SVIJET PO NAŠOJ MJERI, I ČIJIM KRITERIJUMIMA?

Piše: Snežana Nikčević, programska menadžerka u NVO 35mm

Da li ste znali da je više od 95% istorije naše vrste proteklo u lovačko-sakupljačkim zajednicama? Najveći dio ljudskog razvoja odvijao se u uslovima u kojima su pripadnost grupi, prepoznavanje prijetnji i oprez prema nepoznatom imali važnu ulogu u preživljavanju. Iako smo razvijali i sposobnost saradnje i prihvatanja novog, i danas nam je poznato značajnije od onoga sa čim nemamo iskustva. A sada dodajmo tome digitalno okruženje u kojem provodimo veliki dio svakodnevice.

Tehnologija nije neutralna, niti su neutralni interesi onih koji je razvijaju i kontrolišu. Na oblikovanje javnog mnjenja tradicionalni mediji odavno utiču izborom tema i načinom izvještavanja. Danas su ti mehanizmi brži, sofisticiraniji i personalizovaniji. Uz mogućnost masovnog mikrotargetiranja, različitim ljudima plasiraju se različite poruke, prilagođene njihovim interesovanjima, ponašanju i pretpostavljenim sklonostima.

Koliko su naši izbori zaista naši?

Personalizacija sadržaja ima prednosti. Lakše pronalazimo informacije, filmove, muziku, i druge stvari koje odgovaraju našim interesovanjima. Problem nastaje kada ono što nam se već sviđa postane osnovni kriterijum za ono čemu ćemo ubuduće biti izloženi.

Sistemi preporuka prate šta gledamo, lajkujemo ili preskačemo kako bi procijenili šta će nas zainteresovati i zadržati na platformi. Njihova svrha nije da nam pruže potpunu sliku svijeta, već sadržaje za koje procjenjuju da će nas najviše angažovati. *A ono što nas najviše angažuje nije nužno ono što nas najbolje informiše.*

Koliko preporuke mogu oblikovati naše izbore vidimo na jednostavnom primjeru: kada biramo film, često prvo pogledamo ocjene na IMDb-u ili Letterboxd-u. Ako jedan film ima ocjenu 9, a drugi 3,5, vjerovatno ćemo odabrati prvi. Drugom možda nećemo ni dati priliku, iako bi nam mogao biti zanimljiviji. Preporuke nam pomažu da odlučimo, ali i oblikuju očekivanja prije nego što smo stekli sopstveni utisak. A ako tako biramo filmove, koliko smo skloni da slično postupamo kada procjenjujemo informacije, ideje ili ljude?

Koliko smo zaista otvoreni prema različitostima?

Ako smo stalno okruženi sadržajima koji potvrđuju naše stavove, lakše počinjemo da vjerujemo da su oni mnogo rasprostranjeniji nego što zaista jesu, da većina ljudi razmišlja kao mi i da je naš pogled na svijet jedini razuman. Za takav odnos prema različitosti nije neophodna svjesna netolerancija. Ponekad je dovoljno da nikada nijesmo imali priliku da čujemo tuđe priče, razumijemo okolnosti u kojima drugi žive ili sagledamo situaciju iz njihove perspektive. Često smo spremni da „prihvatimo" različitost samo dok se ona

uklapa u naše predstave o njima. Međutim, kada se suočimo sa nekim čije su vrijednosti, iskustva ili nazori dijametralno drugačiji od naših, vrlo brzo postaje jasno koliko zapravo uvažavamo ono što odstupa od naših uvjerenja.

Digitalne platforme nijesu stvorile našu sklonost da tražimo potvrdu sopstvenih stavova, ali sada imaju mogućnost da je prepoznaju i dodatno podstiču. Nijesmo svjesni koliko je ograničen izbor sadržaja kojem smo izloženi, a istovremeno imamo utisak da nam je čitav svijet dostupan.

Pismenost 21. vijeka počinje kritičkim mišljenjem

Često govorimo o medijskoj, digitalnoj, AI i drugim vrstama pismenosti kao o odvojenim vještinama. Sve su one dio funkcionalne pismenosti ovog vremena i polaze od iste pretpostavke: *da smo sposobni da kritički promišljamo i donosimo informisane procjene i odluke.*

Možemo prepoznati lažnu vijest, a ipak imati ograničenu predstavu o društvu u kojem živimo. Možemo znati kako funkcioniše vještačka inteligencija, a da ne shvatamo koliko njen uticaj prevazilazi algoritam i odražava se na naše ponašanje i odnose sa drugima. Zato je važno da svjesno izlazimo iz okvira sopstvenih informacijskih navika, pratimo različite izvore i čitamo argumente sa kojima se ne slažemo. *Ne zato što svako mišljenje ima jednaku vrijednost, već zato što kritičko mišljenje podrazumijeva i spremnost da preispitamo sopstvene pretpostavke.*

Odgovornost, naravno, ne može biti isključivo na pojedincima. Oni koji razvijaju i kontrolišu digitalne platforme imaju značajnu moć da utiču na to kako ćemo razumjeti određene društvene pojave. Zato su transparentnost ovih procesa i mogućnost korisnika da imaju stvarnu kontrolu nad svojim digitalnim okruženjem pitanja javnog interesa.

Ne treba zanemariti ni činjenicu da je količina informacija kojoj smo svakodnevno izloženi daleko veća od one sa kojom su se suočavale prethodne generacije.

Tehnologija se razvija neuporedivo brže od naše biološke evolucije i sasvim je razumljivo da se, u pokušaju da se snađemo u tolikoj količini sadržaja, oslanjamo na ono što je neko već odabrao ili rangirao za nas.

Problem nastaje kada sopstveni pogled na svijet počnemo da tretiramo kao jedini ispravan.

Ovaj tekst je pisan za sajt medijskapismenost.me u okviru programa Agencije za audiovizuelne medijske usluge. Tekst je moguće preuzimati i dijeliti uz obavezno navođenje izvora.