

ТМГ. XXXVIII	Бр. 3	Стр. 1057-1073	Ниш	јул - септембар	2014.
--------------	-------	----------------	-----	-----------------	-------

UDK 316.77

Оригиналан научни рад

Примљено: 6. 7. 2014.

Ревидирана верзија: 7. 9. 2014.

Одобрено за штампу: 12. 9. 2014.

Јасмина Арсенијевић

Висока школа струковних студија за
образовање васпитача

Кикинда

Милица Андевски

Филозофски факултет у Новом Саду

Одсек за педагогију

Нови Сад

КОРЕЛАЦИЈА НОВЕ МЕДИЈСКЕ ПИСМЕНОСТИ И ИЗЛОЖЕНОСТИ МЕДИЈИМА – НА ПУТУ КА МЕДИЈСКОЈ КОНВЕРГЕНЦИЈИ И ДИВЕРЗИФИКАЦИЈИ *

Апстракт

Експоненцијални развој нових медија и технологија резултовао је повећањем присуства медија у животима просечног појединца: као извора информација, начина комуницирања, учења, самообразовања и разоноде. Изложеност медијима стога постаје важан фактор у обликовању савременог човека; поставља се, ипак, питање да ли повећана могућност конзумирања медија резултује и развојем његове медијске писмености. Циљ ове студије је испитивање повезаности нових медијских компетенција испитаника академске образовне заједнице Србије у односу на њихову *изложеност медијима* (телевизија, штампани медији, интернет, игре). Занимљивост истраживања је да се резултати повезаности нове медијске писмености и изложености медијима, добијени на српској академској популацији, не разликују много од резултата сличних истраживања у другачијим политичким, културним, економским, социјалним условима, па стичемо утисак да дилеме медијских компетенција, медијске партиципативне и конвергентне културе рефлектују трендове и интенције токова глобализације. Налази, такође, експлиците указују на актуелни, у теорији постављен, а у пракси опредељен, проблем медијског диверзитета, и на то да није остварена неопходна конвергенција старих и нових медија у обликовању медијски компетентног појединца.

Кључне речи: медији, медијска писменост, медијска компетенција, медијска конвергенција и диверзификација, дигитализација

minarpane@open.telekom.rs

* Рад је настао као резултат истраживања у оквиру Пројекта **Дигиталне медијске технологије и друштвено-образовне промене** (Пројекат бр. 47020), који се реализује уз финансијску подршку Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије за период 2011–2014.

CORRELATION BETWEEN NEW MEDIA LITERACY AND MEDIA EXPOSURE – TOWARDS MEDIA CONVERGENCE AND DIVERSIFICATION

Abstract

The exponential growth of new media and technology has resulted in an increased presence of media in the lives of average individuals: as a source of information and a means of communication, learning, and entertainment. Media exposure therefore becomes an important factor in shaping the modern man; however, this raises the question whether the increased possibility of media consumption also results in the development of man's media literacy. The aim of this paper is to examine the dependence of new media competencies of the Serbian academic community on their exposure to the media (television, print media, the Internet, and video games). An interesting aspect of this study is that the results of a correlation between new media literacy and media exposure obtained among Serbian academic population do not significantly differ from the results of similar studies in different political, cultural, economic, and social conditions. Therefore, there is the impression that the dilemmas of media competencies and convergent and participatory media cultures reflect the trends and objectives of globalization. The results also explicitly point to the current problem of media diversity, which is posed in theory and materialized in practice, as well as to the fact that the necessary convergence of old and new media for shaping the media-competent individual has not been achieved.

Key Words: media, media literacy, media competence, media convergence and diversification, digitization

УВОД

Доминација нових медија и интернета у медијским комуникационим системима у фокус ставља медијску писменост и компетентност чија је суштина у налажењу путоказа у свету медија, закрету од фасцинације новим технологијама ка оспособљености за селективност садржаја, за „пливање“ у океану порука и информација, формирању ставова, препознавању путева и њиховом разликовању од странпутица. Анализа аспеката и елемената медијске компетентности указује на постојање многих концепата медијске писмености: разумевања медија, владања, коришћења, стварања, процењивања медија.

Перспектива нових медија (пре свега интернета) је у могућностима партиципације, сарадње и интеракције појединаца. Ово захтева емергенцију медијске писмености која подразумева упознавање са суштином и друштвеним значењем медија. Овим се пионирски бавио познати теоретичар медија Хенри Џенкинс (Henry Jenkins), који је у књизи „Суочавање са изазовима партиципативне културе – медијско образовање у 21. веку“ (2006а) дефинисао 12 компетенција

за учешће у медијским партиципативним токовима, истичући значај образовања у прилагођавању друштвено-технолошким трендовима. Образовање у будућности, треба да уважи и јача ове компетенције и користи их као ресурс даљег развоја, те се отвара ново подручје развоја и истраживања: дефинисање и мерење медијске писмености.

Многи истраживачи, укључујући и Бакингама (Buchingham, 2005) упозоравају на недостатак адекватног инструмента за мерење медијске писмености и компетенција. Шерер и сарадници (Shaffer, Paredes & Cooks, 2003) и Потер (Potter, 2004) наглашавају чак и да је потребно дефинисати стандарде медијске писмености, у циљу обезбеђивања услова за њену евалуацију и повезивање са дигиталном партиципацијом.

Већина истраживања оријентисана је на практичну процену нивоа медијске писмености и на мерење способности разумевања писаних и аудио-визуелних порука (Dorr, Graves, & Phelps, 1980; Hobbs, & Frost, 2003; Phang, & Schaefer, 2009; Rosenbaum, 2007) или на процењивање ефективности различитих програма медијске писмености, посебно оних у образовању (Hobbs & Frost, 2003; Phang & Schaefer, 2009; Gonzales, Glik & Davoudi, 2004).

Значајан помак у развоју методологије истраживања медијске писмености остварила је Јоана Литерат (Joana Literat, 2011) у студији *Мерење нове медијске писмености: према развоју свеобухватног мерног алата*, у којој развија и тестира свеобухватни инструмент за процену медијске писмености. Теоријску основу ове методологије чине медијске компетенције које је дефинисао Хенри Џенкинс. Упитник Јоане Литерат подразумева свеобухватно разумевања феномена старих и нових медија, обрађује истовремено приступ медијским порукама и стварање мултимедијског садржаја. Њено експлоративно истраживање укључило је и анализу утицаја демографских фактора, цивилног ангажовања, изложености медијима и дигиталног учешћа у односу на компоненте медијске писмености, а спроведено је на 327 испитаника америчке, пунолетне популације. По узору на ово истраживање, Балабан-Сали (Balaban-Sali, 2012) проводи слично у Турској на узорку од 170 студената.

Највећа занимљивост истраживања кога овде приказујемо рефлектује се у чињеници да се резултати добијени на српској популацији не разликују много у компарацији са сличним истраживањима у сасвим другачијим политичким, културним, економским, социјалним условима, како код америчке популације (Литерат, 2011), турских студената (Балабан-Сали, 2012), али и сличних истраживања реализованих у Немачкој (ARD/ZDF 2008; Gerhards & Mende 2009; Schulmeister 2009). Стиче се утисак да се кроз дилеме медијских компетенција, медијске партиципативне и конвергентне културе рефлектују трендови и

интенције токова глобализације и да виртуелна умреженост руши баријере и ограничења реалног контекста живљења.

Партиципативна култура

Етимолошко истраживање појма партиципације указује на промену значења, од латинске речи *participare* (*pars, partis* – парче, део и *capere* – узети) изведен је појам *participation*, код кога се у суштини ради о партиципирању – *узимању удела* у нечему већем. Од дискусија о медијима и грађанству, политици културе и традиционалној уметности у којима се реч 'партиципација' односи на чинове укључивања у културу и уметност активном рецепцијом културе, тј. читањем, присуствовањем перформансима, посећивањем изложби итд., значење речи 'партиципација' се променило: људи обично 'учествују' не само активном рецепцијом културе и уметности, већ пре свега активним доприносом садржајима културе са којом су се повезали.

Појам Џенкинсове партиципативне културе (2006а) етаблиран је у Белој књизи о партиципативној култури, где се описују основне компетенције за успешно учешће у медијским партиципативним процесима, компетенције које рефлектују тзв. нову медијску писменост (енг. *new media literacy*, у даљем тексту и НМЛ) или мултимедијску писменост:

1. *Експериментална игра*: способност да се кроз игру експериментише стратегијама решавања проблема.

2. *Перспектива, тј. игра идентитетима*: способност узимања алтернативних идентитета у циљу импровизације и открића, тј. способност преузимања и истраживања алтернативних идентитета.

3. *Симулација, тј. грађење модела*: способност конструисања, примене и анализирања динамичних модела реалних процеса, тј. способност интерпретације и моделовања процеса из реалног живота.

4. *Присвајање, тј. поновна употреба садржаја*: способност поновне употребе медијских садржаја на креативан начин, односно вештина смисленог преузимања и обраде медијског садржаја.

5. *Мултитаскинг, адаптивни мултитаскинг*: способност глобалног схватања околине и по потреби фокусирања на поједине детаље; вештина истовременог обављања више различитих процеса.

6. *Колективна интелигенција*: способност стварања колективног знања ради испуњења заједничког циља.

7. *Просуђивање, тј. критичко процењивање медијских садржаја*: способност расуђивања о веродостојности и етичкој прихватљивости медијских садржаја.

8. *Трансмедијална навигација*: способност да се мултимедијално прате наративни светови преко медијалних граница система, способност праћења тока приче и информације кроз различите медије.

9. *Умрежавање*: способност да се помоћу мреже траже, анализирају и публикују информације и знање, тј. способност тражења, комбиновања и ширења информација.

10. *Ширење видика, тј. однос према алтернативним нормама*: способност разумевања различитих друштвених система вредности и прилагођавања алтернативним нормама; способност учешћа у различитим заједницама, препознавања и поштовања разних перспектива, прихватања и слеђења алтернативних норми.

11. *Дистрибуирано сазнање, односно подељено опажање*: способност смислене интеракције са алатима за ширење интелектуалног капацитета.

12. *Способност визуализације*: способност стварања и разумевања визуелних презентација информација, способност бољег разумевања ствари које се и визуелно замишљају.

Према Џенкинсу, примарни задатак школе 21. века, јесте да развија ове медијске компетенције одговарајућим педагошким методама.

МЕТОДОЛОГИЈА ИСТРАЖИВАЊА

Рад полази од потребе за истраживањем медијских компетенција испитаника у Србији, али и од потребе за редефинисањем проблема који су настали у досадашњим истраживањима медијске писмености. Пошли смо од медијских компетенција које Џенкинс сматра конститутивним у обликовању и дефинисању медијске писмености и од испитивања како су оне етаблиране у друштвеној и медијској стварности Србије. Истраживање је реализовано инструментом Јоане Литерат, који је модификован у смислу унапређења валидности и поузданости (приказ интервенција на упитнику и резултата анализе валидности и поузданости модификованог упитника видети у Арсенијевић, Андевски, следи), и прилагођен узорку у Србији.

Циљ овог истраживања је испитивање повезаности компонента медијске писмености припадника образовне академске заједнице Србије у односу на њихову изложеност медијима (медијима генерално – нови и стари медији али и појединачним: употреба интернета и играње игрица, конзумирање телевизије и штампаних медија). Медијске компетенције (Џенкинс, 2006а) операционализоване су елементима медијске писмености (Литерат, 2011). Проблем истраживања сажет је реченицом: *Да ли постоји повезаност изложености медија и дигиталног учешћа испитаника са компонентама медијске писмености, да ли су испитаници медијски писмени?*

У оригиналном истраживању Јоане Литерат (2011) показало се да постоје значајне разлике у медијској писмености у односу на изложеност медијима, што показује да оваква истраживања имају смисла и потребу за анализом. Ово истраживање је отишло корак да-

ље испитујући и разлике у медијској писмености у односу на групу медија (нови и стари), као и разлике у медијској писмености у односу на појединачне медије.

Пошли смо од **претпоставке** да ће се већа изложеност испитаника медијима рефлектовати кроз развијеније компоненте медијске писмености, потенцијално већу медијску компетентност. Такође, претпостављамо и да ће активнији корисници нових медија (интернета и игрица) имати развијеније компоненте мултимедијске писмености (писмености и за старе и за нове медије) него мање активни корисници. Изражавамо сумњу у повезаност интензивнијег приступа испитаника старим медијима и њихове НМЛ, и претпостављамо да ће се са порастом конзумирања телевизије (стари медиј) смањити ниво НМЛ испитаника. Ова очекивања имамо у складу са бројним ранијим истраживањима која указују на негативан утицај телевизије на правилан психофизички развој деце и одраслих (Razel, 2001; Christakis, 2006), као и пораст агресивности (Ni Chang, 2000) и смањење капацитета концентрације (Anderson & Pempek, 2005; Healy, 2004).

Природа предмета истраживања, постављени циљ, задаци и хипотезе, условили су избор метода заснованих на рационално-дедуктивном, емпиријско индуктивном, аналитичко-синтетичком, компаративном и интерпретативном, квалитативном и квантитативном приступу сазнању и анализи резултата.

Узорак истраживања је *пригодан*, са елементима *намерног*, обухвата 726 испитаника (64.3% женског пола), старости од 14 до 66 година ($AS=28.6$; $SD=12.5$). Највећи део узорка чине студенти (29.3%), потом ученици средњих школа (27.3%), а остатак чине високообразовни испитаници. Оваква структура испитаника омогућава посматрање узорка као дела популације образовно-академске заједнице Србије. У истраживању су учествовали испитаници друштвено-хуманистичке (56.2%), техничко-технолошке (31.1%) и природно-математичке области образовања (12.7%). Овако разнолика структура испитаника по области образовања пружа могућност да се феномени медијске писмености и медијских компетенција сагледају из различитих перспектива и тако обогате сазнања из ове научне области. Узорак истраживања је претежно из градова (80.9%), од чега је највећи део, због доступности истраживачима из Београда (25.6%) и из Новог Сада (41.5%), а затим, разуђено, из Краљева, Крагујевца, Лесковца, Ниша, Зрењанина, Суботице, Чачка, Новог Пазара, Сомбора, Ужица, Панчева и Сремске Митровице. Осталих 19.1% испитаника је из мањих места широм Србије (Кикинда, Рума, Обреновац, Пожаревац, Ивањица, Врање, Вршац, Инђија, Сремски Карловци, Сремска Каменица, Бановци и Бачки Јарак).

Упитник који операционализује компетенције нове медијске писмености (Литерат, 2011) уз сагласност ауторке је преведен, ада-

птиран и модификован у одређеним подручјима која су се у претходном истраживању показала као проблематична (Литерат, 2011). Упитник садржи и питања која нису везана за нове технологије, па се, како наглашава Џенкинс (2006а), медијске компетенције не посматрају само кроз технолошку, већ и кроз друштвену и културну димензију.

У циљу испитивања валидности упитника, примењена је анализа главних компоненти Varimax ротацијом. У финалној солуцији, са 10 задржаних фактора је објашњено 57.85% укупне варијансе. Коefицијент репрезентативности је веома добар и износи КМО=.90. Десет издвојених фактора одговара Џенкинсовим медијским компетенцијама које чине и теоријски оквир рада, од којих се девет потпуно тематски подудара (просуђивање, ширење видика, мултитаскинг, трансмедијална навигација, присвајање, способност визуализације, игра, колективна интелигенција и дистрибуирано сазнање), а један фактор обједињује две компоненте: перспективу и симулацију.

Након анализе главних компоненти приступило се ајтем-анализи и провери поузданости издвојених компоненти. Упитник у целини има високу поузданост .91, нешто вишу од поузданости оригиналне верзије упитника (.903), што заједно са увидом у структуру компоненти, сугерише на оправданост модификације упитника. Алфа коефицијенти појединачних компоненти такође су задовољавајући до добри – од .65 до .84, што указује на добру поузданост мерења компоненти НМЛ. Детаљније о резултатима анализе главних компоненти овог истраживања, структури компоненти и поређењу са резултатима анализе оригиналног упитника, налази се у посебној публикацији (Арсенијевић, Андевски, следи).

Истраживање је спроведено 2013. године. Упитник је дистрибуиран на територији Републике Србије, у писаној и електронској форми, а циљна група испитаника били су припадници образовне академске заједнице: од ученика средње школе до професора на вишим школама и факултетима, укључујући истраживаче на научним институтима и ширу високообразовну заједницу, а упућен је путем имејл-адреса, као и путем друштвених мрежа – Фејсбука и Твитера.

РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Повезаност компонента медијске писмености и изложености медијима испитаника

У циљу испитивања повезаности компонента медијске писмености у односу на изложеност медијима, најпре су на основу медиан-сплита сачињене групе које прате изложеност различитим медијима, које су коришћене као групишуће варијабле у мултиваријантној анализи варијансе, док су скорови на компонентама НМЛ ко-

ришћени као зависне варијабле. На овај начин је омогућено поређење резултата с ранијим истраживањима.

Мултиваријантна анализа резултата MANOVA показује да постоји значајна мултиваријантна повезаност изложености медијима генерално на компоненте НМЛ ($F(10,715)=3.11$, $p=.001$). Од униваријантних ефеката, значајна повезаност у изложености медијима генерално је добијена у односу на компоненте: Перспектива и симулација ($F(1,724)=18.59$, $p=.000$), Ширење видика ($F(1,724)=5.66$, $p=.018$), Колективна интелигенција ($F(1,724)=14.18$, $p=.000$) и Дистрибуирано сазнање ($F(1,724)=3.87$, $p=.050$), док је повезаност са компонентама Просуђивање ($F(1,724)=3.23$, $p=.073$), Способност визуализације ($F(1,724)=3.34$, $p=.066$) и Игра ($F(1,724)=3.33$, $p=.069$) без статистичке значајности. Испитаници који су већи број сати изложени медијима генерално имају више скорове на наведеним компонентама медијске писмености.

Постоји значајан мултиваријантни ефекат изложености новим медијима на компоненте НМЛ ($F(10,714)=5.80$, $p=.000$). Од униваријантних ефеката, значајна повезаност је добијена у односу на компоненте: Перспектива и симулација ($F(1,723)=33.64$, $p=.000$), Просуђивање ($F(1,723)=5.31$, $p=.022$), Ширење видика ($F(1,723)=19.32$, $p=.000$), Мултитаскинг ($F(1,723)=4.19$, $p=.041$), Способност визуализације ($F(1,723)=4.10$, $p=.043$), Игра ($F(1,723)=12.04$, $p=.001$) и Колективна интелигенција ($F(1,723)=16.52$, $p=.000$). У свим наведеним случајевима добијених повезаности, испитаници који су већи број сати изложени новим медијима имају више скорове на наведеним компонентама медијске писмености.

Постоји значајан мултиваријантни ефекат изложености старим медијима на компоненте НМЛ ($F(10,715)=1.86$, $p=.049$). Од униваријантних ефеката, значајна повезаност је добијена само у односу на компоненту Игра ($F(1,724)=5.44$, $p=.020$), док је повезаност са компонентама Ширење видика ($F(1,724)=3.59$, $p=.059$) и Присвајање ($F(1,724)=3.34$, $p=.068$) без статистичког значаја. У случају Игре и Ширења видика више скорове остварују испитаници који су мање изложени старим медијима, а у случају Присвајања, више скорове имају испитаници који су више изложени старим медијима.

Постоји значајан мултиваријантни ефекат броја сати проведених на интернету на компоненте НМЛ ($F(10,714)=4.01$, $p=.000$). Од униваријантних ефеката, значајна повезаност је добијена у односу на: Перспективу и симулацију ($F(1,723)=15.08$, $p=.000$), Просуђивање ($F(1,723)=5.48$, $p=.020$), Ширење видика ($F(1,723)=21.25$, $p=.000$), Мултитаскинг ($F(1,723)=4.21$, $p=.041$), Способност визуализације ($F(1,723)=10.02$, $p=.000$), Игру ($F(1,723)=15.44$, $p=.000$) и Колективну интелигенцију ($F(1,723)=15.01$, $p=.000$). Испитаници који су већи број сати проводили на интернету, имају више скорове на наведеним компонентама медијске писмености.

Постоји значајан мултиваријантни ефекат у броју сати проведених у читању штампаних медија (књиге, магазини или штампане новине) на компоненте медијске писмености ($F(10,715)=2.55$, $p=.005$). Од униваријантних ефеката, значајна повезаност је добијена само у случају Просуђивања ($F(1,724)=6.98$, $p=.008$), док је повезаност у односу на Дистрибуирано сазнање без статистичке значајности ($F(1,724)=3.58$, $p=.059$). Испитаници који су већи број сати читали књиге, магезине или штампане новине остварују више скорове на компоненти Просуђивање.

Постоји значајан мултиваријантни ефекат у броју сати проведених у гледању телевизије (не на рачунару) на компоненте НМЛ ($F(10,715)=3.36$, $p=.000$). Од униваријантних ефеката, значајна повезаност је добијена у односу на компоненте: Просуђивање ($F(1,724)=10.71$, $p=.001$), Ширење видика ($F(1,724)=10.45$, $p=.001$), Мултитаскинг ($F(1,724)=4.30$, $p=.039$), Способност визуализације ($F(1,724)=4.12$, $p=.043$), Игра ($F(1,724)=9.28$, $p=.002$), Дистрибуирано сазнање ($F(1,724)=5.04$, $p=.025$). Испитаници који су мањи број сати гледали ТВ остварују више скорове на наведеним компонентама медијске писмености.

Постоји значајан мултиваријантни ефекат у броју сати проведених у игрању игрица на компоненте НМЛ ($F(10,715)=15.95$, $p=.000$). Од униваријантних ефеката, значајна повезаност је добијена на свим компонентама, осим на Дистрибуираном сазнању и Колективној интелигенцији. Дакле, добијени су значајни униваријантни ефекти у случају Перспектива и симулација ($F(1,724)=111.53$, $p=.000$), Просуђивање ($F(1,724)=7.19$, $p=.000$), Ширење видика ($F(1,724)=71.04$, $p=.000$), Мултитаскинг ($F(1,724)=39.72$, $p=.039$), Трансмедијална навигација ($F(1,724)=33.95$, $p=.000$), Присвајање ($F(1,724)=6.48$, $p=.011$), Способност визуализације ($F(1,724)=7.98$, $p=.005$) и Игра ($F(1,724)=54.13$, $p=.000$)¹. Испитаници који играју игрице остварују више скорове на компонентама медијске писмености.

Преглед резултата

У Табели 1 дат је преглед утицаја изложености медијима испитаника у односу на компоненте мултимедијске писмености.

¹ Подела у групе се односи на кориснике и оне који не играју игрице (users and no-users).

Табела 1. Повезаност компонента нове медијске писмености испитаника и изложености медијима

Table 1. Connection between components of new media literacy and media exposure

	ПС	ПР	ШВ	М	ТН	ПВ	В	И	КИ	ДС	УК
нови медији	x	x	x	x			x	x	x		7
стари медији								x			1
ТВ		x	x	x			x	x		x	6
интернет	x	x	x	x			x	x	x		7
штампани медији		x									1
игрице	x	x	x	x	x	x	x	x			8
укупно изложеност медија	2	4	3	3	1	1	3	3	1	1	22

ПС – Перспектива и симулација, ПР – Просуђивање, ШВ – Ширење видика, М – Мултитаскинг, ТН – Трансмедијална навигација, ПВ – Присвајање, В – Способност визуализације, И – Игра, КИ – Колективна интелигенција, ДС – Дистрибуирано сазнање, УК – укупно.

ДИСКУСИЈА

Сумирани резултати су приказани у Табели 1 која показује да изложеност новим медијима остварује далеко већи број повезаности са компонентама нове медијске писмености од старих медија, чиме су потврђене наше почетне претпоставке.

Од компонента НМЛ, највише добијених разлика у односу на изложеност медијима, остварено је за компоненту Просуђивање, потом код Ширења видика, Мултитаскинга, Способности визуализације и Игру, а најмање за Колективну интелигенцију и Дистрибуирано сазнање.

Значајне разлике повезаности старих и нових медија са НМЛ, испољене су у односу на компоненту Игра. Више скорове имају испитаници који су више изложени новим медијима, с тим што испитаници који су мање изложени старим медијима показују више скорове на Игри. Игра је стога карактеристична компонента мултимедијске писмености. У новом практикуму о медијској писмености у образовању “*Хоћемо ли се играти*” (2012) Џенкинс и сарадници наглашавају да је склоност ка експерименталној игри најзначајнија и да је за развој мултимедијске писмености у образовању кључно кренути управо од њеног подстицања.

Резултати истраживања дају одговор на широку упитаност о утицају компјутерских игрица, које су постале саставни део контекста живота посебно млађих испитаника – тзв. *нет генерације*. Заговорници културно песимистичког приступа упозоравају да превидно

ше играња игрица може имати лош ефекат на младе и сматрају да држава треба да контролише ове медије у обликовању слободног времена младих (Möble et. al, 2006). Са друге стране, заговорници културно оптимистичког приступа сматрају да су компјутерске игре прекретница, која онемогућава пуко конзумирање медија. Тако радови Центра за компаративне медијске студије Масачусетског института за технологију (енг. Centers for Comparative Media Studies Massachusetts Institute of Technology), указују на позитивне стране компјутерских игара (Џенкинс 2006б). Џенкинс велику пажњу посвећује истраживачким налазима Стивена Џонсона (Steven Johnson, 2006) који чак тврди да компјутерске игре не воде оглупљивању друштва, него, напротив, подижу интелигенцију (Џонсон, 2006).

Даље, испитаници који више користе старе медије имају мање изражену Игру и мање изражено Ширење видика. Остаје отворено питање, зашто су они склонији Присвајању, које је предуслов за дигитално, креативно учешће, а зашто ова компонента, коју је Џенкинс (2006а) дефинисао као способност поновне *креативне* употребе медијског садржаја, попут креирања мултимедијских пројеката, мозаика или ремикса, не фигурише као значајна компонента код испитаника који су више изложени новим медијима?

Овим налазима, наше истраживање је, још једном, експлиците указало на актуелни, у теорији постављен, а у пракси опредмећен, проблем медијског **диверзитета**, и на то да још увек није остварена неопходна **конвергенција** старих и нових медија у обликовању медијски компетентног појединца. Теоретичар медија Хенри Џенкинс наводи да медијска компетенција подразумева настајање такозваних трансмедијалних светова у којима је битна **навигација** између различитих медија, једнако као и компетенција у руковању појединим медијима (Џенкинс, 2006б). Без обзира да ли преферирају старе или нове медије, наши испитаници немају развијену трансмедијалну навигацију: способност праћења информација, сагледавања и учења материје путем различитих медија, способност замишљања истих прича на разне начине (глума, музика, књижевност, сликање), недостаје им знатно да оно што је виђено путем појединачних медија, на ТВ-у или у магазину, касније провере на интернету... У том смислу, можемо закључити да није проблем да ли се превише употребљавају поједини стари медији (нпр. ТВ, штампани материјал) или нови медији (нпр. игрице), него је проблем у недостатку **диверзификације** употребљених медија. Једноставније речено, и превише прочитаних књига може се проценити као негативно, као и превише компјутерских игара (Џенкинс, 2006б).

Присвајање се, као компонента медијске писмености, може реализовати и без употребе нових медија. Свака од компоненти медијске писмености претпоставља, али не обједињује нужно онлајн и

офлајн понашање. Стога је могуће да испитаници склонији старим медијима, креирају нове материјале комбинујући садржаје старих медија, с обзиром на то да је велики број испитаника истраживања друштвено-хуманистичке оријентације као и високог нивоа образовања, што указује на праксу писања есеја, прегледа, критика, збирки, приказа књига и сл. Треба узети у обзир да пронађене разлике у овом случају нису статистички значајне, али да се овим резултатом потврђује и проблем нашег друштва које је у интензивном развоју, и које још увек неосвешћени значај синтезе, развојности, потребе дијалога између различитости у реалном свету, преноси и у виртуелни.

Када се анализирају појединачни медији, игрице остварују највећи број повезаности са НМЛ компонентама, и то у 8 од 10 компоненти, тако да највише изражене медијске компетенције имају испитаници који играју игрице. Следећи медиј који остварује највећи број повезаности са НМЛ компонентама је интернет. Обе повезаности су у позитивном смеру. Високу повезаност са НМЛ показује и изложеност телевизији, при чему већа изложеност телевизији указује на мање развијене мултимедијске компетенције. Најмањи број повезаности је добијен код изложености старим, штампаним медијима, који остварују значајну повезаност само у Просуђивању. Дакле, уколико се више времена проводи играњем игрица и на интернету, компетенције за приступ дигиталним медијима ће бити израженије. Веће конзумирање штампаних медија доприноси већој развијености Просуђивања, могућности критичког сагледавања медијских садржаја. И овај податак иде у прилог медијској диверзификацији и потреби да анализу старих и нових медија посматрамо у функционалној и структуралној повезаности и неопходности имплементације, партиципације и прожимања.

Индикативна је информација, да повећање гледања телевизије, смањује медијску компетентност. Добијени резултат је у складу са нашим почетним претпоставкама, чиме се потврђују налази ранијих студија о негативном и штетном утицају прекомерног гледања телевизије на критичко Просуђивање, развој интелекта, академска постигнућа (Razel, 2001) па и правилног физичког развоја и здравља (Christakis, 2006).

На основу наведених резултата можемо изнети генерални закључак да постоје значајне разлике у развијености компонента НМЛ између испитаника који су више и мање изложени медијима, при чему испитаници који су више изложени новим медијима, а мање старим медијима, посебно ТВ-у, имају развијенију медијску компетентност.

Развијеније медијске компетенције код групе испитаника који су више изложени новим медијима (посебно интернету) у односу на испитанике који су изложени старим медијима објашњавамо чиње-

ницом да се дигитални медији одликују интерактивношћу, да се заснивају на комуникацији, умрежавању и повезивању људи једних са другима као и са медијским садржајима. Овим желимо да објаснимо и резултат нашег истраживања, по коме они који су изложенији новим медијима и интернету имају развијенију колективну интелигенцију. Ово рефлектује интенције дигиталних медија за обликовање корисника који ће бити креатори мултимедијских садржаја. Код оних који бирају старе медије у данашњем богатом избору медија, уочавају се слабије развијене компетенције попут Мултитаскинга, Ширења видика, Колективне интелигенције, Трансмедијалне навигације, Присвајања. Ипак, компонента која их одређује јесте Просуђивање, односно критичко процењивање медијског садржаја, као карактеристика која није условљена употребом нових медија и технологија, која заправо постоји и ван њих, и представља важну компетенцију коју треба развијати за смислени и рефлексивни приступ медијима.

Добијени налази одражавају историјско-друштвене околности у којима се испитаници налазе. У Србији живе и раде људи који се, иако академски образовани, још увек нису прилагодили друштву рефлексивне, друге модерне, друштву повећаног ризика, несигурности, који су навикли да информације траже и налазе у старим медијима, који најчешће артикулишу одређени културни консензус стварности, комуникацију која преноси владајући систем вредности. Најслабије развијене медијске компетенције имају испитаници који преферирају телевизију као извор информација и који прихватају стварност онако како је конструише телевизијска слика и своју улогу конзумента остварују кроз релативизацију и дистанцирање. Критичнији приступ имају испитаници који поред телевизије, допуњују своја знања и трагају за алтернативним порукама штампаних медија, чиме јачају сопствени критички дискурс.

ЗАКЉУЧАК

Нови медији, посебно друштвене мреже, представљају снажан и пропулзиван правац информационо-комуникационих технологија и значајан ресурс ширења знања. Академски, образовни (али и пословни) кругови, препознају ове капацитете и користе их у приватне и професионалне сврхе. Најновија истраживања, попут оног на америчким факултетима, показују да социјалне мреже постају не само лични ресурс припадника академске заједнице, него и професионални, јер су све присутније не само за лични развој, усавршавање и ширење знања студената и професора, него и као редовно наставно средство (Seaman & Tinti-Kane, 2013).

Полазећи од специфичне друштвене ситуације испитаника у Србији, од контекста постмодерне као скупа разноврсних утицаја,

идеја, несигурности и стварности која је обележена достигнућима информационо-комуникационих и медијских технологија, резултати потврђују и општи проблем нашег друштва које је у интензивном транзиционом развоју и у коме се реални проблеми преносе у виртуелни. Специфичности друштва у коме живимо везују се и за могућности нових медија које одликује (мулти)димензионалност, (мулти)функционалност и могућност различитог утицања на конзументе медијског простора. У складу са тим, резултати испољавају различитост самих испитаника, њихове способности, узраст, образовање, начин на који приступају медијима.

Жељено „јединство разноликости” у стварности се претвара у „супротност разноликости”, која се рефлектује у саживоту конзумента и медија, и води, како показују резултати истраживања, у биполарност: активни/пасивни конзументи, постојање/непостојање критичког приступа медијима, циљано усмерено/неусмерено коришћење медија, медијски компетентан/некомпетентан појединац. Отвара се исто тако биполарно питање: Да ли се решење може наћи у могућности/немогућности медијског, институционалног, системског образовања? Проучавање медијских компетенција настало је на темељу актуелне друштвене ситуације, са интенцијом *плурализације и универзализације*. Медији данас демонстрирају рефлексивну постмодерну педагогију доживотног учења, у којој су *нестали сигурност знања и ауторитет поучавања*.

Налази нашег истраживања указују да мултимедијалне могућности (дигитални простори интернета, интеракција и комуникација) генерално воде интензивирању медијских компетенција. Са друге стране, истраживање је продубило већ традиционалну критику упућену образовању, осветлило фрагментарност и привремени карактер онога што образовање данас нуди у аутономном остварењу медијских интереса и вештина. Овде истичемо недовољну улогу медијске педагогије у јачању медијских компетенција.

Непотребну конфронтацију старих и нових медија видимо у потреби јачања мултимедијских компетенција, путем креативне партиципације и реципрочности као облика остваривања постављених утопија о новом облику електронске интерактивности. Наиме, и стари и нови медији посежу како за класичним тако и савременим образцима и аранжманима, које можемо означити као образовне. Поред аналогних ово се односи и на дигитализоване садржаје, који воде ка новим облицима руковања знањем. Интернет испуњава педагошки задатак *припреме за самостални приступ* и управљање знањем, самостално мишљење и стицање знања – што захтева медијску компетентност. У том смислу, ово истраживање води појачаним захтевима према образовању за развој медијских компетенција, не у смислу диференцијације и надигравања „старог” и „новог”, него у сми-

слу обликовања заједничког мултимедијалног извора који буди радозналост, интерактивност у међусобној повезаности медија.

Посебан допринос овог истраживања је у потврди теоријских премиса о медијској конвергенцији, која се одиграва у главама оних који приступају и прате медије (Џенкинс, 2006а, б) уз експлицирану потребу диверзификације у приступима и коришћењу медија. Тако би се смањио дигитални јаз и постојећа ограничења која спречавају мултимедијално учествовање. У том смислу, ово истраживање показује да смо се опасно проближили критичној тачки система који је постао непрегледан, и који ће бити ускраћен својих предности уколико на старим медијима, а и на интернету учавамо само спољашње презентације, без тежње за аргуменовањем и критичким промишљањем. Наш идеал приступа медијима, посебно интернету, мења старе појмове и релације, тиме што директно повећава могућност креирања, дискусије, размене... Не стварају, дакле, медији јавност, него појединци који их користе.

Противречности и медијски биполаритет све су очигледнији и све се више продубљују, тако да смо у Србији достигли критичну тачку креирања образовне политике која ће се усмерити на стратешко сагледавање и планирање очигледних садашњих и антиципацију будућих образовних потреба. Тиме би Србија направила корак напред на путу достизања стандарда у концепцији медијских компетенција које постоје у европском окружењу и образовној политици.

ЛИТЕРАТУРА

- Anderson, D.R. & Pempek, T.A. (2005). Television and Very Young Children. *The American Behavioral Scientist* 48(5), 505–522.
- Арсенијевић, Ј., Андевски, М. (следи) Оквир истраживања мултимедијске писмености припадника образовне заједнице Србије. *Људски капитал у ИТ индустрију*. Сремски Карловци: Факултет за менаџмент.
- ARD/ZDF (2008). *Online studie*. Online unter: <http://ard-zdf-onlinestudie.de>.
- Balaban-Sali, J. (2012). New Media Literacies of Communication Students. *Contemporary Educational Technology* 3(4), 265–277.
- Buckingham, D. (2005). The media literacy of children and young people: A review of the research literature. White Paper. London: OFCOM.
- Christakis, D.A. (2006). The Hidden and Potent Effects of Television Advertising. *Journal of American Medical Association* 295(14), 1698–1699.
- Dorr, A., Graves, S.B., & Phelps, E. (1980). *Television literacy for young children*. *Journal of Communication* 30, 71–83.
- Gerhards, M., & Mende, A. (2009). Ergebnisse der ARD/ZDF Offlinestudie 2009. Offliner: Ab 60-jährige Frauen bilden die Kerngruppe. In: *media Perspektiven* 7, 365–376.
- Gonzales R, Glik, D., & Davoudi, M. (2004). Media Literacy and Public Health: Integrating Theory, Research and Practice for Tobacco Control, *American Behavioral Scientist*, 48(2), 189–200.
- Healy, J.M. (2004). Early Television exposure and Subsequent attention Problems in Children. *American Academy of Pediatrics*, p. 917–918.

- Hobbs, R., & Frost, R. (2003). Measuring the acquisition of media-literacy skills. *Reading Research Quarterly*, 38(3), 330–355.
- Jenkins, H. (2006a) *Confronting the Challenges of Participatory Culture – Media Education for the 21st Century*
- Jenkins, H. (2006b) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York NYU Press.
- Johnson, St. (2006) *Die Neue Intelligenz. Warum wir durch Computerspiele und TV klüger werden*. Köln: Kiepenheuer und Witsch Verlag.
- Literat, I. (2013). Measuring New Media Literacies: Towards the Development of a Comprehensive Assessment Tool. *Journal of Media Literacy Education*.
- Möble, T., Kleimann, M., Rehbein, F., & Pfeiffer, C. (2006) Mediennutzung, Schulerfolg, Jugendgewalt und die Krise der Jungen. *Zeitschrift für Jugendkriminalrecht und Jugendhilfe (ZJJ)*, 3, 295–309.
- Ni Chang (2000). Reasoning with children About Violent Television Shows and Related Toys. *Early Childhood Education Journal* 28(2), 85–89.
- Phang, A. & Schaefer, D. (2009). Is ignorance bliss? Assessing Singaporean media literacy awareness in the era of globalization. *Journalism & Mass Communication Educator*, 64(2): 156–172.
- Potter, W.J. (2004). *Theory of media literacy: A cognitive approach*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Razel, M. (2001). The Complex Model of Television Viewing and Educational Achievement. *Journal of Educational Research*, 94, 6.
- Reilly, E., Jenkins, H., Felt, L.J., & Vartabedian, V. (2012). *Shall We PLAY? Los Angeles, CA: Annenberg Innovation Lab at University of Southern California*.
- Rosenbaum, J.E. (2007). *Measuring media literacy: Youngsters, television and democracy*. Doctoral Dissertation. RU Radboud Universiteit Nijmegen.
- Scharrer, E., Cooks, L., & Paredes, M. (2003). Media literacy as a community service learning project. *Communication Teacher*, 17(4), 6–8.
- Schulmeister, R. (2009). *Gibt es eine „Net Generation“? Erweiterte Version 3.0*. Universität Hamburg. www.zhw.uni-hamburg.de/zhw/?page_id=148
- Seaman, J., & Tinti-Kane, H. (2013). *Social Media for Teaching and Learning*. Boston: Pearson Learning Solutions and Babson Survey Research Group.

Jasmina Arsenijević, Preschool Teacher Training College, Kikinda
 Milica Andevski, University of Novi Sad, Faculty of Philosophy, Department of
 Pedagogy, Novi Sad

CORRELATION BETWEEN NEW MEDIA LITERACY AND MEDIA EXPOSURE – TOWARDS MEDIA CONVERGENCE AND DIVERSIFICATION

Summary

The exponential growth of new media and technology has resulted in an increased presence of media in the lives of average individuals: as a source of information and a means of communication, learning, and entertainment. Media exposure therefore becomes an important factor in shaping the modern man; however, this raises the question whether the increased possibility of media consumption also

results in the development of media literacy for those who consume the media, and whether greater media exposure of individuals increases or decreases their ability to understand, master, and competently use the content in the media, and to evaluate and critically observe the messages to which they are exposed.

The prospect of new media (especially the Internet) is the possibility of participation, cooperation, and interaction between individuals. This requires the emergence of media literacy, which involves exploring the essence and meaning of social media. The famous media theorist Henry Jenkins has defined 12 competencies for participation in participatory media streams (competence in using new media and multimedia competence), stressing the importance of education in adapting to social and technological trends. Education in the future that belongs to the media should acknowledge and strengthen these competencies and use them as a resource for further development, which spawns a new area of research and development: definition and measurement of media literacy.

The aim of this paper was to examine the connection of new media competencies of respondents from the Serbian academic community in relation to their media exposure (old media – television and print media, and new media – the Internet and video games).

We conducted the survey using Ioana Literat's survey instrument, conceived in terms of 12 new media competencies from Jenkins' theory. The results indicated that there were significant differences between respondents in the development of components of NML (new media literacy) depending on the frequency of media exposure, whereby respondents who were exposed to the new media more frequently than to the old media, especially to television, exhibited developed media competence.

A curiosity of this research is that the results obtained from Serbian academics do not significantly differ from the results of similar studies conducted in different political, cultural, economic, and social conditions, which gives the impression that the dilemmas of media competencies and convergent and participatory media cultures reflect the trends and objectives of globalization.

The results also explicitly point to the current problem of media diversity, which is posed in theory and materialized in practice, as well as to the fact that the necessary convergence of old and new media for shaping the media-competent individual has not been achieved. Unnecessary confrontation of old and new media is seen through the need for strengthening media competencies by creative participation and reciprocity as means of achieving the utopia of a new form of electronic interactivity.

Specifically, both old and new media resort to both classic and contemporary forms and arrangements, which can be referred to as educational. In this sense, this research should help increase the demands for education to develop media competence, not in terms of differentiation and competition between the "old" and the "new", but in terms of creation of a common multimedia source that awakens curiosity and interactivity in the interconnectedness of the media.