

РТС, Радио Београд

DOI 10.5937/kultura1858280V

УДК 316.774:316.32

316.776:004

оригиналан научни рад

# ПАРАДИГМА ПАРТИЦИПАТИВНОСТИ У САВРЕМЕНОМ МЕДИЈСКОМ КОНТЕКСТУ

---

**Сажетак:** У раду „Парадигма партиципативности у савременом медијском контексту” разматрана је парадигма партиципативности у оквиру савременог медијског контекста, будући да је анализа савременог медијског и информационо-комуникационог контекста неопходна основа за стицање целовитијих увида у нове парадигме партиципативности и партиципативне праксе. У раду су кратко назначени кључни појмови, појаве и процеси који су значајни за дигитални медијски контекст: конвергенција и дигитализација медија, мултитаскинг, медији као учесници у стварању поруке, експанзија друштвених медија. Такође, у раду је указано и на одређене сличности и разлике између партиципативних пракси пре и после интернета, на утицај информационо-комуникационих технологија на медијску сферу, те посебно на могућност која представља јединствену одлику савременог медијског контекста: могућност да се, применом дигиталних технологија и медија, укључимо и ангажујемо у медијској и технолошкој сфери, на аутономан начин, вођени сопственим интересовањима. Медији који омогућавају учење корисника и отварају могућности за неговање и развој партиципативне културе у раду су одређени као партиципативни медији и дате су основне назнаке њихових кључних карактеристика, значајних за тему рада.

**Кључне речи:** парадигма партиципативности, савремени медији, партиципативни медији, нови медији, дигитализација, информационо-комуникационе технологије, друштвени медији

---

*Учити како да омогућимо дијалог је уметност... Поштујмо различите доприносе учесника. Слушајмо пажљиво. Одговарајмо на питања и коментаре учесника уместо да се држимо своје агенде. И створимо сигурно и структурирано окружење да бисмо ово остварили.<sup>1</sup>*

### *Партиципативност VS нова парадигма партиципативности<sup>2</sup>*

Партиципативност није нов, нити једнозначан концепт и у литератури се партиципативност, односно учествовање и давање сопственог доприноса одређеним активностима, догађајима, производима итд., као појам разматра у веома различитим контекстима – политичком, друштвеном, културном, медијском итд., и анализирају се различити појавни облици, термини, практични и теоријске оквири. Односно, можемо да говоримо о партиципативним праксама у различитим областима: политици, визуелним уметностима, музеологији, технологији итд. Партиципативност може да се разуме као процес у коме постоји сараднички, односно релативно равноправан однос две или више страна. Аспекти партиципативности су из различитих углова, теоријски и практично, разматрани и пре појаве интернета и развоја веб 2.0 технологија, али парадигма партиципативности у контексту информационог друштва и убрзаног технолошког развоја, има одређене карактеристике учествовања које су специфичне за дигитално доба. Будући да постоје одређене сличности, али и бројне разлике између партиципативних пракси пре и после интернета – можемо да говоримо о *новој парадигми партиципативности*<sup>3</sup>. Ако се у тумачењу овог концепта пође од значења самог глагола „партиципирати” (лат. *participare* – учествовати), видимо да се он најчешће односи на учествовање у економском смислу – партиципирати новчаним или средствима за производњу, у политичком контексту – као учествовање грађана у друштвеном животу и процесу одлучивања, док се у сасвим специфичним

---

1 Simon, N. *The participatory museum*, Chapter 4 (приступљено 20. 09. 2014). <http://www.participatorymuseum.org/read/>

2 Рад је настао на основу докторске дисертације „Библиотека као носилац партиципативних пракси у култури у контексту информационог друштва”, одбрањене 06. 09. 2016. на Филолошком факултету Универзитета у Београду.

3 „Нова парадигма партиципативности” је појам којим се означава скуп промена које карактеришу нове облике корисничке партиципације у Веб 2.0 окружењу у коме су ИКТ знатно унапредиле могућности да савремена публика и корисници постану активни учесници у глобалним и локалним комуникационим процесима, ствараоци и дистрибутери садржаја на глобалној рачунаској мрежи, да од посматрача постану иницијатори и сарадници у различитим областима.

значењима овај глагол користи и у области уметности, филозофији, религији итд. У „Лексикону страних речи и израза“<sup>4</sup> именица *партиципант* има значење: учесник, партиципација (лат. *participacio*) и значи учешће, суделовање, глагол партиципирати (лат. *participare*) значи: имати у чему учешће или удела. У „Речнику синонима“ наведено је следеће: 21013. Учешће (ср.), учесништво, саучесништво, сарадња: сарадња с неким у каквом послу, раду телесном или духовном, научном подухвату.<sup>5</sup> Концепти, односно појмови са којима се, између осталог, партиципативност доводи у везу су: активност, укљученост, интеракција, социјално удруживање, демократија, могућност, отвореност, слобода итд. Значајно је да из наведеног имплицира једна суштински важна карактеристика коју има значење речи *партиципативност* у српском језику у појединим примерима, а то је – сарадња. Партиципативност можемо да разумемо као процес у коме постоји сараднички, односно релативно равноправан однос две или више страна.<sup>6</sup>

*У чему се огледају разлике између  
партиципативних пракси пре и  
после интернета?*

Суштина концепта Веб 2.0 заснива се управо на доприносу и партиципацији корисника, на интерактивним односима које корисници успостављају онлајн са потенцијално неограниченим бројем других корисника, на стварање, дељење и размену садржаја без временских или географских ограничења, те о партиципативности можемо данас да говоримо у једном глобалном контексту. Захваљујући модерној и све приступачнијој технологији, данас смо у могућности да из своје дневне собе, на пример, учествујемо у дискусији или предавању које се збива на другом крају земаљске кугле, да у реалном времену успостављамо дијалог са бројним учесницима из целог света, постављамо питања или партиципирамо на неки други креативан начин. Дигитални системи комуникације омогућавају да се интегришу различите врсте података – фотографија, глас, видео или аудио запис итд. и да садржај који смо генерисали поделимо на некој онлајн платформи за друштвено умрежавање, проширимо вест о значају догађаја у коме смо учествовали и/или покренемо разговор о томе у реалном времену са потенцијално

---

4 Вујаклија, М. (1996/7) *Лексикон страних речи и израза*, Београд: Просвета, стр. 653.

5 Лалевић, М. (2004) *Синоними и сродне речи српскохрватског језика*, Београд: Нолит, стр. 806.

6 У овом значењу се појам „партиципативност“ користи у овом раду

неограниченим бројем учесника. Пре појаве интернета овако нешто никада није било могуће. Дакле, могућности су веома бројне, има их све више свакога дана и технолошки су напредније.

Развој партиципативних софтверских апликација и Веб 2.0 алатки, учинили су да учествовање у одређеним онлајн активностима, које све више замагљују границу између продукције и потрошње – постане део свакодневице милиона људи.<sup>7</sup> Оно што партиципативност у данашње време чини радикално другачијом је чињеница да су друштвени медији<sup>8</sup> на интернету учинили учествовање приступачнијим него икада до сада и, што је такође веома важно, учинили га приступачнијим много већем броју људи. Односно, како тврди Нина Симон (Nina Simon), развој веб 2.0 технологија је трансформисао лимитирану и не одвећ учесталу партиципативност у учествовање које је могуће било када, било коме и било где<sup>9</sup>. Свакако, неопходно је да имамо у виду одређена ограничења јер упркос жељи да сви људи буду „дигитално равноправни”, још увек постоје велике разлике, које се у теорији и пракси одређују као „дигитални јаз”. Одређене разлике у економском и социјалном статусу доводе и до разлика у степену дигитализације и информатизације појединих земаља, па самим тим и до (не)могућности да се у дигиталном свету адекватно и равноправно партиципира.

Кристофер Келти (Christopher Kelty) такође поставља једно од суштинских питања када је о овој теми реч: како изгледа учествовање у савременом медијском окружењу и како је на неки нов начин постало значајно, уз уважавање свега што је означавало у прошлости?<sup>10</sup> Да ли се мреже и хијерархија узајамно искључују, те да ли су то уопште адекватни термини за оно што се дешава са партиципативношћу данас? И ако нису – који термини јесу адекватни? Келти сматра да су истраживачи у последњој декади проширили концепте и термине којима објашњавају утицај који интернет и нови

---

7 Beer, D. and Burrows, R. (2010) Consumption, Prosumption and Participatory Web Cultures: An Introduction, *Journal of Consumer Culture* 10: 3 SAGE, 10.

8 Под појмом друштвени медији се подразумева: све платформе на интернету на којима корисници могу да креирају, преузимају, размењују и деле медијске садржаје. Сматрамо да су друштвени медији, за разлику од традиционалних масовних медија, у својој основи дизајнирани као партиципативни медији.

9 Simon, N. *The participatory museum*, Chapter 1 (приступљено 20. 09. 2014); <http://www.participatorymuseum.org/read/>

10 Kelty, C. From participation to power, *The participatory cultures handbook* ed. Delwiche, A. and Henderson, J. J. (2013), New York, Routledge, part I, Kindle Edition.

медији имају на партиципативност: конвергентна култура, викиномија, мудрост гомиле (*wisdom of crowds*<sup>11</sup>), иновације предвођене корисником итд, али да је, без обзира како дефинишемо овај термин, једно сигурно – од учествовања се данас очекује да нужно утиче на структуру, организацију или технологију у којој се учествује. Овај аутор види партиципативност као креативну снагу која може да донесе промену у друштву, али наглашава да оно што заиста сматра да је важно је чињеница да нам недостаје конкретна апаратура којом можемо да одговоримо на проблематизовање овог концепта.

На теоријском нивоу, како Леополдина Фортунати (*Leopoldina Fortunati*) закључује у студији у којој је разматран однос између учествовања и нових медија, *партиципација* је амбивалентан појам<sup>12</sup> будући да носи са собом двојако значење: јако (директно и активно учествовање) и слабо (индиректно и пасивније), те је става да партиципацију одликују и капацитет за укључивање у заједницу, али и могућност да будемо искључени из социјалног живота. Фортунати је анализирао студентске есеје о партиципацији и новим медијима и према степену учествовања поделила кориснике на: примарне учеснике (дају информације и унапређују их), секундарне учеснике (углавном конзумирају информације, али повремено и доприносе садржају – означавањем, рангирањем и сл.) и посматраче (само конзумирају информације на вебу и највећа група корисника веб 2.0 технологија спада у ову групу). На основу одговора ауторка је извела закључак да постоје четири различите димензије онлајн партиципације: присуство, интелектуални допринос, утицај на доношење одлука и утицај на стратегије у решавању кључних проблема. Разлоге због којих онлајн учествовање постаје све масовније и све обимније испитаници виде у чињеници да интернет допушта да стид буде превазиђен, пружа могућност да postanемо видљиви и популарни и не виде онлајн учествовање као замену за офлајн партиципацију, већ као њен продужетак и њеног модератора. Такође, ову нову димензију онлајн партиципације виде као још један доказ нарцистичког друштва у коме се свет види једино у функцији субјекта. Дакле, технологија је само један од фактора

---

11 У књизи „*Wisdom of crowds*”, Џејмс Суrowиецки (*James Surowiecki*, 2004, USA) тврди да групно прикупљање информација (колективна мудрост, *collective wisdom*) резултира одлукама које су често боље него одлуке које би појединачно сваки члан групе могао да донесе.

12 *Leopoldina, F.* (2011) *Online Participation and the New Media*, in: *Cultures of Participation, Media Practices, Politics and Literacy*, ed. Fortunati, L., Gebhardt, J. and Vincent, J., Ebsco Publishing: e-book Academic Collection Trial, p. 19.

који одређују партиципацију, те се стална конектованост и приступ мобилним технологијама не могу изједначити са учествовањем, иако се у разматрању партиципативних пракси фокус усмерава готово искључиво на алатке онлајн платформи за друштвено умрежавање<sup>13</sup>. На ову чињеницу упозорава и Јан Мекшејн (Ian McShane) и тврди да дискусије о партиципативној култури покрећу дугорочна питања о њеном успеху, те наводи да се партиципативна култура уоквирава у технолошким, социолошким и епистемолошким терминима и уско фокусира на коришћење друштвених медија.

Сматрамо да се одређена ограничења и изазови партиципативне културе<sup>14</sup>, уз додатна истраживања и критички однос према овим праксама, могу унапредити и континуираном едукацијом особља институције и самих корисника. Ту пре свега имамо у виду обуку којом би се побољшао и повећао обим у коме публика креативно и активно учествује (мотивација корисника и запослених, савладавање вештина онлајн комуникације и интеракције и сл.), те едукацију којом би се одређени ризици свели на најмању меру (нехотична или хотимична злоупотреба података, нарушавање приватности и безбедности итд.).

Један од разлога убрзаног развоја нове, глобалне партиципативне културе је интензиван развој нових технологија<sup>15</sup> који је утицао на развој нових облика интеракције који су више

---

13 Greif, H. et al. (2011) Introduction, in: *Cultures of Participation, Media Practices, Politics and Literacy*, ed. Fortunati, L., Gebhardt, J. and Vincent, J., Ebsco Publishing: e-book Academic Collection Trial, p. 9.

14 Појам „партиципативне праксе у култури” користимо у значењу које се односи на партиципацију у продукцији културних артефаката, промоцији културне баштине и на партиципирање у креирању и реализацији програма у овој области, учествовање у чувању, презентацији и промоцији садржаја из области културе, итд. Појам „партиципативна култура” користимо у следећем значењу: партиципативна култура је култура мање или више активног учествовања (партиципације), у различитим областима: уметности, политици, култури, образовању, друштву итд. Партиципативну културу разумемо као појам којим се описује култура коју карактерише неговање и развој корисничког учествовања у различитим сферама савременог живота, као културу која је отворена, која подстиче дијалог, креативност и критичко мишљење, као културу сарадње и заједничког рада на остваривању одређених циљева. Дистинкције ради, а да бисмо указали и нагласили разлике у обиму активности, „учествовање” разликујемо од „партиципације” према степену и квалитету ангажмана и под партиципацијом подразумевамо виши степен и квалитет укључености, проактивности и ангажмана. Глагол „партиципирати”, као и именице: „партиципант” и „партиципација”, такође користимо у наведеном значењском и културолошком контексту. Партиципативност видимо као појам свеобухватнији од појма *crowdsourcing*.

15 Liu, S. and Ziemke, J. From Cultures of Participation to the Rise of Crisis Mapping a Networked World, in: *The participatory cultures handbook*, ed.

децентрализовани и широко распрострањени у друштву. Ипак, друштвени медији и партиципативност у дигиталном добу значе много више од могућности да онлајн приступимо изузетно великом броју информација и садржајима – омогућава нам и да учествујемо у различитим креативним активностима на глобалној рачунарској мрежи, да на лакши, јефтинији и доступнији начин него што је то био у случају добу пре интернета стварамо и делимо генерисани садржај. Чарли Гир се критички осврће и на појам партиципативне културе и наводи да бисмо могли да помислимо да у случају нових дигиталних медија и мрежа ми „... или наслућујемо појаву нове „партиципаторне културе“ далеко веће сарадње и солидарности, или пак да нашој дигиталној култури прети опасност од стварања пандемонијума сукобљеног медијског шума, самоистицања и бесмислене бестелесне интеракције у све уситњенијем друштву”.<sup>16</sup> Свет у коме живимо овај аутор види као свет у коме смо све више повезани и све више раздвојени и, као посебно важно, наглашава чињеницу да смо дошли до тачке у којој су дигиталне технологије све више учесници у нашој све више партиципативној култури, те закључује да је стално преиспитивање ситуације у којој се налазимо потребније него икад, утолико више што технологија постаје све мање видљива, јер је све више саставни део нашег постојања.

Такође, парадокс партиципативних медија<sup>17</sup>, чију демократичност само условно можемо да посматрамо и као кључну предност, огледа се и у нечему сасвим супротном принципима демократије – услови њиховог коришћења јасно показују да немамо у потпуности контролу над садржајем који смо сами креирали, да не можемо сви да му под једнаким условима приступимо, да може бити надзиран, контролисан, па и злоупотребљен, да се често користи искључиво у комерцијалне сврхе и са једним јединим циљем – стицање профита итд. Према развоју онлајн комуникацијских процеса и алатки - од хипертекста до веб 2.0, критички се односи

---

ed. Delwiche, A. and Henderson, J. J. (2013), New York, Routledge, Chapter 19, Kindle Edition.

16 Gir, Č. (2011) *Digitalna kultura*, Beograd: Clio, str. 210.

17 Под појмом „партиципативни медији” подразумевамо све медије који, уз примену различитих софтверских алата, подржавају и омогућавају повезивање и активну партиципацију мањег или већег круга корисника у оквиру: блогова, вики платформи, таговања, онлајн друштвеног умрежавања и генерисања и дељења различитих садржаја итд. Као синоним у дисертацији се користи и појам „друштвени медији” који је детаљније разматран у одељку „Библиоотеке и ИКТ: могућности и изазови”.

---

и Ганаел Ланглоа (Ganael Langlois),<sup>18</sup> која наводи да су ови видови комуникације увек били виђени као поновно буђење активних корисника, који замењују пасивне и изманипулисане масе, и успевају да се њихов глас широм света „чује”. Ауторка се критички односи и према идејама Хенрија Ценкинса и тврди да су алатке које нуде популарни веб сајтови, попут *YouTube*-а или Википедије, поново актуелизовале овакав некритички приступ, односно изједначавање повећаног учествовања у комуникацији – захваљујући коришћењу технологија, са демократским акцијама и комуникацијама. Ланглоа сматра да су тврдње о демократичности партиципативног медијског окружења само делимично тачне, односно мишљења је да било ко може да покуша да се изрази, али да морамо имати у виду следеће: мрежне услове који то омогућавају, начине управљања различитим протоколима и софтверима на глобалној межи, културолошке праксе који ову продукцију омогућавају, питања цензуре и слободе итд.

Дивна Вуксановић критички указује на неколико важних тема које реферишу на културу, кориснике и медије у савременом контексту. Имајући у виду да су садржаји који се пласирају у јавност путем друштвених медија доступни свима који имају одређене технолошке алатке, ауторка увиђа да се „... у пракси овај вид техничке доступности најчешће показује у облику пасивног, некритичког конзумирања најразличитијих, углавном кич и шунд медијских садржаја, асимилованих од стране просечног реципијента, док се у ретким ситуацијама догађа да је корисник вољан и оспособљен да пружи властити „креативни” допринос друштвено-мрежном комуницирању”.<sup>19</sup> Критички разматрајући друштвену мрежу *Facebook*, Вуксановић закључује да већина корисника ове онлајн платформе за друштвено умрежавање не користи стваралачки потенцијал партиципативности или га употребљава у аматерском кључу изражавања.

### *Савремени (дигитални) медијски контекст*

За разумевање савремене парадигме партиципативности неопходно је<sup>20</sup> и боље разумевање појма медија које је у великој мери одређено конкретним друштвеним и културним

---

18 Langlois, G. (2013) Participatory culture and the New Governance of Communication: The Paradox of Participatory media”, *Television and new Media*, 14: 91, p. 91-92.

19 Vuksanović, D. (2011) *Filozofija medija 2*, Beograd: Čigoja štampa, str. 152.

20 Аспекти значајни за разумевање парадигме партиципативности су: развој публике, социолошки аспект (контекст информационог друштва), технолошки и етички аспект, правни и законодавни оквир итд.



контекстом и ову чињеницу има у виду Драган Ћаловић када тврди да се „... у западним земљама масовни медији обично двоструко схватају, као извори истине у служби очувања демократских односа у друштву, или пак, као моћна средства манипулисања истином. У земљама где их држава у потпуности или делимично контролише, медији су најчешће схваћени као средства пропаганде и друштвене контроле. Реч је о томе да је разумевање масовних медија у највећој мери условљено начином њихове перцепције.”<sup>21</sup> Ћаловић наводи да медији могу најопштије да се одреде као посредници у преносу поруке између пошиљаоца и примаоци, док Елизабет Бирд (Elizabeth S. Bird), наглашавајући значај критичког преиспитивања медија и медијског утицаја, добро увиђа да је данас: „Теже него икада до сада се дефинишу специфичне радње које обављамо приликом коришћења медија. Бити члан медијске публике је у основи нешто што људи континуирано раде... да ли то значи да смо сви заиста продуценти? Мислим да не, осим ако сматрате да је свако твитер или *Facebook* ажурирање статуса – креативан чин.”<sup>22</sup>

Технолошки напредак и развој дигиталних медија, посебно Веб 2.0 окружења, углавном су сагласни истраживачи, радикално мењају начин на који се људи свакодневно односе и делују са медијима: доступност и једноставност употребе, конзументи постају креатори садржаја који своју поруку могу да пошаљу милионима људи, утицај развоја интернета на тзв. традиционалне медије и сл. – изменили су медијски простор, начине на које мислимо, планирамо, реализујемо и дистрибуирамо медијске садржаје.<sup>23</sup> Глобална рачунарска мрежа и информационо-комуникационе технологије допринеле су и ширењу и развоју програмских садржаја електронских медија и њихову већу доступност путем мобилних телефона, таблета, лаптопова итд. Највећим делом масовни медији данас дигитално производе и дистрибуирају свој садржај и конвергирају ка дигиталним феноменима - интернету, вебу, видео играма итд., стварајући на тај начин непрекинути дигитални „медијаж”, како тврди Чарли Гир.<sup>24</sup>

Имајући у виду тему која је у фокусу рада важно је да нагласимо могућност коју данас имамо, а која представља

---

21 Ћаловић, Д. (2009) *Увод у теорију медија*, Београд: Мегатренд универзитет, стр. 3.

22 Bird, E. (2011) Are we all producers now?, *Convergence and media audiences practices*, *Cultural Studies* Vol. 25, Nos.4-5, p. 512.

23 Исто (према: Henry Jenkins, Axel Bruns, Nightingale i Dwyer, Gross), стр. 502.

24 Gir, Č. нав. дело, стр. 15.

---

јединствену одлику савременог медијског контекста: могућност да се укључимо и ангажујемо у медијској и технолошкој сфери, на аутономан начин, вођени сопственим интересовањима. Медије који омогућавају учешће корисника и отварају могућности за неговање и развој партиципативне културе можемо такође одредити, и то и чинимо, као – партиципативне медије.

Сматрамо да је важно да, када разматрамо интернет у медијском контексту, имамо у виду и налазе Дивне Вуксановић који указују да глобална рачунарска мрежа само условно функционише као медиј масовних комуникација, мада се начини размене комуникацијских порука разликују у односу на размену порука са публиком ранијих мас-медија (радио, тв, филм), „... обрађујући се, у функцији интеракције, сваком кориснику понаособ<sup>25</sup>, управо у смеру како је то одредио Вирилио, говорећи о појави масовног индивидуализма у савременом добу”. На глобалном медијском тржишту је, и то је значајно ради целовитије слике медијског контекста, данас све присутнији комплексан склоп уредничке контроле, притисака власништва, економских и комерцијалних притисака, конкуренције на тржишту и сл. Као једну од кључних речи за разумевање савремене медијске сфере стога данас видимо конвергенцију медија.

### *Конвергенција медија*

Иако појам конвергенција медија – синтагма која се све чешће среће у савременим теоријама медија – може да звучи као сасвим нов, овај тренд је одавно присутан у медијској индустрији, сматра Ана Мартиноли и о конвергенцији медија износи следеће тврдње: „... нове технологије доносе нове изазове традиционалним медијима управо кроз укрштање, спајање, стварање једног новог, над-медија. Конвергенција медија је трајан и актуелан процес који је захватио области медијских технологија, индустрије, медијских садржаја и публике... Конвергенцију медија не би требало разматрати као процес чије ће финале бити стварање једног медија који ће објединити све карактеристике постојећих, већ је то процес који резултира у пролиферацији канала за комуницирање, продукцију и дистрибуцију медијских садржаја<sup>26</sup>. Наглашавајући да је конвергенција медија актуелан и трајан

---

25 Vuksanović, D. nav. delo (prema: Byrnes, W. J. Management and Arts – The Entertainment Business, u: *Management and Arts*, Third Edition, (2003), Focal Press, USA, p. 152).

26 Martinoli, A. (2010) *Transformacija radija kao medija i radijskog auditorijuma pod uticajem novih tehnologija*, doktorska disertacija, Fakultet dramskih umetnosti, Univerzitet umetnosti, str. 46.

---

процес који је захватио различите медијске области, ауторка наглашава да је неопходно да ми као потрошачи медијских садржаја развијамо потпуно нове вештине управљања информацијама, нове структуре преноса информација кроз канале, нове креативне жанрове итд., а као највећи изазов истиче управо могућност ангажмана, односно укључивања публике.

Дакле, конвергенција је процес који је у савременом добу одређен променом токова у медијском пејзажу, променама у односима међу постојећим технологијама, променама на медијском тржишту и у медијској индустрији, у жанровима и публици, те да у том смислу свакако надилази пукe техничко-технолошке промене које су свакако веома важне за овај процес постепеног приближавања различитих медија, кроз укрштање и спајање, те уз све већи удео публике у медијској продукцији. Такође, конвергенција медија описује и промене у начину достављања и дистрибуирања медијског садржаја, а ови процеси су праћени и друштвеним и културним трансформацијама, што сматрамо да је такође веома важно да имамо у виду када их разматрамо. Гледано из угла медијских уређаја, конвергенцију можемо да означимо и као сажимање више уређаја у један, са предностима које представљају суму појединачних уређаја.

### *Нови медији*

Као на термин значајан за савремени медијски контекст, овде кратко указујемо и на термин „нови медији”. Овај термин заправо и није нов, односно у употреби је од 70-их година 20. века,<sup>27</sup> и осим у медијском контексту, присутан је и у многим другим областима: уметности, култури, образовању итд. У овом делу дајемо неколико напомена о овом појму, имајући у виду његову широку употребу и присуство у литератури, те значај и улогу новомедијског контекста и технолошки посредоване комуникације за предмет дисертације. Бројна су питања која стоје данас пред медијским теоретичарима који истражују област нових медија: Да ли и које медије можемо одредити као „нове медије”? Да ли би прецизнији назив био „новији медији”, јер оно што се пре деценију сматрало „новим” данас тешко да може да задржи ову одредницу (интернет који је настао у прошлом веку само условно можемо да сматрамо за нови медиј)? Да ли нови медији подразумевају само рачунарски процесуирану комуникацију, дистрибуцију и/или продукцију садржаја, или се под новим медијима

---

27 Kuleto, V. Uticaj interneta i medijska pismenost (приступљено 27. 1. 2013). <http://www.valentinkuleto.com/2013/01/uticaj-interneta-i-medijska-pismenost/>

најчешће подразумевају различити дигитални медији, па је „нови” у овом случају синоним за „дигитални”?

Научна и стручна литература под *новим медијима* најчешће подразумева интерактивне дигиталне медије, за које је карактеристично онлајн и дигитално примање и слање информација (интернет, мобилне уређаје за комуникацију и информисања, блогове итд.), који су супротни традиционалним медијима (радио, новине, ТВ), сматра Ана Мартиноли и наводи да овај појам означава све веће присуство компјутеризованих, дигиталних и умрежених информација и комуникационих технологија које су карактеристичне за крај прошлог и почетак овог века.<sup>28</sup> Увидом у обимну литературу из ове области може се закључити да све масовнијом употребом глобалне рачунарске мреже, и овај појам мења своје карактеристике, те да се данас под њим најчешће подразумевају интернет, друштвени медији, мобилни телефони и преносива мултимедија. Такође, разматрајући образовање младих у контексту нових медија, истраживачи термин нови медији користе да опишу „... медијско окружење у коме традиционалнији медији, као што су књиге, ТВ и радио конвергирају са дигиталним медијима, посебно интерактивним медијима и медијима за друштвену комуникацију”.<sup>29</sup>

Једно од суштинских питања када је о новим медијима реч је питање које је поставио Лев Манович: Како медији постају нови, односно на које начине коришћење компјутера за продукцију и дистрибуирање медија утиче да они постају нови?<sup>30</sup> Као принципе нових медија, уместо већ традиционално постулираних, као што су интерактивност и хипермедији, овај аутор наводи следеће: нумеричка представа, модуларност, аутоматизација, променљивост и културно транскодирање, и додаје да њих треба разумети као опште тенденције у области културе која пролази кроз процес информатизације а не као апсолутне законитости. Овај аутор показује како су нови медији резултат синтезе два одвојена историјска пута: медијских технологија и рачунарства, претварањем медија у нумеричке податке настају нови медији: покретне слике, облици, звуци, графике итд. које сада можемо да обрађујемо у рачунару. Манович сматра да популарно схватање нових медија изједначава овај појам са употребом рачунара за приказивање и дистрибуцију садржаја и тврди

---

28 Martinoli, A. nav. delo, str. 11-12.

29 Heather, M. et al, (2008) Living and Learning with New Media, 11. 8, <http://digitallyouth.ischool.berkeley.edu/files/report/digitallyouth-WhitePaper.pdf> (преузето 11. 10. 2011).

30 Manovič, L. (2015) *Jezik novih medija*, Beograd: Clio, str. 62.

---

да нема разлога да се рачунар не истиче и као инструмент за производњу или складиштење медија: „... налазимо (се) у ситуацији сличној оној из четрнаестог и деветнаестог века, када су штампарска преса и фотографија извршиле револуционарни утицај на развој модерне уметности и културе, то јест данас се налазимо усред револуције нових медија – помак целокупне културе ка рачунарски посредованим облицима производње, дистрибуције и комуникације.”<sup>31</sup> Преиспитујући улогу рачунара у медијској сфери, овај аутор закључује – и у овом значењу се појам нових медија користи у дисертацији, да су нови медији резултат стапања медијских и рачунарских технологија – звуци, графике, покретне слике, простори, текстови и сл., које сада можемо компјутерски да обрађујемо. Један од кључних Маневичевих ставова је да је идентитет медија доживео драматичније промене од рачунара, и дефинишући ове промене, Манович намерно избегава коришћење израза дигиталан и интерактиван, јер сматра да су сувише широки и двосмислени концепти да би били употребљиви.

Претварање медија у рачунарске податке овај истраживач види као суштинску последицу повезивања медија и рачунара: „Нови медији захтевају нову етапу у теорији медија, чије почетке можемо наћи у револуционарним делима Харолда Иниса из педесетих и Маршала Маклуана из шездесетих година двадесетог века. Да бисмо разумели суштину нових медија, морамо се окренути наукама о рачунарима. Ту можемо очекивати да нађемо нове изразе, категорије и операције које одликују медије који се могу програмирати. Од проучавања медија прелазимо на нешто што би се могло назвати „проучавање софтвера” – од теорије медија до теорије софтвера.”<sup>32</sup> Као један од начина да се започне са теоријом софтвера, аутор наводи принцип транскодирања и сматра да се одређени принципи не могу сматрати дистинктивним за нове медије, јер су присутни у неким старијим културним облицима, те критички разматра неколико популарних ставова о новим и старим медијима и тврди како не могу да „издрже” пажљивију проверу: нови медији су аналогни медији конвертовани у дигиталну представу, нови медији допуштају насумичан приступ било ком елементу, дигитализација неминовно подразумева одређени губитак информација, дигитални медији могу се бескрајно копирати без икаквог губитка квалитета, нови медији су, за разлику од старих медија, интерактивни итд. Занимљиво је да овај аутор има нешто другачији став о интерактивности у

---

31 Исто, стр. 61.

32 Исто, стр. 90.

односу на већину истраживача и корисника, сматрајући да нема много смисла називати рачунарске медије „интерактивним” јер то заправо представља једноставно понављање најосновнијих чињеница везаних за компјутере. Олег Јекнић се супротставља Мановичевом схватању нових медија према коме се интерактивност најчешће доводи у везу са рачунарима, тј. са „новим медијима”, и наводи да под новим медијем сматра „... координисани електромагнетски талас (ЕМ зрачење) одакле следи да ера „нових медија”, у хронолошком смислу, започиње крајем деветнаестог века са развојем телекомуникација”<sup>33</sup>.

Сајтови за друштвено умрежавање, „паметни” телефони, онлајн игре и сл., иако релативно новијег датума настанка, постали су саставни део свакодневице великог броја људи и тешко је поверовати да смо само пре нешто више од десет година живели без њих. Подаци из САД говоре да дигитални медији и онлајн комуникације у потпуности прожимају животе младих, како је показало истраживање „Живот и учење са новим медијима”<sup>34</sup> и да смо, иако има све више истраживања која се баве новомедијским праксама, још увек у раним фазама повезивања различитих података ради добијања шире слике о улози коју нови медији имају у свакодневном животу младих. У овом опсежном истраживању термин нови медији коришћен је да би се описала медијска екологија у којој традиционални медији, као што су књиге, радио или телевизија конвергирају са дигиталним медијима, посебно са интерактивним и друштвеним медијима. Управо зато што испитују констелацију промена медијских технологија које не могу бити сведене на поједине техничке карактеристике, аутори користе термин *нови медији* уместо дигитални или интерактивни медији, фокусирајући се на оне праксе које су нове у актуелном тренутку и које су јасно повезане са културом младих. У оквиру овог истраживања установљено је да млади користе нове медије за веома различите потребе – социјалне, забавне, едукативне итд., и да се у овом процесу одвија заправо један специфичан вид комуникације, у коме су учесници увек онлајн, тј. увек на интернету. Подаци који показују да је омладина данас централни актер медија и комуникација су веома значајни за разумевање савременог медијског пејзажа. Као нове социјалне вештине и културалне компетенције које су потребне младима да би једног дана постали „потпуни учесници”, Хенри Џенкинс наводи: игру, способност извођења (усвајање алтернативних идентитета

---

33 Jeknić, O. (2014) *Teorija interfejsa*, Beograd: Centar za medije i komunikacije, Fakultet za medije i komunikacije, str. 55.

34 Heather, M. nav. delo, str. 4.

са сврхом импровизације и открића), мултитаскинг, способност смисленог узорковања и ремиксовања медијског садржаја, колективну интелигенцију (способност прикупљања знања и поређења са белешкама других са намером да се оствари заједнички циљ), умрежавање (способност претраге, синтезе и дисеминације информација), способност процењивања (евалуација поузданости и кредибилитета информација), симулација (способност интерпретације и конструкције динамичког модела стварног света) итд.<sup>35</sup>

### *Партиципативни медији*

За савремени медијски контекст су веома важни и интернет сервиси као први интерактивни сервис масовних електронских комуникација који омогућавају јединствену и једноставну повратну спрегу изузетно бројне публике и медија, својеврсно брисање граница између корисника и извора информација. Отварање могућности да публика активно учествује у програмирању садржаја, да њиме манипулише, али и да креира сопствене програме – редефинише односе уредник-продуцент-прималац садржаја, стварајући од корисника истовремено и аутора програма – видимо као посебно значајне у контексту парадигме партиципативности.

Настанак и развој партиципативних медија, који су засновани на информационо-комуникационим технологијама, омогућио је корисницима да од конзумента информација брже и лакше постану њихови ствараоци и да се, превазилазећи географске и временске границе, повежу са корисницима широм света. Под *партиципативним медијима* подразумевамо све медије који, уз примену различитих софтверских алата, подржавају и омогућавају активну партиципацију мањег или већег круга корисника у оквиру: блогова, вики платформи, таговања, онлајн друштвеног умрежавања и генерисања и дељења различитих садржаја итд. Већина корисника може путем глобалне мреже да емитује или објави садржај који ће бити доступан великом броју људи а истовремено може да прима и прати садржаје такође великог броја корисника. Веома је важно да имамо у виду да се технолошка инфраструктура партиципативних медија континуирано развија, те је значајно да пратимо ове трендове и допуњавамо своја знања из области информационе и дигиталне писмености, јер што више људи буде знало адекватно да користи партиципативне медије за различите сврхе већа

---

35 Jenkins, H. et al (2009) *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21 century*, (преузето 18. 10. 2013), p. 4. [https://mitpress.mit.edu/sites/default/files/titles/free\\_download/9780262513623\\_Confronting\\_the\\_Challenges.pdf](https://mitpress.mit.edu/sites/default/files/titles/free_download/9780262513623_Confronting_the_Challenges.pdf)

---

је вероватноћа да ће инфосфера у будућности бити простор који ће још више подстицати и омогућавати партиципативност. Партиципативни медији се међусобно разликују али имају и одређене заједничке карактеристике: социолошке, економске и техничке, те у извесном смислу можемо да их посматрамо као друштвене медије чија се снага заснива на активном учествовању великог броја људи, на њиховом повезивању и умрежавању, на омогућавању ширег, јефтинијег и бржег дељења информација и координације активности.

Ана Мартиноли синтагмом партиципативни медији обухвата: блогове, таговање, дељење аудио и видео садржаја, MeshUp, вики, RSS, подкаст, виртуелне заједнице итд. и наводи да смо данас сведоци јачања културе „... која подстиче ангажман, партиципацију, развијање. Томе доприноси значајан заокрет од традиционалних, линеарних медија ка интерактивним медијима, каналима или дигиталним платформама”.<sup>36</sup> Партиципација имплицира виши степен укључености јавности у процес продукције, али и управљање и планирање комуникационих система, како добро увиђа Мартиноли, и сматра да због своје друштвене улоге медији морају бити значајан чинилац расправе о партиципацији, могу је подстицати или на адекватан начин укључити људе који нису професионалци у медијски посредовану продукцију значења.

Нико Карпентиер тврди, и ова тврдња је значајна за критичко преиспитивање парадигме партиципативности, да се превише обраћа пажња на нове медије и њихов партиципативни потенцијал, а да се културолошки и партиципативни потенцијал традиционалних медија – радија, штампе и телевизије, запоставља и потцењује.<sup>37</sup> Аутор сматра да је овакав приступ технолошко-детерминистички, јер се темељи на идеји да специфичне медијске технологије саме по себи имају већи потенцијал за партиципативност. Карпентиер тврди сасвим супротно – да потенцијал савремених медијских технологија зависи од начина на који се медији користе и да партиципативни потенцијал медија у савременом технолошком контексту најчешће зависи од односа моћи професионалне медијске елите и непрофесионалаца који су укључени, а не само од информационо-комуникационих

---

36 Martinoli, A. (2013) *Publika i medijski multitasking – podeljena pažnja u eri multiplatformnosti*, CM: Communication Management Quarterly: Časopis za upravljanje komuniciranjem 28, Beograd: Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu, str. 46.

37 Carpentier, N. et al (2007) *Theoretical frameworks for participatory media*, Introduction, Tartu University Press (преузето 19. 03. 2012), p. 111. [https://www.academia.edu/272174/Theoretical\\_Frameworks\\_for\\_Participatory\\_Media](https://www.academia.edu/272174/Theoretical_Frameworks_for_Participatory_Media).



технологија. Тврдњу о односу моћи не можемо да прихватимо као сасвим тачну, јер се тај однос у приличној мери променио и мења се и даље, и мишљења смо да су управо информационо-комуникационе технологије омогућиле да и непрофесионалци, како их овај истраживач назива, прилично једноставно и сасвим бесплатно савладају различите начине коришћења медија. На *YouTube* каналу постоји одговор на већину питања која почињу са: „Како да ...?“, односно видео записи у којима се објашњава како да обавимо одређене задатке и то, углавном, управо од стране професионалних новинара.

Сматрамо, након реализованих истраживања која су била усмерена на потенцијал партиципативних пракси у домену културе,<sup>38</sup> и увида у обимну литературу, да је неопходно да се додатно истражи и јавности презентује креативан и културолошки потенцијал нових медија за пословање, напредак и развој институција културе. Остваривање партиципативног потенцијала, како традиционалних, тако и нових медија у области културе (и не само у области културе), зависи од много фактора: друштвено-политичког контекста којим се подржава или, напротив, запоставља и не користи овај потенцијал, економских и технолошких фактора који омогућавају партиципативност различитог квалитета, обима и резултата, од знања и мотивисаности културних радника који треба да планирају и реализују партиципативне пројекте, од корисника и публике која треба да учествује и партиципира, тј. од њихове обучености, информисаности, креативности

---

<sup>38</sup> Емпиријско истраживање реализовано је за потребе израде докторске дисертације „Библиотека као носилац партиципативних пракси у култури у контексту информационог друштва”. У другој фази овог истраживања реализовани су ненаменски интервјуи са светским библиотекарима и експертима у области библиотекарства, у периоду од 2004. до 2014. године, који су послужили за постављање контекста анализе и давање смерница у којима би истраживање требало да се одвија. У овој фази обављен је и низ неформалних разговора на терену са корисницима различитих врста библиотека у Београду. У трећој фази емпиријских истраживања обављено је истраживање којим је обухваћено 15 библиотекара из Србије. Са одабраним библиотекарима (на основу прелиминарних истраживања) обављени су наменски, дубински интервјуи са јасно дефинисаним питањима. Овим квалитативним истраживањем настојало се да се обухвате библиотеке у нашој земљи које се разликују према средини у којој се налазе, технолошкој опремљености, броју чланова итд, а чији библиотекарски експертизом, практичним искуством и активностима могу значајно да допринесу разумевању теме. Дакле, ради потпуније слике водило се рачуна – у мери у којој је било могуће, да буду заступљене различите врсте библиотека из градова и варошица, са различитим бројем чланова и веома различитом технолошком инфраструктуром – од библиотеке која нема ни телефон ни интернет до велике библиотеке, која је један од лидера у области примене информационо-комуникационих технологија у нашој земљи.

итд. Дакле, присуство и коришћење нових медија утиче на облике партиципације, али није њен једини услов, нити је коришћење нових технологија само по себи довољно, иако нас оснажује за партиципацију.

Значајне су и напомене које, имајући у виду процес корених промена кроз које масовни медији данас пролазе, даје Чарли Гир, који критички разматра партиципативне концепте у овом контексту. Гир, наиме, сматра да је погрешно веровати да, на пример, повећање могућности учешћа гледалаца или слушалаца представља неку врсту нове партиципативне демократизације медија, те да је подстицање аудиторијума да се укључи у медијску продукцију само привидно и да су медији и даље посвећени преношењу сопствених порука у јавност. Са овим тврдњама се делимично можемо сложити, јер сматрамо да су медији увек, а не само данас, највише посвећени преношењу сопствених порука, јер је то њихова основна мисија и активност која их у највећој мери дефинише. Са друге стране, јавност, захваљујући пре свега ИКТ и мобилним технологијама, по први пут може да генерише различите мултимедијалне садржаје и шаље их уредништву масовних медија. Иако и традиционални медији, попут РТС-а или Би-Би-Си-ја (ВВС), имају рубрике намењене грађанима, данас имамо и све више независних онлајн медија који овако генерисан садржај објављују и дистрибуирају<sup>39</sup>.

### *Мултитаскинг*

У савременом технолошком окружењу медије користимо на другачије начине него што смо то чинили пре само неколико година: убрзан развој информационо-комуникационих технологија утиче на број и разноврсност медија који су нам данас доступни, као и на количину информација и садржаја које путем различитих комуникационих канала примамо. За разумевање савременог медијског контекста значајно је и разумевање феномена подељене пажње, односно истовременог коришћења више медија – мултитаскинга. Указујемо пре свега на тумачење Мануела Каstelса (Manuel Kastels) који дискутује резултате истраживања које је спроведено 2007. године у Каталонији у намери да се испита нови образац односа према медијима, кроз фокус групе од 704 особе које су посматране, уз њихов пристанак, у периоду од неколико месеци<sup>40</sup>. Припадници ове групе имају 18-30 година, на интернету су у просеку четири сата дневно. Резултати су показали да је то време испреплетано са временом које

---

39 <http://lupiga.com/>; <http://www.juznevesti.com/>; <http://www.njuz.net/>

40 Kastels, K. (2014) *Моћ комуникација*, Beograd: Clio, str. 169 - 170.

---

проводе гледајући телевизију, да комуницирају током читавог дана различитим средствима и да је заправо мултитаскинг, односно истовремено праћење више различитих медија – норма, како закључује Кастелс, а не изузетак. Дакле, испитаници истовремено гледају телевизију, слушају музику или шаљу поруке путем мобилних телефона, на интернету су, играју видео игре и сл.

И Ана Мартиноли уочава трендове који су све присутнији у навикама публике: веза са медијима је све дубља и подразумева емоционално инвестирање, све је присутнији феномен „подељене пажње” – истовремена употреба више медија. „Медијски мултитаскинг је директна последица дигитализације медијских садржаја, јачања партиципаторне културе, могућности да интерактивно комуницирамо, да будемо активни... присуствујемо стварању једне нове врсте публике, публике која жели да буде укључена, али јој је потребан повод за то – она мора бити мотивисана, подстакнута, провоцирана.”<sup>41</sup> Ауторка тврди и да је потреба потрошача све већа за уређајима који омогућавају истовремено интернет конекцију, разговор, слање електронске поште и порука, видео размену итд.

У овом контексту наводимо и резултате истраживања које је спроведено 2012. године у САД, у оквиру кога су прикупљени и анализирани подаци о томе које мобилне уређаје и на које начине користи заједница (студенти, особље, пријатељи библиотеке итд.) Хантер колеџа у Њујорку (Hunter College). Циљ истраживања био је да се добијени подаци и информације искористе, односно узму у обзир приликом дизајнирања мобилног веб-сајта библиотеке, окренутог кориснику. Један од занимљивих закључака до којих су истраживачи дошли је да учесници у истраживању радије користе паметне телефоне и код куће (63.7 %), где имају приступ и десктоп рачунару (који поседује 56.6% испитаника) или лаптопу (који поседује 90.8%), да то чине често и у готово свим аспектима друштвеног живота – што указује на изузетно велику популарност у коришћењу интернета на мобилним уређајима (паметни телефони, таблети и сл.) у свакодневној употреби, а број посета веб-сајту, путем ових уређаја, удвостручио се у односу на претходну, 2011. годину.<sup>42</sup> Према подацима добијеним у истраживању, нешто више од 20% испитаника поседује таблет рачунар, али близу 38% планира да набави овај мобилни уређај, што се подудара са подацима који

---

41 Martinoli, A. nav. delo, str. 42.

42 Becker, A. et al (2013) Developing and completing a library mobile technology survey to create a user – centered mobile presence, *Library Hi Tech*, Vol. 31 Iss 4, p. 693 - 695.

---

говоре да се број посета сајту са таблет уређаја утростручио у 2012. години, у односу на претходну годину. Ови статистички подаци говоре да се мења природа приступа садржајима на мрежи и указује на неопходност прилагођавања овим тенденцијама. Такође, студија је указала да 58.2% корисника жели да добија поруке са информацијама на мобилни телефон, да им је потребно да се лако крећу кроз садржај сајта и базу података библиотеке, да желе могућност да овим путем резервишу књиге и приступе е-књигама, као и на чињеницу да се мобилни уређаји све више користе за образовне сврхе. Уз рачунаре, данас су све присутнији и таблети и мобилни телефони као уређаји које публика истовремено користи и овај велики пораст ствара нације мулти-таскера (multitaskers) и претвара дневне собе наших бака и дека и родитеља у дигитална медијска средишта.<sup>43</sup>

*Закључна разматрања:  
да ли приказано постаје истинито?*

Експанзија мобилних уређаја у последњој деценији<sup>44</sup> – мобилних телефона, таблета, ајпеда, паметних телефона, електронских читача попут Kindl-а итд, довела је до значајних промена у приступу и начину коришћења интернета као медија. Десктоп рачунаре полако су заменили лаптопови, а сада лаптопове полако замењују мањи мобилни уређаји који нам омогућавају да практично увек будемо онлајн, да конзумирамо и генеришемо садржај на било ком месту, не само код куће или у канцеларији, да обављамо, како смо видели, више задатака истовремено. Састанак или час на коме се, за сада кришом, гледају вести и поруке које стижу на наше мини уређаје, паралелно конзумирање садржаја на различитим медијима – телефону, телевизору и таблету, данас су све чешће појаве, односно, како закључује Шери Теркл, уз технологије чак и најобичнији телефонски позив доводи савременог човека у „... свет сталног парцијалног посвећивања пажње...“<sup>45</sup>. Ова ауторка наглашава да се веома брзо циркулисање усталило као доживљај константног „саприсуства“ у свету константне комуникације: „Наши разговори лицем у лице рутински су прекидани позивима и порукама које пристижу. У свету папирне поште било је неприхватљиво да колега чита своја писма током састанка.“<sup>46</sup> Ову нову

---

43 <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/market-data/communications-market-reports/cmr13/>, приступљено 12. 12. 2014).

44 <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx> (приступљено 12. 12. 2014).

45 Terkl, Š. (2011) *Sami zajedno*, Beograd: Clio, стр. 226.

46 Исто, стр. 226-227.

---

врсту времена ауторка одређује као време подељене пажње, критички се односи према описаном контексту и сматра да смо пребрзо постали спремни да слаavimo непрестано присуство технологије и да мултитаскинг сматрамо врлином, иако су многи предавачи уочили да студенти који држе отворене лаптопове на часу не постижу тако добре резултате као они који то не чине, већ само прате наставу. Мултитаскинг веома важан феномен, јер описује карактеристике нових навика и потреба савремених корисника, указује на начине на које корисници примају и генеришу садржај и тако нам даје драгоцене податке који су значајни за боље разумевање парадигме партиципативности у савременом медијском контексту.

Дакле, доступност и једноставност употребе медијских алатки у информационом друштву отвара бројне могућности за креативно учествовање публике и генерисање медијског садржаја. Са друге стране, партиципативне праксе зависе од бројних фактора, те се учествовање не подразумева само по себи, као последица медијско-технолошког напретка, већ је пракса коју је потребно неговати, подстицати и за њу се адекватно припремати. Могућност да се укључимо и ангажујемо у медијској и технолошкој сфери, на интензиван и аутономан начин, видимо као позитиван аспект описаних промена. Супротно концепту о „беспомоћној публици” којом управљају медији, сматрамо да публика прихвата и користи нове могућности које нуде медији да изрази своје склоности. Ипак, ради бољег разумевања медијског контекста, који је важан за наше укупно разумевање разматраних тема, неопходно је да континуирано критички преиспитујемо и негативне трендове и изазове као што су: криза кредибилитета у медијима, недовољна транспарентност и непоштовање демократских принципа, прекомерна комерцијализација и таблоидизација, одступање од професионалних стандарда итд. Савремени човек је углавном у великој мери окружен медијима, стога можемо да кажемо да живимо у/на/ са медијима, те да у извесном смислу и на одређени начин и сами постајемо – медији. Или, како веома добро указује Далибор Петровић критички тумачећи медијски посредовано друштво и тврдећи да су онлајн платформе за друштвено умрежавање заправо финални производ медијског терора над људима: „Медији су свуда око нас. Они су нас научили да се ништа не сме пропустити сећању и неизбежном заборау ... и само оно што је приказано постаје истинито, док

све остало заувек нестаје у медијском мраку. У страху од заборава ми махнито бележимо сваки делић наших живота.”<sup>47</sup>

ЛИТЕРАТУРА:

Becker, A. et al (2013) Developing and completing a library mobile technology survey to create a user – centered mobile presence, *Library Hi Tech*, Vol. 31 Iss 4.

Beer, D. and Burrows, R. (2010) Consumption, Prosumption and Participatory Web Cultures: An Introduction, *Journal of Consumer Culture* 10: 3 SAGE, 10.

Bird, E. (2011) Are we all producers now?, *Convergence and media audience practices*, *Cultural Studies* Vol. 25, Nos.4-5.

Вујаклија, М. (1996/7) *Лексикон страних речи и израза*, Београд: Просвета.

Vuksanović, D. (2011) *Filozofija medija 2*, Београд: Ћigoja štampa.

Gir, Č. (2011) *Digitalna kultura*, Београд: Clío.

Greif, H. et al. (2011) Introduction, in: *Cultures of Participation, Media Practices, Politics and Literacy*, ed. Fortunati, L., Gebhardt, J. and Vincent, J., Ebsco Publishing: e-book Academic Collection Trial.

Jeknić, O. (2014) *Teorija interfejsa*, Београд: Centar za medije i komunikacije, Fakultet za medije i komunikacije.

Jenkins, H. et al (2009) *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21 century*, (преузето 18. 10. 2013). [https://mitpress.mit.edu/sites/default/files/titles/free\\_download/9780262513623\\_Confronting\\_the\\_Challenges.pdf](https://mitpress.mit.edu/sites/default/files/titles/free_download/9780262513623_Confronting_the_Challenges.pdf)

Kastels, K. (2014) *Moć komunikacija*, Београд: Clío.

Kelty, C. From participation to power, *The participatory cultures handbook* ed. Delwiche, A. and Henderson, J. J. (2013), New York, Routledge, part I, Kindle Edition.

Kuleto, V. *Uticaj interneta i medijska pismenost* (приступљено 27. 1. 2013).

<http://www.valentinkuleto.com/2013/01/uticaj-interneta-i-medijska-pismenost/>

Лалевић, М. (2004) *Синоними и сродне речи српскохрватског језика*, Београд: Полит.

Langlois, G. (2013) Participatory culture and the New Governance of Communication: The Paradox of Participatory media”, *Television and new Media*.

Leopoldina, F. (2011) Online Participation and the New Media, in: *Cultures of Participation, Media Practices, Politics and Literacy*, ed.

---

47 Petrović, D. (2013) *Društvenost u doba interneta*, Novi Sad: Akademska knjiga, str. 168.

---

Fortunati, L., Gebhardt, J. and Vincent, J., Ebsco Publishing: e-book Academic Collection Trial.

Liu, S. and Ziemke, J. From Cultures of Participation to the Rise of Crisis Mapping a Networked World, in: *The participatory cultures handbook*, ed. Delwiche, A. and Henderson, J. J. (2013), New York, Routledge, Chapter 19, Kindle Edition.

Manovič, L. (2015) *Jezik novih medija*, Beograd: Clio.

Martinoli, A. (2010) *Transformacija radija kao medija i radijskog auditorijuma pod uticajem novih tehnologija*, doktorska disertacija, Fakultet dramskih umetnosti, Univerzitet umetnosti.

Martinoli, A. (2013) Publika i medijski multitasking – podeljena pažnja u eri multiplatformnosti, *CM: Communication Management Quarterly: Časopis za upravljanje komuniciranjem* 28, Beograd: Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu.

Petrović, D. (2013) *Društvenost u doba interneta*, Novi Sad: Akademska knjiga.

Simon, N. *The participatory museum*, Chapter 1 (приступљено 20. 09. 2014). <http://www.participatorymuseum.org/read/>

Terkli, Š. (2011) *Sami zajedno*, Beograd: Clio.

Heather, M. et al, (2008) *Living and Learning with New Media*, 11. 8. (<http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/files/report/digitalyouth-WhitePaper.pdf> (преузето 11. 10. 2011)).

Carpentier, N. et al (2007) Theoretical frameworks for participatory media, Introduction, Tartu University Press (преузето 19. 03. 2012). [https://www.academia.edu/272174/Theoretical\\_Frameworks\\_for\\_Participatory\\_Media](https://www.academia.edu/272174/Theoretical_Frameworks_for_Participatory_Media).

Паловић, Д. (2009) *Увод у теорију медија*, Београд: Мегатренд универзитет.

Tamara Vučenović  
Metropolitan University, Faculty for Management, Belgrade

PARADIGM OF PARTICIPATIVITY IN THE  
CONTEMPORARY MEDIA CONTEXT

Abstract

This paper contemplates the paradigm of participativity in the context of contemporary media, since an analysis of the modern media and information-communication context is necessary for acquiring a more wholesome insight into new paradigms of participativity and participative praxis. The papers gives a short overview of key notions, phenomena and processes significant to the context of digital media: convergence and digitalization of the media, multitasking, media as participants in creating messages, expansion of social media. Also, the paper points to certain similarities and differences between participative practices before and after the Internet, to the influence of information-communication technologies on the media, and especially on a possibility as a unique feature of the modern media context: the possibility to use digital technologies and the media to include and engage in the media and technology sphere, in an autonomous way, lead by our own individual interests. The media which enable participation of the users and create possibilities for nurturing and development of participative culture, are donominated in this paper as participatory media. Basic notions of their key characteristics are given, of significance to the subject of this paper..

**Key words:** *paradigm of participativity, contemporary media, participative media, new media, digitalization, information-communication technologies, social media*