

# SUSRETI PEDAGOGA

Nacionalni naučni skup

Filozofski fakultet u Beogradu  
29. i 30. septembar 2017.

## VasPITANJE danas

*Zbornik radova*



1838



## **Izdavači**

Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
Institut za pedagogiju i andragogiju  
Čika Ljubina 18-20, Beograd

Pedagoško društvo Srbije  
Terazije 26, Beograd

## **Urednici**

dr Milan Stančić  
dr Aleksandar Tadić  
dr Tamara Nikolić Maksić

## **Recenzenti saopštenja**

Prof. dr Šefika Alibabić  
Prof. dr Radovan Antonijević  
Doc. dr Biljana Bodroški Spariosu  
Prof. dr Miomir Despotović  
Doc. dr Saša Dubljanin  
Prof. dr Emina Hebib  
Doc. dr Aleksandra Ilić Rajković  
Prof. dr Branka Knežić  
Prof. dr Živka Krnjaja  
Doc. dr Ivana Luković  
Doc. dr Maja Maksimović  
Prof. dr Nataša Matović  
Doc. dr Vladeta Milin

Doc. dr Zorica Milošević  
Doc. dr Jovan Miljković  
Doc. dr Lidija Miškeljin  
Prof. dr Kristinka Ovesni  
Prof. dr Violeta Orlović Lovren  
Prof. dr Dragana Pavlović Breneselović  
Prof. dr Aleksandra Pejatović  
Prof. dr Lidija Radulović  
Prof. dr Vera Spasenović  
Doc. dr Zorica Šaljić  
Prof. dr Jelena Vranješević  
Prof. dr Nataša Vujisić Živkov

## **Tehnički urednici**

dr Milan Stančić  
dr Aleksandar Tadić  
dr Tamara Nikolić Maksić

## **Prelom i dizajn korica**

Aleksa Eremija

ISBN 978-86-80712-09-3

Odeljenje za pedagogiju i andragogiju Filozofskog fakulteta Univerziteta u Beogradu i Pedagoško društvo Srbije organizovali su u okviru Susreta pedagoga nacionalni naučni skup sa temom „VasPITANJE danas“. Cilj naučnog skupa je da se kritički preispitaju aktuelna pitanja, dileme i problemi i da se razmene najnovija naučna saznanja o vaspitanju.

### **Programski odbor skupa**

dr Dragana Pavlović Breneselović, redovni profesor, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Nataša Vujisić Živković, redovni profesor, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Radovan Antonijević, redovni profesor, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Živka Krnjaja, redovni profesor, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Snežana Medić, redovni profesor, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Šefika Alibabić, redovni profesor, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Miomir Despotović, redovni profesor, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Vera Spasenović, vanredni profesor, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Emina Hebib, vanredni profesor, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Nataša Matović, vanredni profesor, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Jelena Vranješević, vanredni profesor, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Aleksandra Pejatović, vanredni profesor, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Lidija Radulović, vanredni profesor, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Biljana Bodroški Spariosu, docent, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Lidija Miškeljin, docent, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Zorica Šaljić, docent, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Milan Stančić, docent, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Saša Dubljanin, docent, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Aleksandar Tadić, docent, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Aleksandra Ilić Rajković, docent, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Ivana Luković, docent, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Vladeta Milin, docent, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
Nataša Stojanović, predsednica Pedagoškog društva Srbije  
Biljana Radosavljević, potpredsednica Pedagoškog društva Srbije  
dr Miroslav Pavlović, Pedagoško društvo Srbije  
Nevenka Kraguljac, Pedagoško društvo Srbije

### **Organizacioni odbor skupa**

dr Ivana Luković, docent, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
dr Vladeta Milin, docent, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
MA Nevena Mitranić, doktorand Filozofskog fakulteta Univerziteta u Beogradu  
MA Dragana Purešević, doktorand Filozofskog fakulteta Univerziteta u Beogradu  
MA Maša Avramović, asistent, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
MA Mirjana Senić Ružić, asistent, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
MA Nataša Nikolić, asistent, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu  
MA Bojana Stojanović, sekretar Pedagoškog društva Srbije  
MA Jelena Jovanović, Pedagoško društvo Srbije  
Aleksa Eremija, tehnički urednik, urednik sajta Pedagoškog društva Srbije  
Slovenka Simić, Pedagoško društvo Srbije  
Dragana Spasojević, Pedagoško društvo Srbije  
Irena Mučibabić, Pedagoško društvo Srbije  
Slavica Ilić, Pedagoško društvo Srbije  
Klub studenata pedagogije, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu

*Napomena.* Naučni skup je realizovan u okviru projekta Instituta za pedagogiju i andragogiju Filozofskog fakulteta u Beogradu „Modeli procenjivanja i strategije unapređivanja kvaliteta obrazovanja u Srbiji“ (br. 179060, 2011-2017) koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije i Razvojnog plana Pedagoškog društva Srbije.

## VASPITNE MOGUĆNOSTI MASOVNIH MEDIJA<sup>77</sup>

Hajdana J. Glomazić<sup>78</sup>  
Institut za kriminološka i sociološka istraživanja, Beograd

### *Apstrakt*

Masovni mediji, kao institucije od izuzetnog značaja za razvoj civilizacijskih i demokratskih vrednosti, ne samo da su u prilici, već su i u obavezi da deluju odgovorno, pošteno i u najboljem interesu javnosti. Vaspitanje putem masovnih medija se u najvećoj meri odnosi na vrednosne kategorije i uticaje. Cilj ovog rada je da preispita vaspitne mogućnosti masovnih medija uzimajući u obzir dominantne društvene pojave i tendencije kojima je izložen savremeni svet. Rezultati analize su pokazali da su vaspitne mogućnosti masovnih medija neupitne i da oni mogu proizvesti značajne vaspitne efekte na publiku ukoliko je njihova orijentacija zasnovana na promociji pozitivnih društvenih vrednosti, stavova i stila života. Međutim, sa druge strane, ostaje upitno kolika je iskorišćenost njihovog vaspitnog potencijala.

**Ključne reči:** masovni mediji, vaspitanje, socijalne mreže, lažne vesti.

### **Uvod**

Masovni mediji nisu jedini instrument javnosti, ali predstavljaju najmoćnija sredstva komunikacije kojima javnost učestvuje u društvenom procesu (Herman & McChesney, 2004). Kao institucije od velikog društvenog značaja masovni mediji ne samo da su u prilici, već su i u obavezi da deluju odgovorno, pošteno i u najboljem interesu javnosti. Na globalnom i lokalnom planu, praksa pokazuje da su se pojavom interneta i novih medija (specifičnih po svom karakteru) dogodile brojne promene na polju komunikacije, što je tradicionalne medije primoralo da pronađu dodatne kanale za svoje (re)pozicioniranje na tržištu (Glomazić, 2015). Budući da se informacije danas neuporedivo brže razmenjuju nego ranije, da su korisnici medija u prilici da u realnom vremenu prate ne samo vesti, već da komentarima i razmenom mišljenja sa ostalim korisnicima aktivno učestvuju u procesu masovne komunikacije – mora se reći da je takva situacija izazvala veliki preokret i primorala medije na brzu adaptaciju (Alves et al., 2016) Uprkos promenama koje su pretrpeli, masovni mediji su i dalje referentni za socijalna, kulturna i politička pitanja koja imaju značaj za razvoj pojedinaca i društvene zajednice (Glomazić, 2015).

---

<sup>77</sup> Rad je nastao u okviru projekta „Kriminal u Srbiji: fenomenologija, rizici i mogućnost socijalne intervencije“ (broj 47011) koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

<sup>78</sup> E-mail: [hajdana.ng@gmail.com](mailto:hajdana.ng@gmail.com)

Mediji masovne komunikacije su agens vaspitanja i socijalizacije, naročito mladih, ali ovi procesi njima posredovani ne odvijaju se lagano i bez kontroverzi. U istoj meri u kojoj masovni mediji u procesu vaspitanja mogu biti upotrebljeni za podršku uspostavljanja pozitivnih društvenih vrednosti, jednako tako se mogu naći u ulozi promotera najnižih društvenih obrazaca ponašanja, vrednosti, stavova, navika i mišljenja.

### Vaspitna funkcija masovnih medija

U mnoštvu određenja koja se odnose na funkcije masovnih medija<sup>79</sup>, nesporno je da se informisanje, obrazovanje i zabava uzimaju kao konstanta njihovog društvenog delovanja (Kunczik i Zipfel, 2006). Pojam vaspitanja putem masovnih medija nije precizno definisan i vrlo često se podvodi pod obrazovnu funkciju masovnih medija. Budući da granica između vaspitnog i obrazovnog delovanja mas medija nije precizno određena, taj kompleksan odnos najbolje se može razumeti u kontekstu određenja prema kome je „obrazovanje najznačajniji oblik i sredstvo realizacije vaspitanja” (Medić, 1993: 65). U literaturi koja se bavi pitanjima komunikacije može se zapaziti da se neretko jedni te isti efekti masovnih medija na publiku pripisuju različitim procesima: obrazovanja, vaspitanja, socijalizacije, akulturacije, ideološke indoktrinacije. Time se dolazi u opasnost da se medijski uticaj podvodi pod proces koji to suštinski nije. S druge strane, pedagoška literatura upućuje na zaključak da se vaspitni uticaji medija (isprepletani sa uticajima koji dolaze iz porodice, škole i društvene zajednice) najpre odnose na formiranje sistema vrednosti pojedinaca i pružanja orijentacionog okvira za njegovo ponašanje (Gajić i Lungulov, 2012). Dakle, vaspitanje putem masovnih medija se u najvećoj meri odnosi na vrednosne kategorije i uticaje. Tako, prenošenje obrazovne i kulturne tradicije, fundamentalnih vrednosti i društvenih normi (Janićijević, 2011.)<sup>80</sup> možemo shvatiti kao izraz vaspitnih uticaja masovnih medija. Oni se mogu reflektovati na društvenoj i na individualnoj ravni.

Razvoj tehnologije, masovnih i novih medija stvorio je uslove za uspostavljanje globalnog zajedništva koje karakteriše težnja za stvaranjem zajedničkog socijalnog, ekonomskog, obrazovnog, kulturnog i političkog identiteta. U tom kontekstu, široko posmatrano, masovni mediji imaju ulogu da prenesu bogato društveno nasleđe u čemu se ostvaruju njihovi vaspitni ciljevi. Sadržaji koji se emituju posredstvom sredstava masovnog komuniciranja mogu doprineti tome da se utvrde ili preispitaju tradicionalne

---

<sup>79</sup> Kuncziki i Zipfel navode da postoji veliki broj funkcionalističkih pristupa i normativnih propisa funkcija masovne komunikacije. Oni na jednom mestu sintetišu njihove najčešće spominjane društvene funkcije: informisanje, stvaranje javnosti, artikulacija, posredovanje, kompenzacija, kompleksnost, tematizovanje/selekcija/strukturiranje, kritika i kontrola, socijalizacija, obrazovanje i vaspitanje, integracija, rekreacija/zabava, ekonomija i reklama. (Kunczik i Zipfel, 2006: 44).

<sup>80</sup> Autorka je prenošenje kulturne tradicije vrednosti i društvenih normi od jedne generacije ka drugoj izvorno odredila kao obrazovne aktivnosti, mada se u samom tekstu vaspitanje i obrazovanje u podjednako meri upotrebljavaju za opisivanje ovo procesa.

vrednosti i, jednako tako, stvore nove, saglasne trendovima koje sa sobom nosi savremeno društvo. Masovni mediji imaju moć da postavljaju agendu za javnu debatu i akciju, skrenu pažnju na devijantne i opasne obrasce ponašanja, budu ključan faktor u očuvanju status quo ili dovođenja do promene, usmeravaju pažnju na ličnosti, događaje i probleme, što predstavlja najsnažniji njihov efekat u smislu javnog znanja (Janićijević, 2011) i društveno poželjnog ponašanja.

Vaspitne mogućnosti medija možda se najbolje mogu sagledati kroz analizu medijske kulture. Daglas Kelner (Kellner, 2004) smatra da je medijska kultura veoma uticajna u procesu socijalizacije i oblikovanja novih modela identifikacije. Specifičan pozicija medijske kulture daje joj moć *dodeljivanja* statusa ličnostima, organizacijama, društvenim pokretima, problemima - izdvajajući ih iz mase - čime se medijski legitimizuje njegov status (Janićijević, 2011). Na taj način je moguće otpočinjanje procesa identifikovanja sa postojećim sistemom vrednosti, vladajućom ideologijom (Božović, 2014) ili javnim (uticajnim) ličnostima. Sa druge strane, mediji masovnog komuniciranja mogu da obezbede zadovoljavanje potreba pojedinaca na ličnom, psihološkom nivou, (povezivanje, veza sa širim društvenim grupama, stvaranje osećaja solidarnosti, ali i izolovanosti), kao što imaju veliku mogućnost da deluju na kulturnom planu (formiranjem zajedničke kulture i sistema vrednosti, tradicije), na planu uvažavanja potreba i prava manjinskih zajednica (zadovoljavanju potreba manjina i kulturnih podgrupa u okviru veće zajednice), kao i na političkom nivou, budući da igraju centralnu ulogu u demokratizaciji društva (Herman & McChesney, 2004). Uticaji masovnih medija očigledni su u nastojanju da budu generator formiranja ili učvršćivanja stavova publike, usvajanja vrednosti i navika, društveno poželjnog ponašanja, odnosno u formiranju sveukupnog "pogleda na svet". Kelner (2004) smatra da medijska kultura vaspitava publiku sugerišući joj kako da se ponaša i kako da misli, pa nezasluženo nosi epitet "nepriзнate pedagogije" (Božović, 2014: 12). U tom procesu moguće je podstaći razvoj kreativnih potencijala publike, ali istovremeno ih i blokirati.

Pod pretpostavkom da su masovni mediji orijentisani na kreiranje sadržaja koji bi ljudima proširili „kulturne i obrazovne horizonte“ (Božović, 2014: 12) i vaspitali potrebe publike izuzete od svake banalizacije i vulgarizacije „u tumačenju vrednosti, a posebno vrednosti čovekovog postojanja (*Ibid.*), u civilizacijskom smislu bi odigrali veoma značajnu ulogu. Kako autor primećuje, tada bi se „etički ideal našao u punoj saglasnosti sa duhom prosvetavanja“ (Božović, 2014: 12).

Uticaji koji se putem medija masovne komunikacije ostvaruju na publiku najvećim delom su indirektni (Mek Kvejl, 1977). Oni „deluju unutar već stvorene strukture društvenih odnosa i osobene društvene ili kulturne situacije“ (Janićijević, 2011: 206), pa se svi ovi činioци moraju uzeti u obzir prilikom donošenja suda o njihovim efektima na publiku.

## Vaspitne disfunkcije masovnih medija

Iako su mogućnosti masovnih medija na polju vaspitanja mnogostruke, pitanje je da li se one (u punom kapacitetu) ostvaruju. Tradicionalni mediji su pretrpeli velike promene razvojem tehnologija i pojavom novih medija, što se reflektovalo i na njihovu ukupnu orijentaciju na tržišnu, komercijalnu logiku. Kako autori primećuju, budući da su mediji u „vlasti komercijalnog medijskog tržišta i velikih korporacija”, izgleda da „medijski sadržaji slede ciljeve profita” (Božović, 2014: 11), pa postaje upitna njihova rešenost da svoju vaspitnu i obrazovnu ulogu u potpunosti realizuju. Sledstveno tome, mediji su jednim delom usmereni na kreiranje sadržaja koji ni po smislu, ni po sadržaju u vrednosnom smislu ne predstavljaju kvalitet. Sadržaji su mahom zasićeni nasiljem, seksom, raznorodnim bizarnostima, budući da je procena medijskih proizvođača sadržaja da teme u kojima dominiraju ekstremne situacije prodaju proizvod i time privlače oglašivače. Trivijalizacija, banalizacija i senzacionalizam su obeležja savremenih masovnih i novih medija, a cilj im je da stvaraju potrošača i neguju potrošački mentalitet.

Rast online medija je, takođe, uticao na njihovo disfunkcionalno ponašanje. Autori primećuju da se sada fokus društvene brige prebacio na socijalne mreže i nove medije (Allcott, & Gentzkow, 2017). Platforme društvenih medija imaju dramatično različitu strukturu od prethodnih medijskih tehnologija, pa je sadržaj moguće preneti među korisnicima bez filtriranja, provere činjenica ili uređivačkog mišljenja (*Ibid.*). Pojedinač, korisnik bez reference ili reputacije u javnom životu može u nekim slučajevima da dostigne više čitalaca od najvećih svetskih medijskih korporacija kao što su CNN ili New York Times (Allcott, & Gentzkow, 2017). Posebnu pažnju zaslužuje razmatranje takozvanih lažnih vesti, namerno izmišljenih članaka kojima je cilj da obmanu čitaoce, a mogu imati velike političke implikacije (*Ibid.*). Takođe, u javnom prostoru prisutan je trend širenja vesti na Internetu na šokantan i senzacionalistički način kako bi se publika privukla da klikom na link otvori i pročita sadržaj koji vrlo često nije ni u kakvoj interakciji sa naslovom<sup>81</sup> (Alves et al., 2016). To je jedan od načina na koji mediji ostvaruju profit bez ikakve profesionalne odgovornosti prema javnosti.

Iako se ne mogu praviti generalizacije – jer nisu svi mediji orijentisani na ostvarivanje istih ciljeva, iako im je profit zajednički imenitelj – ne može se ne primetiti da je ovo dominantna pojava i tendencija u usponu (Božović, 2014).

## Zaključak

Možemo zaključiti da su vaspitne mogućnosti masovnih medija neupitne, i da oni mogu proizvesti značajne vaspitne efekte na publiku ukoliko je njihova orijentacija zasnovana na promociji pozitivnih društvenih vrednosti, stavova i stila života. Međutim, sa druge strane, čini se da je pravo pitanje kolika je iskorišćenost njihovog vaspitnog

---

<sup>81</sup> Fenomen poznat kao: Click Bait

potencijala. Usled orijentacije koju bismo mogli nazvati “profit kao imperativ”, oni mogu postati glavni generator negativnih društvenih vrednosti koje se očituju u izmenjenoj funkciji masovnih medija i dezinformisanju javnosti. Na taj način mediji učestvuju u kreiranju pogleda na svet koji nije zasnovan na istinitim informacijama i javnost dovode u zabludu o svetu u kome žive dajući im iskrivljenu sliku stvarnosti.

## Literatura

Allcott, H. & Gentzkow, M. (2017). *Social media and fake news in the 2016 election* (No. w23089). National Bureau of Economic Research. Dostupno na adresi: <http://www.nber.org/papers/w23089> (posećeno: 08.09.2017).

Alves, L., Antunes, N., Agrici, O., Sousa, C. & Ramos, C. (2016). Click Bait: You Won't Believe What Happens Next! *Journal of Social, Technological and Environmental Science*, 5(2), 196-213.

Božović, R. (2014). Kriza medijske komunikacije. *Medijski dijalozi*, 7(20), 9-25.

Gajić, O. i Lungulov, B. (2012). Uticaj masovnih medija na moralne vrednosti darovitih. U: G. Gojkov i A. Stojanović (ur.), *Daroviti i moralnost* (str. 355-347). Vršac: Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača “Mihailo Palov”.

Glomazić, H. (2015). Uloga medija u socijalnoj konstrukciji realnosti. U: M. Hugson i Z. Stevanović (ur.), *Kriminal i društvo Srbije: izazovi društvene dezintegracije, društvene regulacije i očuvanja životne sredine* (str. 51-63). Beograd: Institut za kriminološka i sociološka istraživanja.

Herman, E. S. i Mekčesni, R. V. (2004). *Globalni mediji*. Beograd: Clio.

Janićijević, J. (2011). Funkcije i efekti masovnih medija. *Kultura*, 120/121, 198-213.

Kelner, D. (2004). *Medijska kultura*. Beograd: Clio.

Kunczik, M. i Zipfel, A. (2006). *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.

Medić, S. (1993). *Obrazovanje i socijalizacija odraslih*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.

Mek Kvejl, D. (1977). Različiti modeli televizijskog uticaja. U R. Braun (ur.) *Televizija i deca* (str. 16-40). Beograd: Glas.



CIP - Каталогизација у публикацији  
Народна библиотека Србије, Београд

37.018.1/2(082)(0.034.2)

371(082)(0.034.2)

НАЦИОНАЛНИ научни скуп Сусрети педагога (2017 ; Београд)

VasPITANJE danas [Електронски извор] : зборник радова / Nacionalni naučni skup Susreti pedagoga, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu 29. i 30. septembar 2017. ; [urednici Milan Stančić, Aleksandar Tadić, Tamara Nikolić Maksić]. - Beograd : Filozofski fakultet Univerziteta, Institut za pedagogiju i andragogiju : Pedagoško društvo Srbije, 2017 (Beograd : Pedagoško društvo Srbije). - 1 elektronski optički disk (CD-ROM) : tekst ; 12 cm

Sistemski zahtevi: Nisu navedeni. - Nasl. sa naslovnog ekrana. - Bibliografija uz svaki rad.

ISBN 978-86-80712-09-3 (IZPIA)

a) Васпитање - Зборници b) Образовање - Зборници

COBISS.SR-ID 246136332