

Универзитет у Београду  
Факултет политичких наука  
Јове Илића 165, 11 000 Београд  
Наставно-научно веће

Наставно-научно веће Факултета политичких наука Универзитета у Београду, на седници одржаној 27. јуна 2019. године, формирало је Комисију за преглед и оцену докторске дисертације Маријане С. Матовић под називом *Разлике у медијској писмености међу генерацијама у Републици Србији*. Комисија у саставу доц. др Ана Милојевић, доценткиња Факултета политичких наука у Београду, доц. др Наташа Симеуновић Бајић, доценткиња Филозофског факултета у Нишу и проф. др Сњежана Миливојевић, редовна професорка Факултета политичких наука у Београду (менторка), након читања дисертације подноси следећи

## ИЗВЕШТАЈ О ПРЕГЛЕДУ И ОЦЕНИ ДОКТОРСKE ДИСЕРТАЦИЈЕ

### I

#### Основни подаци о кандидаткињи и дисертацији

**1. Основни подаци о кандидаткињи: биографија.** Маријана С. Матовић је рођена 1978. године у Београду, где је завршила Дванаесту београдску гимназију. Дипломирала је на Факултету политичких наука Универзитета у Београду, на смеру Новинарство и комуникологија, одбранивши дипломски рад *Медијска регулатива у Србији после 5. октобра 2000. године*. Мастер студије Комуникологије завршила је на истом факултету, одбранивши рад *Деца и медији – медијски ефекти и стратегије заштите деце од штетних медијских утицаја*. Докторске студије културе и медија је уписала академске 2010/11. године. Од школске 2008/2009. године ради као сарадница на додипломском курсу *Јавно мњење*. У звање истраживачице-сараднице изабрана је 2013. године и од тада је ангажована на пројекту *Родна равноправност и култура грађанског статуса: историјска и теоријска утемељења у Србији* (ев. бр. 47021) Министарства просвете, науке и технолошког развоја и Центра за Студије рода, Факултета политичких наука, Универзитета у Београду.

Током десетогодишњег истраживачког искуства учествовала је у бројним националним и два међународна пројекта која су се бавила истраживањем медија, публике и јавних медијских политика. Водила је национални тим за истраживање политика медијске писмености у оквиру европског пројекта *Media and Information Literacy Policies in Europe*, ANR TRANSLIT и COST Action ISO906. На позив руководиоца регионалног пројекта ЕС-UNESCO: *Building trust in media in SEE and Turkey* и националног партнера, током 2017. године је, као експерткиња, била ангажована за писање два документа за потребе

дефинисања националних политика о медијској писмености у Републици Србији: „Background document on National MIL Policy and Strategy in Serbia“ и „Position paper On MIL Policies and Strategies in Serbia“. Била је ко-уредница три зборника са регионалних научних конференција. Као ауторка и ко-ауторка је објавила неколико радова. Учествовала у научним конференцијама у земљи и иностранству.

## 2. Основни подаци о кандидаткињи: изабрана библиографија.

- Matović, Marijana, JURAITÈ, Kristina, Alfonso GUTIÉRREZ (2017) The role of non-governmental actors in media and information literacy: a comparative media systems perspective, Public Policies in Media and Information Literacy in Europe: Cross-Country Comparisons. FRAU-MEIGS, Divina (ur.), VELEZ, Irma (ur.), MICHEL, Julieta Flores (ur.), Routledge, pp. 159 – 193.
- Car, Viktorija, Matović, Marijana, Turčilo, Lejla (ur.) (2017) *Mediji, novinarstvo i ljudska prava*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, Hanns-Seidel-Stiftung, 316.774:070; 342.7:070, 978-953-8174-05-6 (Fakultet političkih znanosti u Zagrebu); 978-953-95835-9-8 (Hanns-Seidel-Stiftung).
- Viktorija Car, Lejla Turčilo, Matović, Marijana (ur.) (2016) Mediji i javni interes. Zbornik radova 6. regionalne znanstvene konferencije Verodostojnost medija „Mediji i Novinarstvo – socijalni kapital u službi javnosti“, Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, Hanns-Seidel-Stiftung, Hrvatska.
- Matović, Marijana, Jović, Nikola 2016, „Istraživanje stavova beograđanki i beograđana o odnosu vlasti prema medijima u Srbiji“ u CAR, Viktorija (ur.), MATOVIĆ, Marijana S. (ur.), TURČILO, Lejla (ur.) Mediji i javni interes - Zbornik radova sa VI regionalne znanstvene konferencije Vjerodostojnost medija „Mediji i novinarstvo – socijalni kapital u službi javnosti“. Zagreb: Fakultet političkih znanosti i Zaklada Hanns Siedel.
- Milivojević, Snježana, Matović, Marijana 2016. „Žene i muškarci u medijima: nasleđe nejednakosti“; u: Duhaček, D., Popović, D. *Nasleđe, rod, građanski status*. Centar za studije roda i politike, Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu, str. 133-150.
- Car, Viktorija, Turčilo, Lejla, Matović, Marijana (ur.) (2015), *Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije*, Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Sarajevu.
- Matović, Marijana, Milin Perković, Snežana (2015) „Srbija: potreba za jasnom strategijom razvijanja medijske pismenosti“; u: Car, Viktorija, Turčilo, Lejla, Matović, Marijana S. (ur.). *Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije*, Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Sarajevu, str. 39-57.
- Matović, Marijana (2014) „Medijske politike i medijsko obrazovanje: evropski konteskt i Srbija“; u: *Obrazovanje, rod, građanski status*. Beograd: Fakultet političkih nauka, Centar za studije roda i politike. Београд: Чигоја штампа, стр 156-170.
- Milin Perković, Snežana, Matović, Marijana (2014) „Rijaliti programi u Srbiji i „neprimeren sadržaj“, *Godišnjak*, jun 2014, Godina VIII, број 11, Falkultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu.
- Matović, Marijana (2013) „Rodna dimenzija novinarske profesije u Srbiji“, *Genero*, br. 17, str. 97-118.
- Matović, Marijana (2012) „Medijska pismenost i participativna prava dece“ u: Duhaček, Daša, Лончаревић, Катарина, *Kultura, rod, građanski status*. Beograd: Fakultet političkih nauka, Centar za studije roda i politike, str. 114-124.

- Matović, Marijana (2012) „Novinarstvo i medijska industrija u Srbiji: borba za očuvanje profesionalizma“. *CM*, ISSN 1452-7405, godina 7, br. 24, str. 133-149.
- Milivojević, Snježana, Radojković, Miroljub, Milojević, Ana, Ugrinić, Aleksandra, Krstić, Aleksandra, Matović, Marijana (2012) *Završni izveštaj Profesija na raskršću: novinarstvena pragu informacionog društva*, Beograd: Fakultet političkih nauka, Centar za medije i medijska istraživanja. Dostupno na URL: <http://centarzamedije.fpn.bg.ac.rs/content-files/Izvestaj%20Publikacija%20-%20Profesija%20na%20raskrsu%202012.pdf>.
- Milivojević, Snježana, Radojković, Miroljub, Raković, Maja, Milojević, Ana, Ugrinić, Aleksandra, Matović, Marijana (2011) *Profesija na raskršću : novinarstvo na pragu informacionog društva*. Beograd: Fakultet političkih nauka, Centar za medije i medijska istraživanja. E-publikacija je dostupna na URL: <http://www.fpn.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2011/07/Profesija-na-Raskr%C5%A1%C4%87u.pdf>.
- Matović, Marijana (2011) „Medijska pismenost i deca u novom medijskom okruženju“. *CM*, god.6, br.19, str. 53-66.
- Matović, Marijana (2010) *Medijski efekti i strategije zaštite dece od štetnih uticaja medija: master rad*, *Medijski efekti i strategije zaštite dece od štetnih uticaja medija: master rad*, Beograd: [M. Matović], 2010, 316.77-053.2(043.2).
- Matović, Marijana (2010) „Rodni stereotipi u crtanim filmovima Volta Diznija“. *CM*, godina 5, br. 15, str. 107-121.

**3. Основни подаци о дисертацији.** Веће научних области правно-економских наука Универзитета у Београду на седници одржаној 13.октобра 2015. године дало је сагласност на предлог теме докторске дисертације под називом *Разлике у медијској писмености међу генерацијама у Републици Србији (број 1050)*. Наставно-научно веће Факултета политичких наука Универзитета у Београду формирало је Комисију за преглед и оцену дисертације на седници одржаној 27.јуна 2019. године.

Докторска дисертација Маријане Матовић је у формалном и садржинском смислу урађена у складу са правилима Универзитета у Београду и Факултета политичких наука. Дисертација има укупно 331 страницу, 5 табела, 8 илустрација, 100 графикана, 3 прилога и 411 библиографских јединица, резиме на српском и енглеском језику, податке о комисији и биографију кандидаткиње. Штампана је на А4 формату, фонт је Times New Roman 12, проред 1,5 а маргине 30 мм.

Дисертација је структурисана у девет целина. Након увода, представљен је теоријско-методолошки оквир. Теоријска и истраживачка грађа изнете су у шест поглавља. Након закључних разматрања налази се списак литературе коју чине домаће и стране монографије и научни радови, релевантни извештаји и статистички подаци о медијским генерацијама, медијској писмености и коришћењу медија у дигиталном окружењу. На крају су дати и сви релевантни прилози који олакшавају праћење истраживачких резултата.

Сходно Правилнику о академској честитости Факултета политичких наука рад је прошао проверу оригиналности у програму Валтез (ValTez) о чему је менторка поднела одговарајући Извештај.

## II

### Предмет и циљ дисертације

Предмет дисертације *Разлике у медијској писмености међу генерацијама у Републици Србији* је медијска писменост припадника три генерације одраслих у Републици Србији и њена улога у подстицању грађанске онлајн партиципације.

Овако одабрани предмет истраживања смештен је на интердисциплинарном подручју у коме се укрштају комуникологија, медијске и културне студије, социологија, психологија и студије рецепције. Користећи потенцијале интердисциплинарности кандидаткиња је развила аналитички приступ који има више нивоа. На првом нивоу, припаднике медијских генерација ситуира у тзв. објективни медијски амбијент који садржи јасно омеђене временске (и просторне) оквире настанка одређених медија, који су у раду посматрани као технологија и као садржај (Silverstone, 1994; Bolin, 2017). На другом нивоу, идентификују се медији које припадници анализираних медијских генерација препознају као „медије своје генерације“, а који чине тзв. субјективни медијски амбијент. На трећем нивоу се утврђују основне одлике медијских генерација посматране кроз елементе медијске писмености. На последњем нивоу се истичу кључне разлике и основне карактеристике медијских генерација одрасле популације у Републици Србији.

Изучавање медијских корисника као припадника одређених генерација представља иновативан начин промишљања генерација и публике. Концепт „генерација“ представља посебну али вишезначну категорију у истраживањима савремене публике, како у свету, тако и у Србији. Готово сва савремена истраживања полазе (Aroldi, 2011; Ponte & Aroldi, 2013; Oepmann, 2014, Vittadini et al. 2014; Bolin, 2014, Bolin, 2017) од теорије о генерацијама коју је још 1920-тих година пришлог века поставио социолог Карл Манхајм у свом чувеном есеју „Проблеми генерација“ (Mannheim, 1952). И овај рад полази од Манхајмове теорије о генерацијама. Према овој теорији, генерације представљају друштвени конструкт и разликују се од старосних кохорти заснованих на биолошкој одредници – узрасту. Оно што одређује постојање неке генерације јесте да су њени припадници рођени у приближно истом временском периоду, да живе на приближно истом друштвено-географском простору, што значи да су искусили сличне важне историјске догађаје у свом формативном периоду живота. Ово заједничко искуство чини да се међу њима развија заједничка генерацијска свест, којом се разликују од других генерација. На основу ове теорије у студијама медија развија се претпоставка да ће припадници неке генерације, који су у својим формативним годинама имали први контакт са одређеним новим медијима, у каснијем животу задржати тај однос према свим осталим новим медијима. То значи да ће начин коришћења дигиталних медија, очекивања и облици учешћа бити слична оним које су усвојили у свом детињству, адолесценцији и раној младости.

У Србији су се готово сва досадашња истраживања углавном бавила историјским и политичким генерацијама (Куљић, 2008), генерацијама младих (Томановић, 2000; Томановић и др., 2012; Томановић и Станојевић, 2015) и изучавањем корисника (дигиталних) медија као припадника узрасних кохорти (IPSOS MediaCT, 2012; 2014; Сенић и Јосифовић, 2016; Стојић, 2017; РЗС, 2018). У овој дисертацији, кандидаткиња се послужила генерацијским оквиром који потиче из америчке школе, водећи се поделом коју су најпре обликовали Облингер и Облингер (Oblinger & Oblinger, 2005). Оне су за потребе овог истраживања прилагођене културним, медијским и генерацијским одликама дигиталних корисника у Србији. У овој дисертацији је истражена улога медија у формирању генерацијске припадности, генерацијска специфичност када је у питању коришћење данашњих медија, као и разлике међу генерацијама у складу са елементима медијске писмености.

Други централни концепт овог рада је **медијска писменост**. У време када су отворене дебате о природи „нових“ медија, њиховој улози и друштву које обликују (Castells, 2000, 20003; Manovich, 2001; Jenkins, 2006; Dahlgren, 2005, 2009; Jakubowicz 2009; Papacharissi, 2010; и др.) у академским круговима и међу доносиоцима одлука су актуелизоване и расправе о медијској писмености. Иако настао средином прошлог века, у доба експанзије телевизије, концепт медијске писмености данас пролази кроз процес редефинисања, указујући на све већи значај ових компетенција за јачање јавне критике и демократије. Кандидаткиња је медијску писменост сместила у контекст савремене „партиципативне културе“ (Jenkins et al., 2009) која негује различите облике учешћа и омогућава обликовање нових форми грађанства у дигиталном амбијенту. Имајући у виду веома живе дебате у последње време о новим облицима писмености којима се дефинишу компетенције које треба да одговоре на измењене околности, ауторка је у овом раду користила концепт *медијске писмености* као први и темељни концепт, узимајући у обзир изазове пред којима се данас налази. Сама идеја медијске писмености заједно са идејом медијског образовања је настала у доба експанзије масовних медија. Први је којим су се дефинисала неопходна знања, способности и вештине које су важне за публику да их развија како би користила медије свесно и одговорно. Овај концепт је прошао пут од протективног поимања које подразумева когнитивно оснаживање ради заштите и одупирања медијским манипулацијама до садашњег разумевања чији је циљ подстицање сарадње, размене и партиципације корисника као аутономних културних ствараоца. Концепт медијске писмености је одабран и зато што се он, у свом прилагођавању новим медијима, ослања и интегрише у себе друге облике писмености (нпр. *news literacy*, информациону, дигиталну, визуелну, и сл.) упућујући на аутономно и одговорно коришћење важних институција друштва - *медија* – и њиховог садржаја, ради подизања грађанских капацитета и подстицање јавне дискусије. Развој Веб 2.0 и друштвених мрежа, као и других облика комуникације посредством интернета, шири концепт медија и отвара ново поглавље у разумевању њихове улоге у друштву. У складу са тим трендом, медијска писменост се све више схвата као *процес* који „рефлектује континуирани развој медија и медијских техника, те стога и природу медијске и информационе писмености“ (Aroldi, Vincente Marino & Vrabec, 2017: 197), а не као статичан концепт, како је схваћан у доба експанзије масовних медија.

Будући да је о медијској писмености у Републици Србији литература још увек прилично оскудна, а да се о медијским генерацијама до сада није ни писао у нашој земљи, овај рад представља значајан допринос домаћим теоријским настојањима да се медијске промене и дигитална трансформација друштва проматрају из угла промена у компетенцијама публике.

Циљ овог истраживања је био да опише, упореди и објасни карактеристике медијске писмености различитих генерација „дигиталних имиграната“ и да укаже на који начин се, подстицањем медијске писмености, могу смањити последице дигиталног јаза (разлика у приступу, знању и партиципацији) међу њима и олакшати њихово укључивање у онлајн грађанску културу. „Дигиталне имигранте“ (Prensky, 2001) чине припадници генерација који су усвајали, прихватили и адаптирали се на дигиталне медије у различитим фазама развоја. У домаћим условима они су разврстани у три велике генерације чије су медијске навике и специфичности у коришћењу медија детаљно истражени. Класификовање и упоређивање њихових сличности и разлика је образложено кроз концепт медијске писмености и облике онлајн партиципације које су испољили њихови припадници.

Овако дефинисани циљ је омогућио да резултати истраживања допринесу разумевању вишеслојних значења медијске публике дефинисане генерацијским оквиром и генерацијским специфичностима који утичу на формирање савремених медијских потреба, доприносе дубљем разумевању околности у којима су се медијске генерације обликовале, али и медијским праксама у дигиталном амбијенту које учествују у трансферу одређених навика и ставова из формативног периода живота.

Главна истраживачка питања које је ауторка поставила у овој докторској тези је гласило: *које облике медијске писмености развијају припадници различитих генерација у процесу адаптације на нове, дигиталне медије и како они утичу на њихову партиципацију у дигиталном окружењу?* Посебно је истражено на који начин се ове генерације разликују у три елемента медијске писмености: 1) способности да приступе медијима и медијским садржајима; 2) способности да критички читају медије и медијске садржаје; и 3) способности да креирају медије и медијске садржаје; и како се те разлике испољавају у начинима на који они партиципирају у дигиталном окружењу. Да би се установила генерацијска веза између медијске писмености и различитих видова партиципације, партиципација је тестирана на основу трочланог модела који укључује коментарисање, делиберацију и мобилизацију (Livingstone, 2015). У складу са тим, остала истраживачка питања која су била постављена била су:

- 1) Како се разликује способност приступа медијима и медијским садржајима међу генерацијама?;
- 2) Како се у оквиру различитих генерација перципирају дигитални медији и отвореност новог медијског окружења за партиципацију?;
- 3) Какве облике партиципације развијају различите генерације у онлајн окружењу?

### III Хипотезе

Докторско истраживање Маријане Матовић је засновано на генералној хипотези да генерацијске разлике у медијским навикама и компетенцијама имају већи утицај на медијску писменост и облике партиципације у дигиталном окружењу него родне, социјално/економске или територијалне разлике. Иако унутар сваке генерације постоје разлике у дигиталној (онлајн) партиципацији које су обликоване родним, територијалним и социјално-економским детерминантама, као и индивидуалним карактеристикама корисника, генерацијске разлике су оне које играју важну улогу у обликовању медијских пракси, те их стога треба узимати у обзир при формирању политика медијске писмености.

Из овога је проистекао хипотетички оквир, у оквиру кога су тестиране три посебне хипотезе:

X1: (Послератна) Генерација П (1946-1964), као главни елемент медијске писмености у дигиталним медијима, развија способност приступа ради информисања. Њихова партиципација у дигиталним медијима је најчешће једносмерна и огледа се у тражењу (повлачењу) информација.

X2: Генерација Х (1965-1980), као главне елементе медијске писмености, највише развија способност приступа и критички однос према медијима, због чега су облици партиципације које она највише развија, поред информисања, коментарисање и делиберација.

X3: Миленијумска генерација (Генерација М, 1981-1995), коју можемо назвати и преддигитална генерација у Србији, најактивније користи дигиталне медије, померајући фокус са критичког потенцијала на продукционе могућности. Она, у највећој мери, развија све облике партиципације у дигиталним медијима, међу којима је и мобилизација, односно разне форме активизма и на тај начин обезбеђује оно што Петер Далгрен (Peter Dahlgren, 2006) назива „микродинамиком демократије“.

Ослањајући се на обимну и релеванту теоријску литературу кандидаткиња је поставила и спровела истраживање о формирању медијских генерација и њиховој медијској писмености у домаћем контексту, комбиновањем квалитативних и квантитативних метода. Централни истраживачки део рада подељен је у два дела. Први чини анализа три медијске генерације одраслих у Републици Србији, разматраних из различитих аспеката (кроз објективни и субјективни медијски амбијент и кроз елементе медијске писмености). Анализа медијских генерација је рађена помоћу фокус група и онлајн упитника превазилажећи недостатке и искључивости само квантитативног или само квалитативног приступа. Други део је фокусиран на разлике међу генерацијама, који уједно представљају и места где се активирају генерацијске специфичности.

Најважније одговоре на постављена истраживачка питања кандидаткиња је изложила у форми следећих закључака: Генерација П је примарно генерација традиционалних медија (телевизије и штампе), коју медији најпре асоцирају на *садржај*. У дигитални простор уноси значај норми и стандарда, има свест о одговорности за јавно изговорену реч и развија претежно ‘надзорно грађанство’. Генерација Х се показала као микс генерација (радија и онлајн медија) или прва генерација дигиталних имиграната, која медије види као *технологију*. Развија претежно ‘ликвидно грађанство’ у оквиру кога решава питања моћи и немоћи, појединца и система, вагајући између слободе говора и цене коју та слобода носи. Генерација М је права умрежена генерација, па су за њене припаднике медији (првенствено друштвене мреже), најпре *простор*. У том, технологијама омогућеном, простору они развијају разне облике ‘дигиталног грађанства’ које инсистира на идентитету и повезивању. Она не размишља о одговорности и цени за јавно изговорену реч, али је прва која пита: са ким?

Поред ових, кандидаткиња је издвојила још четири важна закључка који су проистекли из овог истраживања. Први истиче да припадници различитих генерација у Србији, развијају не само различите облике медијске писмености, него и да они зависе од њихових личних потреба и навика које су детерминисане начинима на која се претходна искуства са медијима одигравају „сада и овде“. Стога се показало врло корисним у истраживачком смислу, укључити у генерацијску анализу медијске писмености и разумевање значаја који су медији имали у периоду формирања генерацијске свести и осећања генерацијске припадности. Такође, показало се да смештање овог искуства у шири друштвени контекст у коме се одигравало, даје информације о томе зашто одређене генерације имају одређена очекивања од медија и како та очекивања адресирају у дигиталном простору. Тако, поруке које су припадници ових генерација добијали од медија (као важних агенаса социјализације) о себи током одрастања, данас се могу читати кроз њихове праксе у дигиталном окружењу.

Други закључак овог истраживања јесте да је потврђена важност два периода живота за формирање образаца (односа) према медијима: период детињства (као први) и касна адолесценција (као други) о чему су писали Пјермарко Аролди (Aroldi, 2011) и Горан Болин (Bolin, 2017). Међутим, за разлику од њихових налаза, резултати фокусгрупног истраживања у оквиру ове дисертације су показали да носталгија за одређеним периодом живота, када су у питању медији и медијски садржаји, не зависи само од тренутне позиције испитаника у личној биографији и животном току, него и од улоге коју су медији имали у обликовању друштвене трауме (ратне 1990-те године) коју, као институције јавности, нису на задовољавајућ начин никада разерешили.

Трећи закључак се односи на специфичан генерацијски однос према приватности у онлајн простору. Све генерације су, генерално, приватни (а не јавни) онлајн простор виделе као место слободног повезивања и размену у коме, према речима Папачариси, више не развијају традиционално схваћене форме грађанства, него „умрежене приватне друштвености“ (Papacharissi, 2010) и „моделитете приватног грађанства“.



Последњи, свакако не мање важан, закључак истиче методолошка решења приликом истраживања медијске писмености различитих генерација. Наиме, кандидаткиња је истакла да су квалитативне технике за прикупљање података показале веома корисним за боље разумевање три групе одговора или тема које нису лако видљиве у анкетном истраживању. Прва се односи на најважнији елемент медијске писмености – критичко читање. Друга на откривање оних аспеката копишћења медија који су повезани са мотивима, потребама и приоритетима. Последња се односи на објашњавање динамике приватног и јавног, односно улози приватног у јавном и јавног у приватном, као и, у најширем смислу схваћених, грађанских ангажмана који из те динамике настају.

## IV

### Кратак опис садржаја дисертације

Дисертација *Разлике у медијској писмености међу генерацијама у Републици Србији* има девет целина према следећем садржају:

ЗАХВАЛНИЦА .....	I
<b>Резиме</b> .....	III
<b>Abstract</b> .....	VI
Списак табела .....	IX
Списак илустрација.....	IX
Списак графикана .....	IX
<b>САДРЖАЈ:</b> .....	XII
<b>1. УВОД</b> .....	1
<b>2. ТЕОРИЈСКО-МЕТОДОЛОШКИ ОКВИР</b> .....	7
<b>2.1. Теоријске основе и главна полазишта</b> .....	7
<b>2.2. Методолошки приступ</b> .....	14
2.2.1. Дефинисање и опис предмета (проблема) истраживања.....	14
2.2.3. Циљ истраживања, истраживачко питање и хипотезе са нагласком на резултате који се очекују .....	14
2.2.4. Методе које су примењене .....	17
<b>2.3. Начин избора, величина и конструкција узорка</b> .....	22
<b>2.4. Научни и друштвени допринос</b> .....	25
<b>3. НОВО МЕДИЈСКО ОКРУЖЕЊЕ - од технолошког до културолошког поимања</b> .....	27
<b>3.1. Умрежено друштво и информационо друштво</b> .....	28
3.1.1 Технолошки аспект .....	33
3.1.2. Економски аспект .....	38
3.1.3. Професионални аспект .....	42
3.1.4. Просторни аспект .....	47
3.1.5. Културолошки аспект .....	52
<b>3.2. Приступ Френка Вебстера - од информационог друштва ка друштву знања</b> .....	61
<b>4. УЛОГА МЕДИЈА У САВРЕМЕНОМ ДРУШТВУ</b> .....	74
<b>4.1. Теорија медијатизације</b> .....	75

4.1.1. Институционални приступ медијатизацији .....	79
4.1.2. Технолошки приступ медијатизацији .....	81
4.1.3. Културолошки приступ медијатизацији .....	83
<b>4.2. Од медијске публике до корисника медија .....</b>	<b>89</b>
4.2.1. Кратак преглед теорија о медијској публици .....	90
4.2.2. Теоријски приступи у разумевању односа корисника и технологије .....	100
4.2.3. „Мали жанрови понашања“: медијске праксе и медијски репертоари .....	106
<b>5. ГЕНЕРАЦИЈЕ И ПРОМЕНЕ У НАЧИНУ КОРИШЋЕЊУ МЕДИЈА .....</b>	<b>114</b>
<b>5.1. Теорије о генерацијама .....</b>	<b>114</b>
5.1.1. Кључна полазишта у Манхајмовој теорији генерација .....	118
5.1.2. Културолошки приступ генерацијама .....	124
5.1.3. Генерације у студијама медија и публике .....	127
<b>5.2. Медијска генерација: генерације и медијатизација .....</b>	<b>132</b>
<b>5.3. Генерацијске разлике и медијске праксе .....</b>	<b>139</b>
<b>5.4. Генерацијске разлике и медијске праксе у Србији .....</b>	<b>143</b>
<b>6. МЕДИЈСКА ПИСМЕНОСТ У ДИГИТАЛНО ДОБА .....</b>	<b>149</b>
<b>6.1. Развој медијске писмености кроз јавне политике .....</b>	<b>150</b>
6.1.1. УНЕСКО: од медијског образовања до „медијске и информационе писмености“ .....	152
6.1.2. ЕВРОПСКА ПЕРСПЕКТИВА: Медијско образовање и медијска писменост .....	154
<b>6.2. Теоријски приступи и дефиниције медијске писмености .....</b>	<b>160</b>
6.2.1 Теоријски приступи медијској писмености .....	161
6.2.2. Дефинисање медијске писмености .....	163
<b>6.3. Медијска писменост у дигиталном окружењу .....</b>	<b>168</b>
6.3.1 Медијска писменост и слични концепти .....	168
6.3.2 Медијска писменост и партиципативна култура .....	178
<b>6.4. Истраживања медијске писмености .....</b>	<b>193</b>
6.4.1 Индикатори медијске писмености .....	193
6.4.2. Медијска писменост у Републици Србији – кратак опис контекста .....	196
<b>7. РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА: ОПИС МЕДИЈСКИХ ГЕНЕРАЦИЈА У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ .....</b>	<b>199</b>
<b>7.1. Генерација П (1946-1964) .....</b>	<b>201</b>
7.1.1 Објективни медијски амбијент Генерације П .....	201
7.1.2. Субјективни медијски амбијент Генерације П .....	206
7.1.3. Медијска писменост Генерације П: резултати истраживања .....	211
<b>7.2 Генерација Х (1965-1980) .....</b>	<b>235</b>
7.2.1 Објективни медијски амбијент Генерације Х .....	235
7.2.2. Субјективни медијски амбијент Генерације Х .....	240
7.2.3. Медијска писменост Генерације Х: резултати истраживања .....	244
<b>7.3. Генерација М (1981-1995) .....</b>	<b>269</b>
7.3.1. Објективни медијски амбијент Генерације М .....	269
7.3.2. Субјективни медијски амбијент Генерације М .....	276
7.3.3. Медијска писменост Генерације М: резултати истраживања .....	279
<b>8. ДИСКУСИЈА: РАЗЛИКЕ МЕЂУ ГЕНЕРАЦИЈАМА У МЕДИЈСКОЈ ПИСМЕНОСТИ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ .....</b>	<b>306</b>
<b>8.1. Разлике међу генерацијама у коришћењу медија .....</b>	<b>306</b>
<b>8.2. Разлике међу генерацијама у критичком мишљењу .....</b>	<b>318</b>

<b>8.3. Разлике међу генерацијама у креирању садржаја и партиципацији</b> .....	320
<b>8.4. Дискусија о хипотезама</b> .....	323
<b>9. ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА</b> .....	329
<b>Списак коришћене литературе</b> .....	332
<b>ПРИЛОЗИ</b> .....	361
Прилог број 1: Временски приказ развоја медија у Републици Србији .....	362
Прилог број 2: Упитник онлајн истраживања .....	363
Прилог број 3: Водич за фокус групе .....	370
<b>Биографија ауторке</b> .....	373
Изјава о ауторству .....	374
Изјава о истовестности штампане и електронске верзије докторске дисертације .....	375
Изјава о коришћењу .....	376

Након кратког увода описан је теоријско-методолошки приступ у раду. Теоријска и истраживачка грађа представљене су у шест поглавља. Након закључних разматрања дат је списак литературе и сви релевантни прилози који олакшавају праћење истраживачких резултата.

Друго поглавље (7-26 стр.) се односи на теоријски и методолошки оквир као и на одређење приступа истраживачком проблему и предмету рада. Оно садржи опис главних теоријских полазишта и концепата који се у дисертацији користе, као и објашњење методолошког приступа и инструмената који су примењени за прикупљање грађе. У овом поглављу је прецизирано главно истраживачко питање као и кључне хипотезе којима се ауторка руководила. На крају поглавља је наведен научни и друштвени допринос дисертације.

У трећем поглављу (27-73 стр.) се образлаже теорија о умреженом друштву Мануела Каstelса, која објашњава материјалне промене и даје основе за разумевање савременог дигиталног окружења. Овде се разматра и теорија о информационом друштву у оквиру које различити аутори објашњавају како се те промене рефлектују на одређене друштвене области, полазећи од исте премисе – обиља информација. На крају овог дела понуђен је један нови приступ којим се истиче важност *квалитета* информација које се шаљу и размењују захваљујући материјалној умрежености друштва, које Френк Вебстер назива – друштво знања.

Четврто поглавље (74-113 стр.) је посвећено променама које се дешавају на пољу разумевања медија и публике. У складу са циљевима овог рада, теорија медијатизације на најбољи начин показује у каквом су међуодносу савремени медији и свакодневни живот људи. У овом делу рада је приказан кратак развој теорија о медијској публици, будући да се медијска писменост првенствено базира на размевању улоге публике у савременим демократијама.

Пето поглавље (114-148 стр.) се бави генерацијама. Полазећи од теорије о генерацијама Карла Манхајма (Karl Mannheim, 1952) савремене студије публике објашњавају на који начин се Манхајмово наслеђе може користити у разумевању формирања генерацијске свести и припадности код различитих медијских генерација.

У шестом поглављу (149-198 стр.) је приказан историјски и теоријски развој концепта медијске писмености, његова веза са другим врстама писмености у дигиталном окружењу. Пошто се медијска писменост у овом раду разуме као једна од важних грађанских компетенција, овде је показана и њена веза са грађанском партиципацијом.

У седмом поглављу (199-305) су приказане три истраживане генерације у њиховом објективном и субјективном медијском амбијенту. У овом делу су приказани и резултати квантитативног истраживања, објашњени налазима који су добијени из фокус група. На крају је понуђен кратак опис, односно специфичности, сваке анализиране генерације.

Осмо поглавље (306-328) показује кључне генерацијске разлике приказане према три основна елемента медијске писмености: (1) приступу или коришћењу медија, (2) критичком мишљењу и (3) креирању медија и медијских садржаја као и облицима партиципације. У овом делу су дати одговори на истраживачко питање и постављене хипотезе.

На крају, у деветом поглављу (329-331) су изложени најважнији закључци који су произашли из истраживања и који сумирају допринос ове дисертације.

Списак котишћене литературе налази се од 332. до 360. стране, а прилози су дати од 361. до 372. стране.

## V

### Остварени резултати и научни допринос

У домаћој научној литератури нема свеобухватних радова о медијској писмености различитих медијских генерација. До сада се о генерацијама уопште писало из социолошке перспективе, док се о медијским генерацијама готово да није ни говорило, осим парцијалних разматрања о младима као дигиталној генерацији или интернет домородцима. Такође, медијска писменост је до сада истраживана претежно фокусирањем на одређену популацију (деце, наставника и родитеља) односно поређењем узрасних кохорти.

Докторска дисертација *Разлике у медијској писмености међу генерацијама у Републици Србији* настала је управо из потребе да се дефинишу медијске генерације у Републици Србији, објасне њихове специфичности сагледане у једном протоку времена - периоду највећих медијских (али и ширих друштвених промена), затим да се њихове медијске навике стечене у радном периоду детињства и адолесценције разумеју у савременим медијским праксама и на крају, не мање важно, да се њихово комплетно медијско искуство опише кроз комплексан концепт медијске писмености. Утемељена на интердисциплинарној теоријској равни и изведена врло добро постављеном

методологијом, ова дисертација даје целовит увид у значај медијских генерација за разумевање медијске писмености у контексту домаће медијске и културне сцене. Она показује да медијска писменост не може и не треба да се посматра само кроз тренутни пресек стања које нуде квантитативне методолошке апаратуре, него да је важно укључити квалитативне технике које ће пружити дубље разумевање специфичности које се односе на приоритете, навике и значења које одређене генерација развијају у вези са различитим медијима.

Кандидаткиња је своје закључке повезала са теоријским доприносима кључних аутора у релевантним областима и поткрепила их резултатима доступних, сличних и новијих, емпиријских истраживања из других средина. Научни допринос дисертације је у њеним пионирским настојањима да комбинацијом интерпретативних и квалитативних поступака анализира и детаљно објасни значај дефинисања и разликовања медијских генерација за изучавање медијске писмености. Показујући да оба формативна периода живота играју важну улогу у обликовању медијских навика, очекивања и интересовања, кандидаткиња сматра да се они могу и касније идентификовати у понашању генерација у дигиталном окружењу. То значи и да се вредности, значења и обрасци који су друштвено-историјски условљени, у својој суштини, задржавају и када се технолошка база промени, те да представљају неку врсту гравитације која значајно детерминише друштвене функције дигиталних медија.

Кандидаткиња је пажљиво одабрала три репрезентативне генерације медијске публике и поставила методолошку матрицу која је најадекватније омогућила њихову вишеслојну анализу. Интердисциплинаран теоријски оквир, прецизно уобличена генерална хипотеза са добро постављеним истраживачким питањима, добро изабрана и обимна литература указују на студиозно припремљен, научно релевантан и врло оригиналан истраживачки пројекат.

Такође, дисертација нуди анализу и систематизацију релевантних приступа проучавању новог медијског окружења, промена у коришћењу медија и навика медијске публике, медијских генерација и медијске писмености којима је постављена адекватна база за ово али и нека будућа истраживања.

## VI Закључак

Комисија констатује да кандидаткиња Маријана С. Матовић испуњава све суштинске и формалне услове за јавну одбрану докторске дисертације.

Комисија оцењује да је докторска дисертација оригинално и самостално научно дело које на теоријски утемељен начин доприноси разумевању, у домаћој академској литератури мало проучаваних, медијских генерација током југословенског и постјугословенског

периода. Избором веома релеватне теме, прецизним и добро спроведеним истраживачким поступком и свеобухватним закључцима Маријана С. Матовић је обогатила домаћа истраживања медијске публике, медијске писмености и грађанске партиципације у дигиталном медијском амбијенту. Спремност да се упусти у ово теоријски комплексно и емпиријски захтевно истраживање сведочи да је кандидаткиња интелектуално радознала и талентована истраживачица са веома добрим познавањем савремене медијске и комуниколошке проблематике.

Комисија са задовољством предлаже Наставно-научном већу Факултета политичких наука да прихвати докторску дисертацију *Разлике у медијској писмености међу генерацијама у Републици Србији* Маријане С. Матовић, као подобну за јавну одбрану и упути такав предлог надлежном телу Универзитета у Београду на даљу процедуру.

---

Проф. др Сњежана Миливојевић,  
Факултет политичких наука Универзитета у Београду

---

Доц. др Ана Милојевић,  
Факултет политичких наука Универзитета у Београду

---

Доц. др Наташа Симеуновић Бајић,  
Филозофски факултет Универзитета у Нишу

Београд, 18. јул 2019. године