

Оригинални научни рад

ПОВЕЗАНОСТ МЕДИЈСКЕ ПИСМЕНОСТИ И ОТПОРНОСТИ НА ПЕРСУАЗИЈУ У ДИГИТАЛНОМ ОКРУЖЕЊУ

Урош Миљковић

Универзитет Одбране, Институт за стратегијска истраживања, Београд

Анстракт. Медијска писменост се може дефинисати као способност да се приступи, анализира, евалуира и произведе медијска порука. Будући да се у данашње време од појединаца очекује не само да конзумира, већ и да креира и дистрибуира садржај на дигиталним платформама, теоријски оквир у овом раду наглашава разлику између критичког и функционалног коришћења дигиталних платформи, како у процесу конзумације, тако и прозумације (енг. prosumption) дигиталног садржаја. Стратегије отпора чини скуп бихејвиоралних, емоционалних и когнитивних, стратегија усмерених на очување психолошке стабилности у ситуацијама изложености персуазивним медијским садржајима. Основни циљ истраживања био је да се испита повезаност између медијске писмености у дигиталном окружењу и стратегија отпора према персуазивним порукама. Узорак је чинило 190 испитаника опште популације у Србији (78.9% жена; AC старости = 34,6, SD=9,02). У раду су коришћени следећи инструменти: а) скала за процену опште медијске писмености DIGLIT ($\alpha=0.71$); скала за процену способности коришћења савремених дигиталних медија New Media Literacy Scale (NMLS, 4 субскеале - функционално конзумирање ($\alpha=.87$), критичко конзумирање ($\alpha=.86$), функционално прозумирање ($\alpha=.89$) и критично прозумирање ($\alpha=.91$); скала стратегија отпора према персуазији и рекламирању Strategies to Resist Advertising scale (SRAS), субскеале избегавајуће стратегије ($\alpha=.81$), стратегије усмерене на оспоравање порука ($\alpha=.95$), стратегије пристрасног обрађивања информација ($\alpha=.91$) и стратегије само-оснаживања ($\alpha=.92$). Скала је модификована тако да узима у обзир и изворе порука (медији, политички актери, јавне личности). Резултати су показали позитивне корелације медијске писмености и стратегија оспоравања порука ($r=.43-.51$), као и само-оснаживања ($r=.38-.45$). Највеће појединачне корелације утврђене су између критичког конзумирања и стратегија оспоравања из медија ($r=.38$), те функционалног конзумирања и истих стратегија ($r=.36$). Регресиона анализа је потврдила да је критичко конзумирање значајан предиктор стратегија само-оснаживања ($\beta=.26$, $p<.005$) и пристрасне обраде информација ($\beta=.33$, $p<.001$). Ови налази указују на значај како критичког, тако и функционалног коришћења дигиталних платформи у развоју отпорности, и подржавају идеју да медијска писменост представља заштитни фактор од персуазивних медијских садржаја.

Кључне речи: медијска писменост, дигиталне платформе, стратегије отпора, психолошка отпорност, критичко конзумирање