



OBRAZOVNE PERSPEKTIVE NOVIH MEDIJA U KONTEKSTU WEB 2.0

Branislav Banić^{1*},
Milica Andevski²

¹Univerzitet Singidunum,
Beograd, Srbija
²Filozofski fakultet,
Novi Sad, Srbija

Rezime:

Web 2.0 svojom interaktivnom i personalizovanom komunikacijom menja utisak o masovnim, jednosmernim medijima i čini ih dvosmernim, što je glavna karakteristika nove generacije mreža označenih terminom "nove medije". Pasivni korisnik postaje aktivni učesnik u Internet komunikaciji čije navike se menjaju promenama tehnike i infrastrukture. Javni diskurs se odvija putem dvosmerne komunikacije učešćem u onlajn zajednici okupljenoj oko servisa (blogova, foruma, veb stranica). Pored ekonomske i političke, Internet revolucija, otvara pedagoška očekivanja koja se odražavaju u novoj kulturi konstruktivističkog učenja (neformalnog, individualnog, samostalno vođenog, kooperativnog i mobilnog) za koje je potrebno više od same dostupnosti tehničkih mogućnosti. Web 2.0 otvara nove mogućnosti povezivanja i prezentacije u kontekstu virtuelnih društvenih mreža (Facebook kao platforma za učenje i saradnju). Otvara mogućnost složene razmene informacija putem različitih kanala i resursa, kao i otvaranje novih potencijala u obrazovanju u smislu povećanja refleksije i fleksibilnosti. One se ogledaju u novim strategijama, strukturama i kulturama učenja o kojima će se više govoriti u ovom radu.

Ključne reči:

web 2.0, nove medije, obrazovanje, učenje, komunikacija.

1. UVOD

Web 2.0 kao novi trend u World Wide Web tehnologiji baziran je na pristupu koji korisnicima interneta omogućava aktivno sudelovanje ne samo u pretraživanju, već i u kreiranju sadržaja na mreži. Interaktivna i personalizovana komunikacija suštinski menja pojam masovnih medija, pa se u kontekstu Web 2.0 sve češće govori o *novim medijima*. Termin upućuje na novu verziju, drugu generaciju veba i na usluge koje umesto skladišta gotovih, pripremljenih informacija (jednosmeran protok informacija) podrazumevaju interaktivnu dvosmernu komunikaciju između korisnika i računara, odnosno korisnika i drugih korisnika, čime korisnik od pasivnog postaje aktivni učesnik internetske komunikacije. Hiperpovezivanje je osnova veba. Kako korisnici dodaju novi sadržaj i nove stranice, oni se ugrađuju u strukturu veba tako što ih drugi korisnici pronalaze i nadovezuju se na njih. Kao i sinapse u mozgu, s vezama koje postaju snažnije ponavljanjem, tako i mreža vezâ raste organski kao rezultat kolektivne aktivnosti svih korisnika veba [12].

Odgovorno lice:

Branislav Banić

e-pošta:

bbanic@singidunum.ac.rs



Web 2.0 se zasniva na filozofiji uzajamnog povećanja kolektivne inteligencije i dodate vrednosti za svakog ko pristupa internetu, kroz sistem dinamičkog stvaranja i deljenja informacija i znanja. Autor Tim O'Reilly definisao je Web 2.0 kao poslovnu revoluciju u kompjuterskoj industriji uzrokovanu tretiranjem mreže kao platforme i nastojanjem da se shvate pravila uspeha na toj novoj platformi [1]. Osnovne karakteristike Web 2.0 su otvorenost, sloboda i kolektivna inteligencija. Sama arhitektura Web 2.0 podstiče korisnike interneta da daju svoj prilog nekom veb sadržaju ili aplikaciji.

Debata oko Web 2.0 se može staviti u kontekst jedne šire diskusije, šta bi to trebalo da bude novo u novim medijima, i kako bi se to primereno opisalo. Poređenje sa starim, etabliranim masovnim medijima ovde ima važnu ulogu. Televizija je kao glavni tradicionalni, etablirani medij bila jednostrani oblik komunikacije bez ikakve povratne informacije, koja uspešno sprečava društvene, interaktivne veze između medijskih aktera i recipijenata. Tradicionalna masovna komunikacija oslobođena je iskušenja interakcije, teče jednostrano i sa malo povratnih informacija. Uspeh širenja komunikacije omogućen je jednostranim oblikom komunikacije, koja teče od pošiljaoca ka nepreglednom krugu heterogenih i anonimnih adresanata, koji čine raštrkanu publiku.

Za razliku od masovnih medija koji nisu interaktivni, novi mediji se zbog novih tehnoloških mogućnosti označavaju kao „interaktivni“. Time se može označiti promena od masovnog medija bez povratne informacije, ka mediju koji otvara razne mogućnosti intervencije, organizacije i povratnih informacija. Radi se o širokim mogućnostima povratne informacije i organizacije informacija za korisnike. Označavanje novih medija kao interaktivnih, usmerava analizu novih medijskih oblika komunikacije ka poređenjima sa direktnim face-to-face interakcijama [2].

Web 2.0 je difuzan pojam koji opisuje višestruki razvoj i koji se prema perspektivi posmatranja različito definiše. Prema gruboj kategorizaciji, za nastanak Web 2.0 bile su neophodne tri povezane pretpostavke: 1. izgradnja infrastrukturnih okvirnih uslova, 2. razvoj tehničkih inovacija i 3. izmenjeni oblici korišćenja interneta. Ova tri stepena razvoja se međusobno uslovljavaju i ne mogu se ni pojedinačno ni hijerarhijski interpretirati kao glavni stepeni Web 2.0, pošto jedino kompleksno zajedničko delovanje ovih faktora daje fenomenu Web 2.0 novi kvalitet.

U infrastrukturne okvirne uslove spada pre svega povećanje širokopoljnih trasa i niži troškovi pristupa

internetu. Isto tako treba navesti brže i stabilnije rukovanje internetom, izgradnju bežičnih mreža, rastuće kapacitete servera, sniženje cena softvera i hardvera i digitalni režim koji se sve više povećava.

Navike korisnika interneta su se takođe promenile stvaranjem tehničkih i infrastrukturnih uslova. Snižanjem cena povezivanja i hardvera, kao i pojednostavljenom upotrebom tehnike internet je postao za mnoge ljude sastavni deo njihovog svakodnevnog rukovanja medijima. Osnovnu inovaciju unutar Web-a 2.0 predstavlja razvoj korisnika od konzumenata do proizvođača sadržaja. Ove inovacije omogućuju kvalitativno bolje korišćenje interneta: pretraživanje, rad i organizovanje sada se razvijaju brzo, jednostavno i efikasno. Gugl-generacija odrasta, s obzirom na razvoj interneta, pod sasvim drugačijim uslovima nego što je to bio slučaj pre 20 godina. Ovde spada i promena odnosa prema učenju i obrazovanju.

Aktuelna diskusija o obilju i relevantnosti Web-a 2.0, odnosno socijalne Web primene stavlja internet u centar pažnje. Javni diskurs se odvija pre svega pomoću mogućnosti reprezentacije, koja se zasniva na participaciji i kolaboraciji i pomoću obrazovanja zajednice. Korisnici puštaju filmove na video-platforme, izjašnjavaju se u komentarima u onlajn člancima, vode svoj privatni blog ili se predstavljaju u virtuelnim socijalnim mrežama i sa ovim aktivnostima sami postaju producenti sadržaja. Sa ovom revolucijom interneta povezana su pored privrednih i političkih, isto tako i eksplicitno pedagoška očekivanja. Tako se ovaj razvitak shvata i kao prilika za obrazovanje jedne nove kulture učenja i kao dugo očekivani tehnički prevod konstruktivističkih/ didaktičkih koncepcija učenja. Neformalno, individualno i samousmereno učenje ali i kooperativno, učenje u zajednici ili mobilno učenje su izrazi koji dominiraju unutar pedagoške diskusije. Nastala euforija ipak ne sme prevideti da ovi potencijali ni u kom slučaju ne postaju realnost jedino posredstvom tehnike. Za aktivno učešće, uspešno predstavljanje i za procese učenja i obrazovanja u kontekstu Web-a 2.0 potrebno je više od pukog postojanja tehničkih mogućnosti.

2. UČENJE I OBRAZOVANJE U VREMENU NETA

Da bismo analizirali novu kulturu učenja u okruženju Web-a 2.0, najpre treba razjasniti novi pojam učenja i obrazovanja. U približavanju ovom pojmu nadovezujemo se na autore koji pod učenjem podrazumevaju „*kognitivnu strategiju*“ sa čvrstim rezultatima i iskustvima



u objašnjenju, koja se prepliće sa unutrašnjom i spoljašnjom sredinom [3]. Učenje se tako može tumačiti i kao prisvajanje novog prostora mogućnosti i opcija. Permanentni procesi učenja i promene kojima su osobe izložene uključujući njihov sopstveni koncept i identitet, ne podrazumevaju samo intencionalne procese učenja u školi, daljem obrazovanju i usavršavanju, nego učenje proizilazi i spontano iz životnih situacija. Pedagoški strukturirani procesi učenja baziraju se na temeljnim slojevima i procesima prisvajanja koji su označeni i kao dubinske strukture učenja. Drugim rečima, učimo najpre iz konteksta baziranog na svakodnevici i tek kada učenje iz svakodnevnih situacija ne može da reši problem znanja, nastupa institucionalno učenje. Četiri nove karakteristike i dimenzije učenja koje dostižu poseban značaj posredstvom mogućnosti Web 2.0 su:

1. Povećanje fleksibilnosti i refleksibilnosti
2. Ekspanzivno učenje
3. Neformalno učenje
4. Učenje tokom čitavog života.

Učenje ne predstavlja kratkoročnu stvar, nego se odigrava čitavog života. Učenje tokom života može, prema tome, u pozitivnoj perspektivi da uzme u obzir mogućnosti za povećanje emancipacije i demokratije i putem obrazovanja da doprinese poboljšanju, razvijanju i formiranju ličnosti [4].

3. FACEBOOK KAO PLATFORMA ZA UČENJE I SARADNJU U ŠKOLI

Za mnoge učenike i nastavnike, digitalna (samo) reprezentacija na socijalnoj mreži jeste ili će tek postati važnija od njihovog „offline profila”, pogotovo na *Facebook*-u. Nažalost, mnogi mladi veruju da upravljaju medijima, a uglavnom je obrnuto. Mediji kontrolišu mlade. Pored korišćenja i uticaja medija, oblast prava u medijima predstavlja veliki problem. Koje podatke, slike, gde i kako smem da objavim na svom profilu? Kako da osiguram svoju privatnost na mreži? Sve ovo su pitanja koja medijsku kompetenciju učenika dovode do njenih granica. Zato je logično da se *Facebook* kao tema obrađuje u školi. Veliki broj nastavnih planova u razvijenim zemljama sveta opisuje oblast medija kao polje zadataka od opšteg pedagoškog značaja.

Facebook uglavnom služi menadžmentu identiteta na internetu. Koliko prijatelja imam? Koliko puta sam bio u pomenutoj diskoteci? Koji snimci sa *YouTube*-a mi se dopadaju? Ovde za učenike važi osnovno pravilo: internet nikad ne zaboravlja! Dakle treba razmisliti

dobro zbog kojih fotografija i komentara se za nekoliko meseci ili godina može zažaliti, jer *Facebook* omogućava da se čitav život prikaže hronološki na društvenoj mreži.

Drugo fundamentalno pitanje jeste da li bi informacije o sebi na ovaj način ispričali i relativno nepoznatim osobama na ulici? Mnogi učenici se nemarno ophode prema ličnim podacima i načinu komunikacije na internetu. Ovde bi dobro došla nastavna jedinica na temu načina ponašanja na društvenoj mreži.

Da bismo upravljali ličnim informacijama, *Facebook* nudi nekoliko alata o kojima bi trebalo porazgovarati sa učenicima. Tako se između ostalog mogu definisati ograničene ciljne grupe sa različitim pravima. Poslednji bitan element u sigurnom korišćenju *Facebook*-a se odnosi na oblast autorskih prava. Učenicima mora biti nagovešteno šta to znači koristiti tuđu svojinu (bilo da su to fotografije, slike ili muzički spotovi), a da se ne misli na vlasnika korisničkih prava.

Facebook omogućava najkomfortabilniji način umrežavanja, interakcije, saradnje, obrade znanja i formiranja grupa. To znači da ovo sredstvo može koristiti i nastavnik. Trenutno ima mnogo nastavnika koji koriste *Facebook* da bi sa jedne strane saznali više o svojim učenicima, a sa druge strane da bi na osnovu njega izgradili klasični menadžment nastave. Tako se na primer na *Facebook*-u mogu koristiti sledeće funkcionalnosti ili primene da bi se:

1. Objavili termini (dešavanja) u školi
2. Proširila komunikacija unutar razreda (vesti, poruke)
3. Pokrenule diskusije o lektiri (poruke)
4. Povezali audio i video snimci da bi se vežbalo razumevanje stranog jezika (audio/video poruke)
5. Koristila koordinacija za efikasnije generisanje povratnih informacija (pitanja)
6. Mogu se implementirati tzv. Edu-Apps u profil na *Facebook*-u. Mali softverski programi koji su posebno koncipirani za oblast obrazovanja se zovu Educational Applications (Edu-Apps). Ovi se najviše koriste na pametnim telefonima ili tablet računarima. Mogu se postaviti i na internet stranice ili društvene mreže. Internet nudi mnoštvo programa koji pokrivaju gotovo svaku oblast učenja [2].

Onaj ko bi želeo da koristi *Facebook* kao oruđe za planiranje nastave, mora da ima na umu sledeće stvari:

1. *Facebook* se smatra kritičnim što se tiče rukovanja ličnim podacima. Zbog toga bi svaki nastavnik ili učenik trebalo da koristi nadimak koji ne bi otkrivao njegov pravi identitet.



2. Poslovni, profesionalni profil na *Facebook*-u bi trebalo da se odvoji od privatnog.
3. Za rad u nastavi treba koristiti isključivo stranicu grupe i tamo birati podešavanje sa najvišim nivoom zaštite privatnosti. Čitava komunikacija među učesnicima se odvija samo u okviru ove grupe.
4. Ako nastavnik želi da postavi materijal za nastavu, najpre mora biti siguran da poseduje sva neophodna prava, odnosno da materijal ima Creative Commons licencu ili da je po zakonu oslobođen autorskih prava.
5. U suštini bi sve informacije i materijali trebalo da služe kao dopuna učenju [2].

Škola kao institucija je oduvek bila upućena na dijalog sa javnošću: bilo sa roditeljima, obrazovnim ustanovama, društvenim institucijama, zajednicom ili predškolskom ustanovom. Roditelji se podrobno raspituju šta škola može da ponudi njihovom detetu. Uspešna škola pridobija roditelje bliskim odnosima sa javnošću. I iz ove perspektive se može koristiti *Facebook*, pošto sam po sebi ima sve alate koji su bitni za marketing i odnose sa javnošću: komunikacija se može distribuirati na primer najavama pozorišnih predstava ili sportskih utakmica. Jednom postavljene na *Facebook*, informacije se mogu munjevitom raširiti. Povratne informacije o različitim školskim aktivnostima se mogu prikupiti preko komentara (ili klikom na „Sviđa mi se“) i koristiti kao pomoć u upravljanju.

Od medijske distribucije npr. novinskih članaka o školskim projektima ili muzičkim priredbama deli nas samo jedan klik mišem. Ovo pokazuje koliko je *Facebook* moćan u oblasti društvenog marketinga. Brojne firme, institucije ili fakulteti iz tog razloga koriste društvenu mrežu kao virtuelnu marketinšku podršku [5].

4. NOVE KULTURE UČENJA

S obzirom na kvalitativne promene procesa učenja i obrazovanja trebalo bi analizirati fenomen *nove kulture učenja*. Višestruke globalne i socijalizovane ponude znanja koje su dostupne preko digitalnih, mobilnih medija vode do toga da se učenje ne može više redukovati samo na određeno vreme u toku života i okviri znanja se ne mogu više omeđiti samo lokalno ograničenim mestima. Danas se raznim načinima može pristupiti internetu, od pomoći su pre svega mobilni uređaji, počevši od laptopa, telefona, MP3-plejera itd. Time se menjaju socijalne prakse: privatna sfera i javna komunikacija međusobno deluju i sve više se prožimaju.

Kod učenja u kampusu se već sada uočavaju jasne promene u komunikaciji i ponašanju. Ako je univerzitet snabdeven bežičnim pristupom mreži a većina studenata koristi laptopove, nastupaju promene: studenti ostvaruju elektronsku komunikaciju, pretražuju na mreži prilikom obrade materijala, pretražuju pojmove na Guglu koji im nisu poznati, traže na Vikipediji pozadinu informacija ili koriste „multitasking“ itd. Pritom nastaju novi trendovi tako da se neki studenti okupljaju nezavisno od mesta da bi obrađivali određenu temu, bilo to realno ili virtuelno, da bi radili u ograničenim zonama učenja i onda se ponovo razilaze, kad dostignu cilj: istovremeno se primećuje u učenju da su informacije uvek dostupne i da se upravo preko virtuelnih oblika proširuje poimanje realnosti [6].

Tradicionalno „sedenje nad knjigom“ time gubi značaj. Učenici budućnosti su u neku ruku nomadi, uvek u seobi, da bi na najrazličitijim mestima pronašli za njih bitno znanje... Da bismo otkrili obilje informacija kao i njihovu pouzdanost i mogli da ih ocenimo, potrebne su strukture koje korisniku, shodno tome, olakšavaju navigaciju. Isto kao što je slučaj u seobama u nepoznatim područjima i ovde važi da se etablira karta zemlje koja stalno aktuelizuje nove informacije i putokaze. Staze se moraju naznačiti i ostvariti njihova prohodnost kroz korišćenje drugih pretraživača informacija i znanja [7].

Kada se ovakva praksa koristi u procesima učenja i obrazovanja, potrebni su sadržaji odgovarajućih didaktičkih priprema. U tom smislu, trebali bi ciljevi obrazovanja, dostignuća u učenju i postavke zadataka da se formulišu što je moguće jasnije, atraktivno i transparentno, da pripreme i pokrenu procese učenja i obrazovanja, da podrže samoinicijativno učenje i da se eventualne nesigurnosti redukuju na minimum [8].

Elektronsko učenje (e-učenje) takođe sve više postaje deo svakodnevice u školama i na fakultetima. Ovde treba praviti razliku između karakteristika Web 1.0 i Web 2.0 formata. „E-Learning 1.0“ označava zatvoreno okruženje za učenje kao ostrvo na internetu sa sadržajima i alatima datim na raspolaganje [9]. Nastavnik oprema ostrvo ovim sadržajima i alatima, koje učenik potom koristi. Nasuprot tome „E-Learning 2.0“ znači otvoreno, umreženo okruženje za učenje kao portal na internetu sa sadržajima i alatima koji stoje na raspolaganju. Nastavnik postavlja putokaz, a učenik oblikuje svoje lično okruženje za rad i učenje. Uzbudljivo je pitanje u kojoj meri novi mediji mogu promeniti procese učenja od rukovanja generalizovanim tekstovima raširenim preko masovnih medija u rukovanje tekstovima kojima se može individualno raspolagati i koji se mogu



individualno uobličiti. U naučnom obrazovanju sigurno postoje granice, pre svega u pogledu mogućnosti prove-re kvaliteta, relevantnosti i ozbiljnosti korišćenih izvora.

5. SAMOSOCIJALIZACIJA I UPOTREBA NOVIH MEDIJA

Internet daleko više od masovnih medija otvara pristup medijskim ponudama i može individualno da se uobliči. Ovde se otvara pitanje, kako se uče novi individualni načini ophođenja sa medijskim ponudama i da li promenjene forme medija imaju uticaja na procese medijske socijalizacije. Ako treba posmatrati i istraživati uticaje interaktivnih medija, oni bi morali biti vidljivi kroz fenomen *povećanog značaja samosocijalizacije*.

Opšti pojam samosocijalizacije se može staviti u različite kontekste dosadašnjeg istraživanja socijalizacije, ako se, kao i uvek misli na spremnost i samostalnost subjekata. Teorije socijalizacije se mogu razlikovati i po tome kako odmeravaju aspekte samosocijalizacije i socijalizacije koju vrši drugo lice. Kad postoje direktne spoljašnje mogućnosti uticaja, instrukcije i intervencije na subjektu, tada se više naglašavaju procesi socijalizacije koju vrši drugo lice. Nasuprot tome, što se više naglašavaju procesi samoorganizacije, samoregulacije i samokonstruktivnosti, to se više pojavljuju aspekti samo socijalizacije. Odnos samosocijalizacije i korišćenja medija tj. medijske kompetencije nije nov i u širokom polju istraživanja masovne komunikacije je posebno opisan i prodiskutovan. Subjekti nisu, kako razna istraživanja okrenuta recepciji pokazuju, pasivno i bespomoćno ostavljeni uticajima medija, već oni individualno i samostalno rukuju medijskim ponudama. Ophođenje sa medijima zavisi od spoljašnjeg konteksta i počiva na subjektivnim pretpostavkama. Novi naraštaji moraju u svojoj socijalizaciji prvo usvojiti kognitivne, jezičke i socijalne veštine da bi mogli rukovati medijima. Rukovanje medijima određuju socijalni uslovi i biografske situacije. Recipijenti opažaju medijske ponude u odnosu na lično relevantne teme i određene probleme. Recipijenti manje ili više svesno svoju životnu situaciju dovede u vezu sa medijskim ponudama. Upravo u oblasti masovnih medija konstruktivističke teorije socijalizacije medija vide mogućnosti za to da novi naraštaji sami ili u saradnji sa drugim osobama samostalno upravljaju procesom recepcije i rukovanjem medijima [5].

Upotreba medija u procesu samosocijalizacije znači da oni koji se socijalizuju sami upravljaju izborom medija i medijskih sadržaja, relativno autonomno odlučuju o vremenu i mestu medija i samostalno konstruišu

značenje medijskih sadržaja u procesu recepcije [10]. Ovo delimično važi i za ophođenje prema masovnim medijima, kod kojih se radi o recepciji datih sadržaja, čije se značenje samostalno razvija, ali se odnosi i na aspekt interaktivnosti novih medija, dakle individualno raspolaganje medijskim sadržajima. Mogućnosti intervencije i organizacije za korisnike povećavaju autonomiju u rukovanju medijima. Za razliku od starijih, mlađa generacija polaže veći značaj tome da sama odredi kojim medijskim ponudama, kada i u kojoj formi će se rukovati.

Da li se ovde *dugoročno* povezuju dalekosežna promena medija sa osnovnim promenama navika korišćenja, ostaje još da se vidi. I mlađi ljudi postaju stariji i moguće je da tada razmišljaju o medijima na tradicionalniji način. Osim toga: to što povećana interaktivnost novih medija stoji na raspolaganju kao potencijal, još ne znači, da se ovaj potencijal i koristi.

Gotovo fascinantne vizije obrazovnih uloga novih medija iz devedesetih godina XX veka su u međuvremenu potonule usled određenog razočarenja u njihov stvarni uticaj. I kritika dejstva tradicionalnih masovnih medija i ogromna pozitivna očekivanja od novih medija za osnovu su imala pojednostavljeno i jednostrano shvatanje dominantne važnosti forme medija. Diferenciranje i realističnije procene novih medijskih razvoja moraju imati u vidu procese kontekstualnog subjektivnog rukovanja medijima.

6. BUDUĆNOST MEDIJSKOG OBRAZOVANJA

Snažan razvoj medijskih tehnologija, široka ponuda multimedijalnih sadržaja, konvergencija ka jedinstvenim digitalnim formatima poruka, interaktivnost i familijarnost mlade generacije sa novim medijima, pretpostavke su za jednu optimističku viziju budućnosti medija i medijskog obrazovanja. Međutim, ove pretpostavke same po sebi nisu dovoljne. Digitalni medijski optimizam mora se zasnovati na novoj viziji kulture i novoj društvenosti. Upravo takav pravac razvoja nudi model *participativne kulture*. Participativna kultura je kultura u kojoj su povezani sloboda izražavanja i građanska angažovanost, kultura koja podstiče aktivizam, kreativnost, komunikaciju i razmenu ideja [11].

Forme participativne kulture podrazumevaju:

1. *Uključenost*: formalna ili neformalna pripadnost onlajn zajednicama u različitim oblastima medija kakve su na primer *Facebook* ili *MySpace*.
2. *Ekspresivnost*: produkcija novih kreativnih formi, npr. videoumetnosti.



3. *Zajedničko rešavanje problema*: timski rad u formalnim ili neformalnim grupama radi rešavanja određenih zadataka ili razvoja novih znanja, kao na primer *Wikipedia*.
4. *Cirkulacija*: protok ideja i informacija, na primer aktivno učešće na blogovima.

Sve veći broj istraživača uočava potencijalne koristi participativnih formi kulture, kakve su prilike za zajedničko učenje, odgovorniji stav prema intelektualnoj svojini, diversifikacija kulture, razvoj veština koje traži tržište znanja, ohrabrivanje građanskog aktivizma. Kroz ove aktivnosti mladih ljudi stvara se i nova forma skrivenog kurikuluma. Ima autora koji smatraju da se pomenute veštine i kompetencije mogu steći spontano, bez učešća škole i bez pedagoških intervencija. Međutim, participativna medijska kultura zahteva sistematski pristup medijskom obrazovanju iz najmanje tri razloga:

1. *Digitalni jaz*: problem nejednakog dostupa do digitalnih resursa, do veština i znanja koji treba da pripreme mlade za aktivni život u savremenom svetu.
2. *Problem transparentnosti*: izazovi sa kojima se mlada generacija suočava u naporu da kritički pristupi medijskim resursima i da razume način na koji mediji oblikuju sliku stvarnosti.
3. *Etički izazov*: nestanak tradicionalnih i pojava novih načina obrazovanja i modela socijalizacije. Kako osigurati da se mladi ljudi socijalizuju u okvirima izmenjenih društvenih pravila i moralnih normi sa kojima će se suočiti kao kreatori medija i akteri onlajn zajednica? [11]

Iz globalne pespektive može se zaključiti da škola kao institucija sporo reaguje na društvene i tehnološke promene i na obrazovne potencijale participativne kulture, te da se novi modeli medijskog delovanja i obrazovanja oblikuju van školskih zidova i unutar neformalnih komunikacionih zajednica. Participativna kultura nudi udobno, prijateljsko i atraktivno okruženje za učenje i obrazovanje. Škole se moraju otvoriti ka novoj pismenosti i medijskim kompetencijama koje mladi ljudi očekuju i zahtevaju kao preduslov uspešnog života u budućem svetu. Nova medijska kompetencija temelji se na tradicionalnoj pismenosti, tehnološkim sposobnostima i kritičkoj refleksiji medijskih sadržaja, kao i na novim veštinama i sposobnostima o kojima govori autor Jenkins:

1. *Igra*: sposobnost, motivacija i želja da se igra i eksperimentiše sa okolinom u rešavanju problema.
2. *Performans*: sposobnost da se usvoje različiti identiteti u cilju podsticanja improvizacija, otvorića, prihvatanja multikulturalnosti.

3. *Prisvajanje*: sposobnost prihvatanja, korišćenja i remiksovanja medijskih sadržaja.
4. *Multipliciranje*: sposobnost istovremenog rešavanja različitih zadataka.
5. *Distribucija*: sposobnost interakcije sa različitim tehnologijama i oruđima koja proširuje kognitivne kapacitete.
6. *Kolektivna inteligencija*: sposobnost udruživanja i timskog rešavanja zadataka.
7. *Prosudivanje*: sposobnost vrednovanja pouzdanosti i kvaliteta informacionih izvora.
8. *Transmedijska navigacija*: veština praćenja tokova priča i informacija kroz raznovrsne medijske konfiguracije.
9. *Umrežavanje*: sposobnost povezivanja, sinteze i diseminacije informacija.
10. *Posredovanje*: sposobnost kretanja kroz različite zajednice i kulture, poštovanje različitih perspektiva i vrednosti [11].

Možemo zaključiti da je interaktivnost, kao potencijal novih medija, svojstvo tehnologije, dok je participativnost ključno svojstvo nove medijske kulture. Participativni model obrazovanja i kulture može biti odgovor na izazove medijskog doba i putokaz za odgovorno, kritičko i kreativno delovanje medija u pravcu razvoja jednog mogućeg sveta istinske komunikativne racionalnosti [12].

7. ZAKLJUČAK

U radu se ekspliciraju moguće oblasti učenja za određene grupe korisnika Web 2.0 kao i dimenzije strukturalnih i kvalitativnih promena u procesima učenja. Druga strana medalje jeste da ipak znatan deo stanovništva jedva da ima udela u mogućnostima koje nude digitalni mediji [13]. Stojimo na graničnoj tački na kojoj su neki delovi stanovništva isključeni iz razvoja. To su pojedinci koji medijima ne ovladavaju kako zbog nedostatka medijskih kompetencija, tako i zbog nedovoljnog interesovanja. Ovde moramo da pazimo i na grupe pojedinaca koje ponude na netu ne mogu da koriste u obrazovnom postupku, najviše zbog svoje nesigurnosti i gubitka orijentacije. Oni ne koriste mogućnosti učenja i obrazovanja i pristupaju medijima najpre iz čiste zabave čime im se znatno redukuju životne, poslovne i obrazovne šanse. Mnoge studije koje prate korišćenje digitalnih medija govore da se ovo sreće kod znatnog dela stanovništva [14] [12]. Takav digitalni razdor reflektuje postojanje



nesigurnosti u pogledu bezbednosti na mreži, probleme sa hardverom i softverom kao i slabo izgrađene sposobnosti učenja. To ima za posledicu posećivanje samo poznatih terena na mreži, i teško se diskutuje o novim mogućnostima. Najvažnije za ove korisnika interneta je razvoj medijskih kompetencija i medijske pismenosti kako bi se ovaj razdor redukovao.

ZAHVALNOST

Rad je nastao kao rezultat istraživanja u okviru Projekta *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obra- zovne promene* (Projekat br. 47020) koji se realizuje uz finansijsku podršku Ministarstva za nauku i tehnološki razvoj Republike Srbije za period 2011-2018.

LITERATURA

- [1] O'Reilley, T. (2005) *What is Web 2.0*. Online izvor: <http://www.oreilly.net.com/ltp/a/6228>. [25.05 2008. postavljeno]
- [2] Andevski, M., Vučković, Ž. (2012) *Prologomena za kritičku pedagogiju medija*, Vršac.
- [3] Bateson, G. (1990) *Ökologie des Geistes. Antropolo- gische psychologische biologische und epistemologis- che Perspektiven*. 3.Aufl. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 362-399
- [4] Holzkamp, K. (1993) *Lernen. Subjektwissenschaftli- che Grundlegung*. Frankfurt a.M.: Campus.
- [5] Andevski, M., Kliček, T., Šćepanović, I. (2011) *Com- munication through Internet and identity develop- ment of the Young, Knowledge, Education, Media*, Novi Sad, Fakultet za menadžment, str. 1-9.
- [6] Alexander, B. (2004) *Going Nomadic: Mobile Learning in Higher Education*. Online izvor: [http:// connect.educause.edu/Library/Educause+ Review/ GoingNomadicMobileLearning/4049](http://connect.educause.edu/Library/Educause+ Review/ GoingNomadicMobileLearning/4049) [25.05 2008. postavljeno]
- [7] Neuhaus, W. (2007) *Web 2.0 und der Kampf um die Begriffe*. Berlin. Blog Mediendidaktik. Online izvor: http://www.mediendidaktik.port07.de/docs/ neuhaus_2007_04.pdf. [25.05 2008. postavljeno]
- [8] Andevski, M., Arsenijević, J., Maljković, M. (2012) *From the first "Click" To virtualy University. Pro- ceedings of EMoNT 2012*, Vrnjačka banja, Srbija, p. 77-82.
- [9] Kerres, M., Nattland, A. (2010) *Implikationen von Web 2.0 für das E-Learning*. U: Gernot, G. (Hrsg.) *Web 2.0 2.0 – Schlagwort oder Megatrend?* Düssel- dorf, München: Kopäd. S. 37-53.
- [10] Süß, D. (2004) *Mediensozialisation von Heranwach- senden. Dimensi- onen – Konstanten – Wandel*: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- [11] Jenkins, H. (2010) *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Chicago: Mac Arthur.
- [12] Arsenijević, J., Andevski, M. (2015) *Mreže medijske stvarnosti*, Vršac.
- [13] Castells, M. (2005) *die Internet – Galaxie. Internet, Wirtschaft, Gesellschaft*. Wiesbaden: VS-Verlag.
- [14] Eimeren, B. van., Frees, B. (2009) *Der internet- nutzer 2009 – multime- dial und total vernetzt?* U: *Media Perspektiven*, 7, S. 334-348.