sposobnost pojedinca da pristupi originalnoj informaciji

## CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Analizira obrađene slikovne predstave i poruke i vrijednosti koje one prenose
- Ispita upotrebu tehnologije za obradu slika u praksi fotoreportera i u modnoj fotografiji
- Koristi program za obradu slika
- Uoči obrađene slikovne prikaze i procijeni njihov uticaj na publiku
- Analizira etičke strane obrade slika

## PEDAGOŠKI PRISTUPI

- Komentarišite stavove i navode koji slijede. Razgovarajte o uticaju tih stavova na medije i informacionu pismenost.
  - 'Računari su retuširanje i ponovno kreiranje fotografija učinili tako brzim i djelotvornim da su se foto tehničari sad pridružili inženjerima slike i zvuka u bratstvu modernih manipulatora, a svaki je u stanju da preuredi djeliće stvarnosti da bi postigao bilo koji efekat.' (Maršal Blonski /Marshall Blonsky/)
  - 'Do kraja ove decenije osvrnućemo se na 1992. i čuditi kako je video snimak policije koja bježe građane mogao da gurne Los Anđeles u ulične nered. Doba nevinosti kamdordera će ispariti, dok adolescenti, koji postavljaju onlajn svoje uljepšane slike, rutinski pretvaraju najprozaičnije slike u živu, ubjedljivu fikciju. Vješta krađa slika iz reklama i novinskih snimaka postaće visoka umjetnost. Više nećemo vjerovati sopstvenim očima dok gledamo stvarnost posredovanu kroz video snimke i tražićemo dokaze pouzdanosti negdje izvan njih.' (<http://www.saffo.com/essays/hot-new-medium-text/>, Preuzeto 20.8.2015.)
  - Obrada slika i video snimaka može ozbiljno da utiče na tačnost informacija i nije prihvatljiva u informativnim medijima. Obradene slike ne treba koristiti u novinskim pričama ili bilo kojoj pravnoj situaciji kao dokaz
  - 'Imam istu slobodu da radim s fotografijama kakvu su ilustratori imali vjekovima. Nijesam više ograničen zakonima fizike i stvarnosti.'(fotograf i računarski retušer Bari Blekman / Barry Blackman/)
- Upoznajte se sa tehnologijom za retuširanje i obradu video snimaka koja vam je trenutno dostupna. Objasnite kakve promjene ta tehnologija omogućava.
- Na osnovu svog istraživanja, izdvojite i opišite primjere gdje je ova tehnologija bila upotrijebljena u svijetu mode i novinskog izvještavanja. Istažite slučajeve kad je njeno korišćenje dovelo do kontraverze za zaposlene u modnoj industriji i novinarstvu
- Razgovarajte do koje mjere poznavanje te tehnologije određuje kako će ljudi da reaguju na slike u modnim magazinima i fotoreportažama. Predstavite dobitke i gubitke od te tehnologije za ljude i događaje koji su bili predstavljeni, kao i za publiku koja te slike gleda
- Ako je moguće, pristupite nekom programu za obradu slika. Skenirajte jednu fotografiju i isprobajte mogućnosti programa. Navedite kakve su promjene na fotografiji moguće. Objasnite efekat tih izmjena na značenje fotografije.

## PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Analiza aktuelnih primjera obrađenih slikovnih prikaza iz štampanih i elektronskih medija
- Učestvovanje u studijama slučaja fotoreportaže i modne fotografije
- Učestvovanje u vježbi izrade



## MODUL 4, 4. JEDINICA: KADRIRANJE I UGLOVI SNIMANJA – SAOPŠTAVANJE ZNAČENJA

175

► **TRAJANJE:** 2 sata

### GLAVNE TEME

- Istraživanje i analiza kadriranja i uglova snimanja u medijskim tekstovima
- Izrada liste snimanja za kamermana

### CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Uoči i analizira kadriranje i uglove snimanja u raznim medijima i informativnim tekstovima
- Analizira efekte određenih kadriranja i uglova na poruke koje se saopštavaju i na publiku
- Izabere odgovarajuće načine rada kamere da bi snimio neki događaj, kao što je politički miting ili debata, ili lokalni festival ili proslava

## PEDAGOŠKI POSTUPCI i AKTIVNOSTI

- Pregledajte medije da pronađete primjere medijskih i informativnih tekstova u kojima se uspješno koristi jedan ili više načina kadriranja i uglova snimanja, od onih koji su nabrojani u okviru na kraju ovog modula. Možete uzeti u obzir novinske fotografije, snimke televizijskih vijesti, filmske isječke, ili isječke iz televizijskih emisija. Predstavite značenje koje se prenosi 'jezicima' kamere koji su korišćeni u svakom od tekstova
- Pronađite primjer slike ili fotografije, isječak iz televizijske emisije ili snimak vijesti. Pažljivo ga analizirajte. Objasnite kako je pozicioniran subjekat na fotografiji ili snimku. Kakav se utisak prenosi kao posljedica toga? Objasnite kako je publika postavljena u odnosu na subjekat. Ako bi trebalo da primijenite drugi ugao fotografisanja ili snimanja, kako bi to promijenilo značenje koje se saoštava slikom ili snimkom?
- Zamislite da ste snimatelj ili fotograf koji prati politički miting, lokalni festival ili proslavu. Koje uglove snimanja i vrste snimaka biste odabrali da koristite u svom izvještaju i zbog čega? Napravite listu snimanja za izvještavanje o tom događaju. Kako bi tako zamišljen rad kamere doprinio da se prenesu potrebne informacije i željeni utisci o događaju?

## KADROVI I UGLOVI SNIMANJA

### — TIPOVI SNIMAKA

*Naziv i značenje/opis/efekat*

**Vrlo krupni plan\***, prikaz očiju/lica: agresivnost, nelagoda

**Krupni plan\*\* glave/reagovanja:** bliskost

**Krupni plan, prikaz glave i ramena – 2-3 osobe**

**Srednje krupni plan\*\*\*:** figura do struka, 2-3 osobe

**Srednji plan, polutotal<sup>+</sup>:** normalni pogled na cijelo tijelo

**Poluopšti plan, total<sup>++</sup>:** prostorija, normalni pogled

**Opšti plan, široki total<sup>+++</sup>:** kuća, postavljanje scene

**Daleki plan<sup>#</sup>:** grad, uspostavljanje prostora

### — UGLOVI SNIMANJA

**Donji rakurs ('žablja perspektiva'):** kamera gleda odozdo – subjekat djeluje veliko – stvara utisak moći subjekta

**Normalni pogled:** kamera posmatra subjekat u nivou očiju – subjekat izgleda iste visine kao posmatrač, što daje osjećaj jednakosti, čak poistovećivanja, sa subjektom

**Gornji rakurs ('ptičja perspektiva'):** kamera gleda na niže – subjekat izgleda mali – stvara utisak slabosti subjekta

### — FILMSKI TERMINI

**Filmska sličica, fotogram:** jedna nepomična slika ili slikovna predstava

**Kadar:** slike koje su snimljene od trenutka kad se kamera uključi do trenutka kad se zaustavi, bez rezova

**Sekvenca:** niz kadrova na istu temu

**Rez:** zaustavljanje jednog kadra / nagli početak drugog; stvara utisak različitih mjesta u isto vrijeme

**Zatamnjenje/Odtamnjenje:** u crno/iz crnog u sliku; sugerise prolazak vremena, promjenu mjesta

**Švenk, panorama:** kamera se kreće s lijeva na desno ili s desna na lijevo preko scene, od jednog do drugog subjekta; često se koristi za stvaranje napetosti

**Zumiranje:** kamera sužava (zum plus) ili širi (zum minus) vidno polje

**Vertikalni švenk, vertikalna panorama:** kamera se pokreće vertikalno, gore ili dolje

Prilagođeno iz *Mass Media and Popular Culture Resource Binder*. Toronto: Harcourt Brace & Company Canada

\*ECU – extreme close up – vrlo krupni plan (Prim. prev.)

\*\* CU – close up – krupni plan (Prim. prev.)

\*\*\* MS – medium shot – američki plan, ameriken (Prim. prev.)

+ MLS – medium-long shot – srednji plan, polutotal (Prim. prev.)

++ LS – long shot – krupni plan, total (Prim. prev.)

+++ ELS – extreme long shot – opšti plan, široki total (Prim. prev.)

# ES – establishing shot – daleki plan (Prim. prev.)



### PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Prepoznavanje rada kamere u različitim medijskim tekstovima
- Analiza nepokretnih slika, fotografija ili snimaka vijesti, sa stanovišta simboličkih i tehničkih kodova
- Kratak pregled rada kamere tokom izvještavanja o mitingu ili proslavi



# MODUL 5, 5. JEDINICA: TRANSNACIONALNO OGLAŠAVANJE I 'SUPERBRENDOVI'

179

► **TRAJANJE:** 2 sata

## GLAVNE TEME

- Privlačnost 'superbrendova'
- Strategije za kreiranje superbrendova
- Efikasnost aktuelnih primjera brendiranja u prenošenju poruke i dosezanju ciljne publike
- Glavne teme i poruke koje se saopštavaju kroz globalne reklamne kampanje

## CILJEVI UČENJA

Po završetku ove jedinice, očekuje se da nastavnik može da:

- Analizira i vrednuje strategije brendiranja i njihovu efikasnost
- Procijeni uticaj brendiranja na zajednice, od lokalnih do globalne
- Analizira poruke i vrijednosti koje se saopštavaju kroz posebne strategije brendiranja
- Procijeni ulogu novih tehnologija u brendiranju, lokalno i globalno

## PEDAGOŠKI POSTUPCI i AKTIVNOSTI

- 'Globalna marketinška strategija je tako uspješna da je svjesna subverzija jedva potrebna. Poruka 'prodaćemo vam kulturu', izrodila je globalnu reklamnu kampanju, jednu reklamnu poruku koja se koristi u svim zemljama gdje se proizvod pravi ili distribuira. Svjetsko oglašavanje je isplativije i djelotvornije, iako je često u upadljivom sudaru s lokalnim uslovima.' (Noreene Janus, *Advertising and Global Culture*, in *Cultural Survival Quarterly*, 1983.)
  - Obavite onlajn istraživanje da odredite marketinške strategije koje koriste transnacionalne korporacije. Možete posjetiti [www.adage.com](http://www.adage.com), veb mjesto strukovne publikacije Advertising Age. Pronađite različite strategije koje koriste najveće korporacije da reklamiraju svoje proizvode i 'prodaju' određenu kulturu. Razgovarajte šta se sugerše – neposredno ili posredno – o tradicionalnoj nasuprot savremene kulture
  - Posjetite veb mjesto jedne transnacionalne korporacije i izaberite jednu njenu reklamu da je pobliže analizirate. Izdvojite elemente reklame koji je čine privlačnom. Razmotrite upotrebu tvrdnji i emotivne privlačnosti. Ako je moguće, uporedite je s nekom drugom reklamom za isti proizvod koja je namijenjena za drugi region ili tržište. Otkrijte kako je svaka konstruisana za svoje ciljno tržište. Istražite u kojoj mjeri neko može da shvati reklamu i ako ne razumije jezik koji se u njoj koristi (razmotrite šta je to što može jednu reklamu i njene slike da učini 'univerzalnim')
  - Mnogi kritičari tvrde da se transnacionalne reklame bave 'prodajom' kulture. Analizirajte kako se ostvaruje to 'prodavanje'. Pronađite koje se poruke i vrijednosti prenose
  - Napravite nacrt reklame za proizvod ili uslugu namijenjene određenoj zajednici ili regionu. Pronađite i obrazložite kreativne postupke koji će biti najdjelotvorniji da se dosegne ta publika. Objasnite kako se vaše zamisli razlikuju od pristupa sjevernoameričkih ili evropskih reklamnih agencija koje ciljaju isto tržište
- 'Pošto je bitna karakteristika transnacionalne kulture brzina i snaga kojom se prenosi, važnu ulogu imaju sistemi za komuniciranje i informacije, jer omogućavaju da se poruka prenese širom svijeta kroz televizijske serije, vijesti, časopise, stripove, filmove' (Noreene Janus, *Advertising and Global Culture*, in *Cultural Survival Quarterly*, 1983.) i, možda najvažniji, savremeni kanal, Internet
  - Istražite aktuelne primjere oglašavanja iz kojih se vidi moćna uloga tehnologije u saopštavanju i diseminaciji poruke oglašivača. Objasnite kako je tehnologija upotrijebljena i s kakvim efektom
  - Na osnovu prethodnog istraživanja, napravite plan za promociju izmišljenog proizvoda na međunarodnom tržištu. Pronađite ciljnu publiku. Objasnite koje bi strategije bile najdjelotvornije za doseganje te publike. Istražite kako to omogućavaju nove tehnologije
  - Analizirajte primjere brendiranja u svojoj sredini. Objasnite koji elementi doprinose razvitku uspješnog brenda. Procijenite koliko je izabrani primjer uspio da se postavi kao veoma prepoznatljiv brend, da saopšti značenje brenda i dođe do ciljane publike

## PREPORUKE ZA PROCJENJIVANJE

- Analiza aktuelnih primjera reklama i reklamnih strategija
- Onlajn istraživanje
- Izrada nacrta za reklamne kampanje

# Rječnik termina

## Analiza konteksta

Contextual analysis

Pedagoški prisup u podučavanju IMP koji je usmjeren na proučavanje i analizu tehničkog, narativnog i situacionog konteksta medijskog teksta

## Arhetip

Archetype

Uzorni ili idealni oblik osobe ili predmeta za koji se smatra da predstavlja sve kasnije verzije te osobe ili predmeta.

## Auditivno učenje

Auditory learning

Učenje putem slušanja – ponekad se grupiše sa vizuelnim i taktilnim (v. dalje), kao jedan od tri tipa učenja.

## Bibliotečke vještine

Library skills

Kompetentnost u korišćenju biblioteke.

## Blog

Blog

Veb mjesto koje obično održava jedna osoba, na kojoj on ili ona postavlja svoje komentare, opise događaja, slike ili video snimke. Drugi korisnici mogu da ostavljaju komentare na blog unose, ali samo vlasnik može da ga uređuje. Blogovi se često zovu 'onlajn dnevnici'.

## Blokiranje

Blocking

Odnosi se na tehničke postupke sprečavanja pristupa digitalnom sadržaju tako što se sprečava pristup adresi na kojoj se nalazi informacija – Uniformnom lokatoru izvora<sup>1</sup> (v. dalje: Svjetska mreža).

## Cjeloživotno učenje

Life-long learning

Povezano je sa idejom obrazovanja usmjerenog na one koji uče. Uvažava činjenicu da život ne 'započinje' i ne 'staje' poslije programa nastave u određenom vremenu i prostoru. Svaki pojedinac neprekidno uči, što daje presudni značaj medijskim i informacionim tehnologijama za odvijanje ovakvog učenja. Razvitak medijske i informacione pismenosti nije ograničen samo na jednostavno savlađivanje nekog programa, već se prostire preko granica konteksta formalnog obrazovanja. Odigrava se u različitim okolnostima (radna mjesta, društvene aktivnosti, neformalno obrazovanje, i tako dalje).

## Čuvar kapije

Gatekeeper

Generički pojam koji se odnosi na svakog ko ima ulogu filtriranja ideja i informacija namijenjenih javnom emitovanju – interni proces odlučivanja o puštanju ili zadržavanju informacija od medija ka masama. Čuvanje kapije se događa na svim stupnjevima medijske hijerarhije – od izvještača koji odlučuje koje će izvore uvrstiti u priču, do urednika koji odlučuje koje će priče ići u štampu.

## Demokratija

Democracy

Društveno uređenje u kojem narod ima vrhovnu vlast koju vrši direktno ili indirektno preko svojih predstavnika izabраниh na slobodnim izborima. Takođe označava slobodu pojedinca da odlučuje o svom životu, kao i zaštitu osnovnih prava i sloboda.

<sup>1</sup> Jedinstveni lokator izvora – URL – Uniform Resource Locator (Prim. prev.)

**Digitalna pismenost**Digital literacy

Sposobnost korišćenja digitalnih tehnologija, sredstava za komunikaciju i za umrežavanje da bi se pronašle, vrednovale, koristile i stvarale informacije. Odnosi se i na sposobnost da se shvate i koriste informacije u različitim formatima i iz širokog spektra izvora, ako su predstavljene preko računara, kao i na sposobnost pojedinca da djelotvorno obavlja zadatke u digitalnom okruženju. Digitalna pismenost obuhvata sposobnost čitanja i tumačenja medija, reprodukovanja podataka i slika digitalnim rukovanjem i vrednovanje i primjenu novih znanja stečenih u digitalnim uslovima.

**Diskurs**Discourse

Određena obrada predmeta ili pitanja (izgovorenog ili napisanog), razrađena do detalja.

**Društveno umrežavanje**Social networking

Onlajn povezivanje ljudi u mreže oko nekog zajedničkog interesovanja ili aktivnosti. Jedan od primjera društvenog umrežavanja su ljudi koji objavljuju profile sa informacijama o sebi. Fejsbuk je primjer popularne društvene mreže.

**Etički kodeks/  
Kodeks struke/  
Kodeks  
raznovrsnosti**Code of ethics/ code  
of practice/ diversity  
code

Skup načela ponašanja novinara koji opisuje ponašanje koje odgovara najvišim standardima struke. Primjere ovakvih kodeksa ustanovila je Međunarodna federacija novinara<sup>2</sup>. Među postojećim kodeksima ima razlika, ali svi dijele zajednička načela, među kojima su istinitost, tačnost, objektivnost, nepristrasnost, pravičnost i odgovornost pred javnošću, u vezi sa pribavljanjem novih informacija i njihovim prenošenjem javnosti.

**Film**Film

Oblik zabave koji predstavlja priču nizom slika i zvukova, dajući privid neprekinutog kretanja.

**Globalna mreža**World Wide Web

Servis koji radi na Internetu i omogućava dostupnost ogromnih količina sadržaja time što pruža tri glavne funkcije: format za objavljivanje – HTML ; adresu za svaku pojedinačnu informaciju – URL i način za prenošenje informacija – http.

**Govor mržnje**Hate speech

Komunikacija koja podstiče na mržnju određene skupine ljudi zbog njihovih kolektivnih karakteristika (nacionalnost, rod, seksualno opredjeljenje, i tako dalje).

**Građanska  
odgovornost**Citizenship/civic  
responsibility

Status člana određene društvene, političke ili nacionalne zajednice. Status građanina, po teoriji društvenog ugovora, nosi sa sobom podjednako prava i odgovornosti.

<sup>2</sup> Međunarodna federacija novinara – IFJ – International Federation of Journalists (Prim. prev.)

**Građansko  
novinarstvo**Citizen journalism

Odnosi se na mogućnosti ljudi da se aktivno odnose prema novostima i sadržajima koristeći digitalne medije, i da ih preoblikuju tako što će priložiti sopstvene informacije, komentare ili stanovišta.

**Građanstvo  
(aktivno)**Citizenship (active)

Pripadnost definisanoj zajednici (političkoj, nacionalnoj ili društvenoj). Obično se smatra da se građanstvo sastoji od skupa prava (kao što je pravo glasa ili pravo na socijalnu brigu), i obaveza (kao što je učestvovanje). Aktivno građanstvo je gledište po kom građani treba da rade na dobrobiti svoje zajednice putem ekonomskog doprinosa, javnog i dobrovoljnog rada, i čineći druge slične napore da se poboljša život svih građana.

**Ideologija**Ideology

Doktrina, filozofija, osnovni skup vjerovanja ili načela koji pripadaju pojedincu ili grupi. Može se zamisliti kao sveobuhvatna vizija, način gledanja na stvari (kao u definicijama zdravog razuma i u više filozofskih struja), ili kao skup ideja koje je vladajuća klasa u društvu nametnula svim članovima tog društva.

**IKT**ICT

Informacione i komunikacione tehnologije sastoje se od svih tehničkih sredstava koja se koriste za rukovanje informacijama i omogućavanje komunikacije, uključujući računarsku i mrežnu opremu, kao i potrebne programe. Drugim riječima, IKT se sastoji od informacione tehnologije, kao i od telefonije, medija za emitovanje, svih vrsta obrade i prenosa zvuka i slike. Termin naglašava ulogu komunikacija (telefonske veze i bežični signali) u modernoj informacionoj tehnologiji.

**IMP**MIL

IMP je skraćena za 'Informaciona i medijska pismenost', i odnosi se na suštinski važne kompetencije (znanje, vještine i stavove) koje građanima omogućavaju da se djelotvorno odnose prema medijima i drugim snabdjevačima informacijama, i da razvijaju kritičko mišljenje i vještine cjeloživotnog učenja da bi se socijalizovali i postali aktivni građani

**Informacija**Information

Širok pojam koji obuhvata podatke; znanje nastalo na osnovu učenja, iskustva ili podučavanja; znaci i simboli. U svijetu medija, informacija često označava znanje o posebnim događajima ili situacijama koje se prikupljeno ili dobijeno kroz komuniciranje, istraživanje ili novinsko izvještavanje.

**Informacije u  
javnom vlasništvu**Public domain  
information

Termin se primjenjuje na originalna kreativna djela, uključujući poeziju, muziku, likovnu umjetnost, knjige, filmove, dizajn proizvoda i druge oblike intelektualne svojine, kao što su računarski programi. Status javnog vlasništva znači da kreativno djelo može da se koristi za bilo koju svrhu koja je korisniku potrebna. Jedinice u javnom vlasništvu smatraju se kolektivnim kulturnim nasljeđem društva u cjelini, nasuprot ličnoj svojini.

**Informaciona / informacijska pismenost**Information literacy

Odnosi se na sposobnost da se uvidi kada je informacija potrebna, da se ona pronađe, vrednuje, djelotvorno upotrijebi i prenese, u različitim formatima

**Informativne vrijednosti**News values

Ponekad se nazivaju novi kriterijumi; određuju koliko će medijska kuća dati važnosti nekoj novinskoj priči i koliko pažnje će joj posvetiti publika. Neke od najvažnijih novih vrijednosti su učestalost, neočekivanost, personalizacija, smislenost ili kapacitet za izazivanje sukoba.

**Informativni mediji**News media

Odjeljak masovnih medija koji se bavi predstavljanjem tekućih vijesti publici. Obuhvata štampane medije (na primjer, novine i časopise), emitterske medije (radio i televizija) i, sve više, medije koji se zasnivaju na Internetu (na primjer, veb stranice i blogovi)

**Internet**Internet

Svjetski sistem međusobno povezanih računarskih mreža koje koriste standardnu garnituru Internet protokola (TCP/IP<sup>3</sup>) da bi opsluživale milijarde korisnika širom svijeta. To je mreža mreža sastavljena od miliona privatnih, javnih, akademskih, poslovnih i državnih mreža, od lokalnog do globalnog dometa, koje su povezane širokom lepezom tehnoloških rješenja za elektronsko i optičko umrežavanje.

**Izvori informacija**Information sources

Osobe, grupe i dokumenti od/iz kojih se dobijaju informacije.

**Javni interes**Public interest

Koncept opšteg dobra ili dobrobiti za javnost u cjelini, nasuprot zasebnim interesima nekog pojedinca ili grupe. Ne postoji opšta saglasnost oko onog što čini javni interes, ali ovaj izraz odražava osjećanje da neki interesi važe za sve, bez obzira na status ili položaj i da je stoga potrebno preduzeti korake da budu zaštićeni.

**Javni medijski servisi**Public service media

Od medija koji se finansiraju od javnih sredstava često se zahtijeva da ispunjavaju svoju ulogu u podršci javnom interesu, tako što će pružati uravnoteženo i raznovrsno uređene sadržaje koji predstavljaju zajednicu u cjelini.

**Javni prostor**Public sphere

Zamisao javnog prostora gdje članovi društva mogu slobodno da razmjenjuju novosti, informacije i mišljenja – mjesto gdje se pojedinci javno susrijeću i razmjenjuju poglede na teme od zajedničkog interesa, poštujući načela jednakosti i uključenosti. Najuticajniji savremeni teoretičar javnog prostora je Jirgen Habermas.

<sup>3</sup> TCP/IP – Transmission Control Protocol/Internet Protocol – Protokol za kontrolu prenosa/Internet protokol (Prim. prev.)

**Jednakost**Equality

Načelo po kojem svako, bez obzira na životnu dob, pol, vjeru ili naciju, ima jednaka prava. To je osnovno načelo Univerzalne deklaracije o ljudskim pravima, sadržano u riječima „priznanje urođenog dostojanstva i jednakih i neotuđivih prava svih članova ljudske zajednice su osnova slobode, pravde i mira u svijetu“. Ideja građanstva usvaja tematiku jednakosti.

**JuTjub**YouTube

Veb mjesto za dijeljenje video snimaka gdje korisnici postavljaju snimke na bilo koju temu koja ih zanima.

**Komunikacija**Communication

Proces kojim se informacije pakuju, usmjeravaju i odašilju od pošiljaoca ka primaocu, preko nekog nosioca (medijuma). Za svaki oblik komunikacije neophodni su pošiljalac, poruka i namjeravani primalac. Ipak, da bi se čin komuniciranja odigrao, primalac tokom komunikacije ne mora da bude prisutan, niti svjestan namjere pošiljaoca da komunicira.

**Kontekst**Context

Skup činjenica i okolnosti koje okružuju medijski tekst i pomažu da se odredi njegovo tumačenje.

**Konvencija**Convention

U vezi sa medijima, odnosi se na standard ili normu koja predstavlja pravilo ponašanja.

**Konvergencija, stapanje**Convergence

Odnosi se na mogućnost da se različite vrste informacija, bilo da je riječ o glasu, zvuku, slici ili tekstu, transformišu u digitalni kôd kojem se potom može pristupiti preko niza uređaja, od personalnog računara do mobilnog telefona, čime se stvara digitalno okruženje za komunikaciju.

**Kopirajt**Copyright

Skup prava koja se garantuju autoru ili tvorcu nekog djela, i kojima se ograničava mogućnost da druge osobe umnožavaju, rasparčavaju ili preoblikuju njegov sadržaj. Vlasnici prava su češće kompanije koje finansiraju određeni rad, nego sami tvorci. Prava se mogu kupovati i prodavati na tržištu.

**Korisnički sadržaji**User-generated content (UGC)

Poznato i kao Mediji koje kreiraju potrošači<sup>4</sup>. Odnosi se na različite vrste javno dostupnih medijskih sadržaja koje mogu proizvesti korisnici digitalnih medija. Proizilazi da oni koji konzumiraju, takođe i proizvode sadržaje.

**Kritičko mišljenje**Critical thinking

Sposobnost proučavanja i analize informacija i ideja da bi se one razumjele, da bi se procijenila njihova vrijednost i tvrdnje, umjesto da se uzmu 'zdravo za gotovo'.

<sup>4</sup> UGC – User-generated content – Korisnički sadržaj; CGM – Consumer-generated media – Mediji koje kreiraju potrošači. (Prim. prev.)



**Kultura**Culture

Zajednički, naučeni i simbolični sistem vrijednosti, vjerovanja i stavova koji oblikuju percepciju i ponašanje i utiču na njih – apstraktna ‘mentalna shema’ ili ‘mentalni kodeks’. Odnosi se i na objedinjeni obrazac ljudskog znanja, vjerovanja i ponašanja koji zavise od kapaciteta za simboličko razmišljanje i društveno učenje.

**Lokalni mediji ili mediji autohtonih naroda**Indigenous or community media

Bilo koji medij koji je stvorila i kojim upravlja neka zajednica – bilo geografska, ili zajednica formirana na nekom identitetu ili interesovanju. Lokalni mediji se razlikuju od privatnih (komercijalnih), državnih ili javnih medija i sve više se smatraju središnjim činiocem dinamičnih i demokratskih medijskih sistema.

**Ljudska prava**Human rights

Skup prava i zaštita koji se smatraju neophodnim za očuvanje dostojanstva i samopoštovanja pojedinca. Takva prava su obično pobrojana u nacionalnim ili međunarodnim dokumentima koji ih definišu (na primjer, Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima, Evropska konvencija o ljudskim pravima i Konvencija o pravima djeteta). Takođe, to su prava grupacija ili naroda – zahtijevaju da se zaštite posebno siromašne i/ili marginalizovane grupacije u društvu.

**Marketing**Marketing

Proces kojim kompanije stvaraju interesovanje kupaca za proizvode ili usluge. Marketing stvara strategiju koja čini temelj tehnika prodaje, poslovne komunikacije i razvoja poslovanja.

**Masovni mediji; masmediji**Mass media

Mediji čiji su sadržaji namijenjeni širokoj publici, posredstvom tehnologije. Masmediji su kanali komunikacije kroz koje teku poruke.

**Mediji**Media

Fizički objekti koji se koriste za komuniciranje, ili masovno komuniciranje pomoću fizičkih objekata kao što su radio, televizija, računari, film, i drugo. Takođe označava bilo koji fizički objekat koji se koristi za prenošenje medijskih poruka. Mediji su izvor pouzdanih informacija, gdje se sadržaj obezbjeđuje kroz uređivački proces koji je određen novinarskim vrijednostima i stoga se odgovornost za uređivanje može pripisati nekoj organizaciji ili pravnom licu. Posljednjih godina termin mediji koristi se i za nove onlajn medije.

**Medijska pismenost**Media literacy

Poznavanje i korišćenje masovih medija, s manje ili više samopouzdanja, uključujući znalačko i kritičko razumijevanje medija, tehnika koje koriste i efekata koje postižu. Takođe, sposobnost da se čita, analizira, vrednuje i proizvede komunikacija u raznim medijskim formatima (na primjer, televizija, štampa, radio, računari, i tako dalje). Drugo značenje termina je sposobnost da se protumači, analizira, vrednuje i proizvede komunikacija u različitim oblicima/formatima.

**Medijski jezici/ jezici medija**Media languages

Konvencije, formati, simboli i narativne strukture koje publiku upućuju na značenje medijskih poruka. Simbolički rečeno, jezik elektronskih medija djeluje veoma slično kao gramatika u štampanim medijima.

**Medijski sadržaj**

Mediji koji su proizvedeni i isporučeni publici.

**Media content****Mit**

Mit predstavlja unutrašnji sistem vjerovanja koji izražava strahove, želje i težnje jedne kulture, kao što je mit o 'herojskom putovanju'. U tim pričama, junak – nesvjestan svoje sudbine – pozvan je da preduzme neku važnu potragu. Junak tokom svoje potrage obično prolazi kroz više stupnjeva: rođenje ili početak, sticanje svijesti o svom sudbinskom 'pozivu', doživljavanje romanse, suočavanje sa neprijateljima, dobijanje savjeta od starije mudre osobe i, konačno, povratak kući.

**Myth****Multimedija**

Kombinovana upotreba više medija, posebno u svrhe obrazovanja ili zabave. Takođe, može značiti objedinjavanje teksta, zvuka, potpuno ili delimično pokretih slika ili grafike u digitalnom obliku.

**Multimedia****Najuticajniji mediji**

Mediji koji se rasprostiru preko najvećih kanala distribucije, te stoga predstavljaju ono što će konzumirati većina onih koji prate medije. Termin označava i medije koji u opštim crtama odražavaju preovlađujuće tokove ideja, uticaja ili aktivnosti.

**Mainstream media****Narativ**

Pričanje priče ili zapleta kroz niz događaja. U kontekstu medijskog teksta, to je smisleno nizanje događaja u vremenu i prostoru.

**Narrative****Nastavni program**

Skup kurseva čiji je sadržaj osmišljen tako da omogućava postupni pristup učenju.

**Curriculum****Nekomercijalni  
oglasi**

Vrsta oglašavanja koja za temu ima neki aspekt javnog interesa, a ne proizvod ili robnu marku.

**Public service ad****Novi mediji**

Sadržaj koji se organizuje i distribuira na digitalnim platformama.

**New media****Novinar**

Osoba koja skuplja i razasilje informacije o tekućim događajima, ljudima, kretanjima i temama. Njegov/njen rad je poznat kao novinarstvo.

**Journalist****Novinarstvo**

Prikupljanje, pisanje, uređivanje i predstavljanje vijesti u novinama, časopisima, u radijskim i televizijskim programima, i na Internetu.

**Journalism****Novine**

Publikacije koje izlaze redovno i sadrže vijesti, informacije i reklamne oglase. Obično se štampaju na jeftinom, manje kvalitetnom papiru, kao što je roto-papir.

**Newspaper**

**Novosti**News

Prenošenje informacija o tekućim događajima, putem štampe, emitovanja, Interneta ili usmeno, trećim licima ili masovnoj publici

**Oglašavanje**Advertising

Skup postupaka i tehnika za skretanje pažnje potrošača na proizvode i usluge, s ciljem da se ubijede da kupe proizvod ili uslugu koji se oglašavaju.

**Plasman**Merchandising

Aktivnosti usmjerene na brzu maloprodaju robe korišćenjem postupaka prodaje u paketu, izlaganja, besplatnih uzoraka, demonstracija na licu mjesta, skaliranja cijena, posebnih ponuda i drugih metoda prodaje na na platnom mjestu.

**Pluralizam  
(medijski plurlizam)**Pluralism (media  
pluralism)

Karakterise ga raznovrsnost medijskih kuća, kako u smislu vlasništva (privatno, javno, društveno), tako i vrsta medija (štampa, radio, televizija, Internet). U širem smislu, pluralizam u društvu predstavlja situaciju u kojoj pripadnici različitih etničkih, rasnih, vjerskih ili društvenih grupa autonomno upražnjavaju i razvijaju svoje tradicionalne kulture ili posebna interesovanja, u okvirima granica zajedničke civilizacije.

**Podkasti**Podcasts

Zvučne i vizuelne medijske datoteke koje se objavljuju periodično i mogu da se slušaju preko podkast servisa na uređajima kao što je računar.

**Popularna kultura**Popular culture

Ukupnost ideja, tačaka gledišta, stavova, tema, slikovnih predstava i drugih fenomena kojima je data prednost neformalnom saglasnošću većine u datoj kulturi, naročito zapadna kultura od početka do sredine 20. vijeka, i narastajuća široko prihvaćena svetska kultura kasnog 20. i početka 21. vijeka.

**Poruka**Message

Informacija koja je poslata iz izvora do primaoca.

**Predstava**Image

Usvojena mentalna predstava ili slika.

**Predstavljanje**Representation

Proces kojim konstruisani medijski tekst stoji umjesto nečega, simbolizuje, opisuje ili predstavlja ljude, mjesta, događaje ili ideje koji su stvarni i koji postoje izvan teksta. Može označavati i odnos između stvarnih mjesta, ljudi, događaja i ideja, s jedne, i medijskog sadržaja s druge strane.

**Produkcija**Production

Proces sklapanja medijskih sadržaja da se dobije završen medijski proizvod. Takođe se odnosi na procese stvaranja medijskih tekstova, kao i na ljude koji su u tim procesima angažovani.

**Propaganda**Propaganda**Publika**Audience

Oblik komunikacije čiji je cilj da utiče na stavove zajednice u vezi s nekim pitanjem ili stavom.

Grupa potrošača za koju je napravljen medijski tekst, kao i svi drugi do kojih on dopire.

**Ciljna publika / Target audience:** Grupa ljudi sa zajedničkim skupom karakteristika, kao što su životno doba, pol, zanimanje, klasa, i tako dalje, kojoj se posebno upućen medijski tekst

**Aktivna publika / Active audience:** Teorija po kojoj ljudi primaju i tumače medijske poruke u svjetlu lične istorije, iskustva i stanovišta, tako da će različite grupe ljudi na različite načine tumačiti istu poruku.

**Računarski programi**Software

Programi i podaci koji računaru daju uputstva kako da rukuje raznim vrstama podataka ili izvodi operacije. Primjeri se srijeću od kancelarijskih programa koji proizvode podatke i rukuju njima, do programa koji kontrolišu oblikovanje i uređivanje slikovnih prikaza.

**Radio**Radio

Prenos zvučnih signala koji su kodirani u elektromagnetske talase – prenos programa namijenjenih publici putem radijskog emitovanja.

**Rasizam**Racism

Uvjerenje da osobine ljudi i njihove mogućnosti prvenstveno zavise od genetskih činilaca koji određuju neku rasu, kao i da rasne razlike proizvode urođenu superiornost određene rase.

**Raznovrsnost**Diversity

Istinsko uvažavanje i poštovanje različitosti – središnji pojam u ideji pluralizma. Demokratska društva ili sistemi štite vrijednosti raznovrsnosti, kao dio ljudskih prava i poštovanja ljudskog dostojanstva.

**Regulisanje (medija)**Regulation (media)

Odnosi se na pokušaje kontrole ili uticanja na ponašanje medijskih organizacija i učesnika, izradom i sprovođenjem pravila i kodeksa njihovog ponašanja.

**Samoregulacija**Self-regulation

Pravila koja politički ili ekonomski činoci postavljaju sami sebi. U medijima, samoregulacija upućuje na poštovanje etičkih i kodeksa struke, bez uplitanja organa vlasti ili institucija.

**Seksizam**Sexism

Predrasuda ili diskriminacija na osnovu pola, naročito diskriminacija žena – ponašanje, situacije ili stavovi koji jačaju stereotipe o društvenim ulogama zasnovanim na polu.

**Simbolizam**Symbolism

Korišćenje simbola, uključujući slikovne predstave, zamisli i arhetipove da bi se predstavili vidovi stvarnosti (na primjer, loši kauboje nose crne šešire, a dobri bijele).

**Sloboda govora**Freedom of speech

Sloboda da se govori bez cenzure ili ograničenja, ili oba. Sinonim je sloboda izražavanja, ali se on ponekad koristi i šire od slobode usmenog govora, da označi bilo koji čin traženja, primanja i saopštavanja informacija ili ideja, preko bilo kog medijuma.

**Sloboda informisanja**Freedom of information

Pravo građana na pristup informacijama koje su u posjedu javnih organizacija.

**Sloboda izražavanja**Freedom of expression

Osnovno ljudsko pravo. Ne koristi se samo za označavanje slobode usmenog govora, nego za sve radnje traženja, primanja i saopštavanja informacija. Sloboda štampe je u srži ovog prava i suštinski važna za izgradnju i podršku društvenim zajednicama i građanskom društvu.

**Sloboda štampe**  
Freedom of the press

Mediji uopšte (ne samo štampani), koji su slobodni od neposredne vladine cenzure ili kontrole – ne isključuje primjenu zakona o konkurenciji zbog sprečavanja monopola, kao ni državno dodjeljivanje frekvencija za emitovanje.

**Stereotipi**Stereotypes

Raširen oblik medijskih predstavljanja koji koristi lako prepoznatljive osobine da označi pripadnike društvenih ili kulturnih grupa. Može imati pozitivne ili negativne konotacije.

**Storibord**Storyboard

Slikovna predstava filmske sekvence koja je često izrađena kao niz crteža, slično tabli stripa – dio pripreme režisera za snimanje filma.

**Svjetsko selo**Global village

Prvi put ga pominje Maršal MakLuan u svojoj knjizi „Gutenbergova galaksija“; izraz opisuje kako se zemaljska kugla skupila do sela, zahvaljujući elektronskoj tehnologiji i trenutnom kretanju informacija iz svake tačke u svaku drugu, istovremeno. Vremenom je izjednačen sa Internetom i Svjetskom mrežom.

**Štampanje**Press

Štampani mediji zaduženi za prikupljanje i objavljivanje vijesti u obliku novina i časopisa.

**Štampani mediji**Print media

Mediji koji se sastoje od papira i boje – reprodukovani u procesu štampanja koji je tradicionalno mehanički.

**Taktilno učenje**Kinesthetic learning

Odnosi se na pristup učenju koji obuhvata fizičku aktivnost, dodirivanje, a ne, na primjer, slušanje predavanja.

**Tehnologija**Technology

Oprema koja se koristi za stvaranje u medijima i za komunikaciju s njima (na primjer, radio aparati, računari, tlefoni, sateliti, štamparske prese, i tako dalje).

**Tekst**Text

Medijski tekst obično se odnosi na pojedinačne proizvode medijske produkcije: pisane, zvučne i vizuelne (na primjer, televizijska epizoda, knjiga, broj časopisa ili izdanje novina, reklamni oglas, i tako dalje).

**Televizija**Television

Prenos pokretnih i, ponekad, nepokretnih slika, obično praćenih zvukom, preko elektronskih ili elektromagnetnih signala; vizuelni i zvučni sadržaj takvih signala; organizacije koje proizvode i emituju televizijske programe.

**Učešće (građansko učešće)**Participation (civic participation)

Učešće je srce demokratije; glavni cilj je da se obezbijedi da svaki pojedinac može da zauzme svoje mjesto u društvu i pruži svoj doprinos njegovom razvitku. To je važan element demokratske prakse i presudan za procese odlučivanja; smatra se kamenom temeljcem osnovnih ljudskih prava.

**Upravljanje**Governance

Najbolje se sagledava kao proces upravljanja koji obuhvata interakciju između zvaničnih institucija i onih koje čine građansko društvo. Upravljanje se interesuje za to ko posjeduje moć, ovlašćenja i uticaj, kako se oni koriste, i kako se definišu politike i donose odluke koje se tiču društvenog i javnog života. Upravljanje obuhvata podjednako institucije vlasti, kao i njihovu praksu i ponašanje.

**Dobro upravljanje / Good governance:** Oličeno je u predvidljivom, otvorenom i prosvijećenom osmišljavanju politike, u birokratiji koja je prožeta profesionalnom etikom i koja postupa s ciljem da unaprijedi javno dobro, vladavinu prava, transparentnost procesa i znatno učešće građanskog društva u javnim poslovima

**Loše upravljanje / Poor governance** Karakteriše ga proizvoljno određivanje politike, birokratija koja nikom ne polaže račune, nefunkcionalan ili nepravičan pravni sistem, zloupotreba izvršne moći, građansko društvo koje nije aktivno u javnom životu, kao i raširena korupcija.

**Urednička samostalnost**Editorial independence

Profesionalna sloboda koja se daje urednicima da donose uređivačke odluke bez uplitanja vlasnika medija, ili bilo kog državnog, ili drugog činioca.

**Urednik**Editor

Osoba koja je odgovorna za uređivačke aspekte publikacije; određuje konačni sadržaj teksta, naročito u novinama i časopisima. Ovaj termin treba jasno razlikovati od vlasnika medija, što se odnosi na osobu ili grupu akcionara koji posjeduju medijsko preduzeće.

**Usmjerenje na one koji uče**Learner centred

Pristup obrazovanju koji onog ko uči stavlja u srce procesa učenja. Ovdje su potrebe i težnje pojedinaca postavljene u središte svakog procesa ili programa učenja, usredsređujući se u velikoj mjeri na iskustva koja oni unose u obrazovnu situaciju. Ovaj pristup uvažava učestvovanje i vrednuje doprinos onih koji uče zajednici učenja.

**Veb 2.0**Web 2.0

Aplikacije koje omogućavaju interaktivnost i dozvoljavaju korisnicima da osmišljavaju osobine programa po svom izboru. U Veb 2.0 programima naglašena je važnost saradnje i dijeljenja s drugima.

**Veb lokacija, mjesto**Website

Zbirka veb stranica, slikovnih prikaza i podataka, sa zajedničkim Uniformnim lokatorom izvora<sup>5</sup> (v. Svjetska mreža).

**Viki**Wiki

Veb mjesto koje obično održava više od jedne osobe i gdje korisnici sarađuju na sadržaju. Vikiji često imaju višestruko međusobno povezane stranice i sadržaje, zajedno sa komentarima, opisima događaja, dokumentima, i tako dalje. Viki se razlikuje od bloga po tome što njegov sadržaj obično osvježava više korisnika i po većoj raznovrsnosti materijala koji se u njega može učitati.

**Vizuelni mediji**Visual media

Mediji koji se oslanjaju na slikovne predstave da bi prenijeli značenje (na primjer, televizija, film, Internet, i tako dalje)

**Vizuelno učenje**Visual learning

Način učenja koji se zasniva na usvajanju slikovnih predstava tokom posmatranja demonstracija.

**Znanje**Knowledge

Činjenica ili stanje posjedovanja informacija ili učenosti.

**Žanr**Genre

Posebna vrsta medijskog sadržaja (na primjer, zabavni, informativni, vijesti, oglašavanje, dramski program, i tako dalje). Svaki žanr ima svoju opštu namjenu i sklop.

<sup>5</sup> URL – Uniform Resource Locator – Uniformni lokator izvora (Prim. prev.)

**Ž**ivimo u svijetu u kom kvalitet informacija koje dobijamo umnogome određuje naše izbore i postupke, uključujući sposobnost da uživamo osnovne slobode i mogućnost za samoodređenje i razvoj. Ovaj Program obuke nastavnika za informacijsku medijsku pismenost je važan izvor za sve zemlje članice UNESKO-a i pionirsko izdanje. Prvo, on je vizionarski jer polazi od postojećih trendova ka stapanju radija, televizije, Interneta, novina, knjiga, digitalih arhiva i biblioteka u jednu platformu. Drugo, posebno je osmišljen za integrisanje u formalne sisteme obrazovanja nastavnika. Najzad, UNESKO vjeruje da će ovaj nastavni program doprinijeti inovacijama i poboljšanjima na svim nivoima obrazovanja.

Janis Karklinš, pomoćnik direktora, Sektor za informacije i komunikacije,  
UNESKO

[www.unesco.org/webworld](http://www.unesco.org/webworld)



United Nations  
Educational, Scientific and  
Cultural Organization

With the support of  
**Participation  
Programme**

NACIONALNA  
BIBLIOTEKA  
CRNE GORE



DURDE  
CRNOJEVIĆ



ISBN 978-86-7079-154-1



9 788670 791541 >