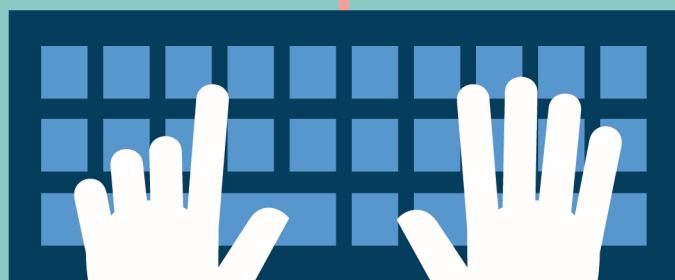


ВИСОКА ШКОЛА ЗА НОВИНАРСТВО  
И ЗА ОДНОСИ СО ЈАВНОСТА



# МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО МАКЕДОНИЈА: АЛКАТА ШТО НЕДОСТАСУВА ЗА АКТИВНО ГРАЃАНСТВО

Истражувањето е дел од проектот  
„Медиумска писменост во ера на наплив на информации: Коалиција за медиумска писменост“  
финансиран од Европската Унија



**МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО МАКЕДОНИЈА:**

**АЛКАТА ШТО НЕДОСТАСУВА**

**ЗА АКТИВНО ГРАЃАНСТВО**



Скопје, 2016 година



## МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО МАКЕДОНИЈА: АЛКАТА ШТО НЕДОСТАСУВА ЗА АКТИВНО ГРАЃАНСТВО

Издавачи: Висока школа за новинарство и за односи со јавноста  
Јуриј Гагарин 17/1-1, Скопје, Македонија  
[www.medium.edu.mk](http://www.medium.edu.mk)  
[www.vs.edu.mk](http://www.vs.edu.mk)

За издавачите: Жанета Трајкоска

Уредници: Весна Шопар, Жанета Трајкоска  
Автори: Весна Шопар, Тамара Купева и Александра Теменугова  
Лектура: Татјана Б. Ефтимоска  
Дизајн и техничка обработка: Љубен Димановски

Истражувањето „Медиумската писменост во Македонија: алката што недостасува за активно граѓанство“ е овозможено со финансиска поддршка на Европската Унија во рамки на проектот „Медиумската писменост во ера на наплив од информации: основање коалиција за медиумска писменост“ што го реализира Високата школа за новинарство и за односи јавноста во соработка со Институтот за различности во медиумите од Лондон, Велика Британија и со дневниот весник „Нова Македонија“. Наведените мислења на оваа публикација се мислења на авторите и не ги одразуваат секогаш мислењата на Европската Унија.

# СОДРЖИНА

	<b>ВОВЕД</b> .....	<b>6</b>
<b>I</b>	<b>ЗА МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ</b> .....	<b>8</b>
<b>II</b>	<b>МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО МАКЕДОНИЈА</b> .....	<b>16</b>
<b>III</b>	<b>МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО СРЕДНОТО ОБРАЗОВАНИЕ</b> .....	<b>26</b>
<b>IV</b>	<b>ГРАЃАНСКИОТ СЕКТОРИ ВО МАКЕДОНИЈА И МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ</b> .....	<b>38</b>
<b>V</b>	<b>МЕДИУМИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА И МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ</b> .....	<b>48</b>
<b>VI</b>	<b>ЗАКЛУЧОК</b> .....	<b>56</b>
<b>VII</b>	<b>ПРЕПОРАКИ</b> .....	<b>62</b>
<b>VIII</b>	<b>БИБЛИОГРАФИЈА</b> .....	<b>66</b>

# ВОВЕД

**И**стражувачкиот извештај *Медиумската писменост во Македонија: алката што недостига сува за активно граѓанство* е пионерски потфат за мапирање на состојбата со медиумската писменост во земјата, којшто се обидува да ја пополни празнината од академски и применети истражувања, создадена наспроти практиките и препораките на Европската комисија и на УНЕСКО, што се интензивираа(т) последнава деценија.

Целта на ова истражување е да се укаже на важноста на медиумската писменост, која е неопходно да ја препознаат не само граѓаните туку и институциите, за да може таа да биде инкорпорирана и унапредувана во сите сфери од општеството. Во анализата се објаснува поимот медиумска писменост, и тоа не само од традиционалната перспектива – како да се снајде граѓанинот во налетот на мноштвото информации и притоа критички да ги перцепира, туку се обработува и современото толкување на овој концепт – употреба на медиумите како предуслов за активно граѓанство.

Истражувањето се фокусира врз три сегменти: 1. Медиумската писменост во средното образование, 2. Медиумската писменост и граѓанскиот сектор во земјата, и 3. Медиумската писменост и медиумите. Ваквиот истражувачки пристап се должи на пот-

ребата да се одговори на прашањата колку и како таа се практикува во образовниот процес, колку и како медиумите ја разбираат и ја промовираат медиумската писменост и колку и како граѓанските организации го препознаваат концептот на медиумска писменост како предуслов за едукација и за поттикнување на граѓанското учество. Во извештајот се дава анализа на нормативно-правното регулирање на медиумската писменост во земјата, пред сè низ призмата на Директивата за аудио и аудиовизуелни услуги на Европската комисија и на домашниот Закон за аудио и аудиовизуелни услуги.

Наодите од ова истражување ќе помогнат во утврдување на целите на претстојното вмрежување на граѓанските организации и медиумите, коешто ќе делува како *Коалиција за медиумска писменост* и ќе реализира различни иницијативи базирани врз основните принципи во оваа сфера: пристап, анализа, евалуација на медиумски содржини, но и креирање јасни, видливи и моќни информации од самиот граѓанин преку кои ќе умее да предизвика промена во општеството.

Истражувањето се реализира во рамките на проектот **„Медиумска писменост во ера на наплив од информации: основање коалиција за медиумска и информациска писменост“**, којшто го финансира Европската Унија

I.

ЗА МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ



## ПОТЕКЛОТО И РАЗВОЈОТ НА ИДЕЈАТА ЗА МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ

**Н**астојувањето временски да се „лоцира“ појавата на медиумската писменост во теоријата и во практиката најнапред упатува на концептот „писменост“ којшто до скоро значеше да се биде способен да се разбере и да се употреби јазикот, односно да се поседува вештина за интерпретација на знаци (букви), кои, кога ќе се состават, формираат зборови што пренесуваат значење. „Долго време печатените зборови беа доминантен медиум и сè уште се тоа. Но, иако знаењето да се чита и пишува сè уште има суштинско значење, тоа денес не е доволно во светот во којшто сликите и аудиовизуелните медиуми – телевизијата, киното, информатичката технологија или интернетот – сè повеќе стануваат доминантен медиум“ (Goodman 2003:4). Не е доволно само традиционалната „лингвистичка писменост“, туку е потребна и „електронска писменост“, односно нивен сублимат во „медиумска писменост“.

На тоа први, визионерски, ќе укажат културните критичари Маршал Меклуан (Marshall McLuhan) и Џон Калкин (John Culkin). Истражувајќи го влијанието на масовните медиуми во општеството (пред сè, на радиото и телевизијата), тие ќе ја истакнат нужноста од соодветно медиумско образование во Америка, односно потребата за учење за медиумите наместо *преку* медиумите. Калкин во 1964 година ќе напише дека „постигнувањето (медиумска) писменост значи повеќе од обично предупредување на последиците од масовните медиуми, ... повеќе отколку само добра волја, тоа бара разбирање... што е задача на училиштето“.<sup>1</sup> Во 1972 година, како резултат на научните сознанија за големата поврзаност помеѓу насилството на телевизијата и асоцијалното однесување, медиумската писменост како политика добива клучно значење. Оттогаш концептот, освен во Америка, се проширува и во Канада, во Европа и во Австралија.

Во исто време, и УНЕСКО во '60-те години од минатиот век ќе ја поддржи идејата за медиумска писменост, а во 1976 година ќе

изработи модел за медиумско образование. Посебно значење има донесувањето на Декларацијата за медиумско образование во 1982 година (потпишана од 19 земји), чијашто содржина пресудно ќе влијае за „влез и развој“ на медиумската писменост во образовниот систем во многу држави, кое младите ќе ги подготви за одговорни граѓани и ќе ја зголеми критичната свест кај медиумските корисници. Потоа следат бројни конференции на кои се нагласува како концептот на медиумската писменост којшто опфаќа знаење за структурата, економијата и функциите на системот на масовните медиуми во општеството и аналитички вештини за читање на естетската и идеолошката содржина на масовните медиуми, така и концептот на медиумското образование како „дел од темелното право на секој граѓанин во секоја земја на светот на слобода на изразувањето и право на информации и претставува инструмент за изградба и одржување на демократијата“.<sup>2</sup> Но веќе од 2006 година, пред сè, како резултат на динамичниот и забрзан развој на комуникациските технологии и медиумското опкружување, концептот за медиумска писменост УНЕСКО го надополнува со информатичка писменост. Сепак, непроменета останува основната идеја – комуникациските права кои потекнуваат од основните човекови права загарантирани со Повелбата на Обединетите нации за човекови права (1945) и Европската конвенција за заштита на човековите права и темелни слободи (1950), како и Конвенцијата на ОН за правата на детето (1989).

Европската Унија, во рамките на своите институции (особено Европскиот парламент, Советот на Европа и Европската комисија) активно ги следи овие процеси, организира бројни конференции и има донесено стратешки документи (директиви, резолуции и препораки) кои директно или индиректно се однесуваат на медиумската писменост (за силата на визуелните слики, за медиумите и демократската култура, за медиумското воспитување, за дигиталниот јаз). Сепак, како клучен чекор во „промоција“ на медиумската писменост се смета Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги (2007),<sup>3</sup> еден од централните инструменти на европската медиумска политика. Во неа експлицитно се дефинира медиум-

1. Види повеќе во: <http://medialit.net/reading-room/john-culkin-sj-man-who-invented-media-literacy-1928-1993>

2. Види повеќе: <http://www.nordicom.gu.se/en/clearinghouse/recommendations-addressed-unesco-media-education>

3. Конвенцијата за прекугранична телевизија, согласно времето кога е донесена (1989 година) е одраз на поимањето на медиумската писменост, односно едукацијата како средство за заштита од непримерени содржини за децата, забрана за емитување на порнографски содржини и сл.

ската писменост како „вештина, знаење и разбирање која на конзументите им овозможува ефикасно и безбедно да ги користат медиумите“, а медиумски писмените граѓани како поединци кои се во состојба да „направат избор врз основа на информациите, да ја разберат природата на содржината и услугите и да го искористат целиот спектар на можности што им ги нудат новите комуникациски технологии“.<sup>4</sup>

Веднаш потоа следи Соопштението – Европскиот пристап кон медиумската писменост во дигиталното опкружување, со детална разработка на сите нејзини аспекти (дефинирање, медиумската писменост за комерцијалното комуницирање, за аудиовизуелната работа, за онлајн). Во 2009 година, Европската комисија ќе издаде Препорака за медиумска писменост нагласувајќи ја улогата на државите (членки) во соработката со регулаторните тела за аудио и аудиовизуелни комуникациски услуги и медиумската индустрија во унапредување на медиумската писменост во општеството. Следните неколку години фокусот е врз настојувањето медиумската писменост да се поврзе со образованието, односно таа да стане задолжителен дел од наставните планови и програми. Притоа, мошне активна улога во сите овие активности има и академската и научната јавност преку мултидисциплинарен истражувачки пристап во проучување на феноменот на медиумската писменост. Спроведени се бројни истражувања за способноста на поединците (децата, младите, возрасните, маргинализираните) за пристап, анализа и евалуација на медиумските содржини, на нивните општи информатички вештини и вештини за дигитална писменост во општествен, културен и политички контекст.<sup>5</sup>

### ШТО Е МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ?

Иако станува збор за релативно „нова“ општествена категорија, теоријата и практиката изобилуваат со бројни дефиниции за медиумската писменост. Според едни теоретичари, тоа е „нешто што луѓето примарно го прават, активност која се наоѓа во просторот помеѓу мислата и текстот“ (Barton and Hamilton, 1998). Според други, тоа е „способност да се создаваат индивидуални значења од визуелните и вербалните симбо-

ли кои секојдневно се преземаат од телевизијата, рекламите, филмот, дигиталните медиуми“ (Adams and Hamm 2001). Според трети, тоа е „способност за пристап, анализа, евалуација и комуникација на пораките во различна форма“ (Hobbs, 2001),<sup>6</sup> и вклучува „стекнување вештини и знаења потребни за читање, интерпретација и создавање текстови, артефакти и интелектуално орудије како и можност за целосна participација во културата и општеството“ (Kellner and Share 2005).<sup>7</sup> Несомнено, медиумската писменост не е едноставно користење на медиумите и познавање на фактите и статистичките податоци за нив, туку поставување на вистинските прашања за она што се гледа, се слуша или се чита. Најголемиот број медиумски неписмени луѓе им се препуштаат на медиумите и дозволуваат тие да ги „програмираат“ нивните навики во користењето на медиумите. На тој начин „влијаат врз нивните очекувања во поглед на меѓучовечките односи, успешноста, славата, здравјето, случувањата кои заслужуваат медиумско внимание, проблемите и решенијата за нив“ (Poter, 2011:16).

Сепак, една од можеби најпознатите и денес најцитирана дефиниција за медиумската писменост (во најголем број студии, прирачници...) е онаа којашто произлезе од Конференцијата за медиумска писменост организирана од Институтот Аспен во Вашингтон во 1992 година, каде што, според теоретичарите, е „роден“ концептот на медиумската писменост како нова гранка на општествените науки. Според дефиницијата, медиумската писменост е *способност за истражување, анализа, евалуација и комуницирање на информации во сите нивни форми* (Aufderheide, 1993:6). Притоа, медиумски писмен човек е секој којшто може да декодира, да анализира, да оцени и да продуцира како печатени, така и електронски медиуми.

Станува збор за четири компоненти кои заедно ги сочинуваат вештините на пристап до медиумската писменост. Секоја компонента ги поддржува другите како дел од нелинеарен, динамичен процес на учење: пристапот вклучува не само физички пристап до медиумите, туку и вештини и компетенции потребни за постојано ажурирање, надградување на користењето на различни медиуми и медиумски апликации. Способноста за

4. Види повеќе во: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=celex%3A32007L0065>

5. Види повеќе во прегледот на истражувањата на медиумската писменост во Европа што го прави Работно тело за медиумска писменост на COST Action, “Transforming Audiences, Transforming Societies”, ISO906. Достапно на: <http://www.cost.eu>

6. Види повеќе во: <http://mysite.dlsu.edu.ph/faculty/marianog/publish/potter.pdf>

7. Види повеќе во: <http://web.mit.edu/schock/www/docs/towardscritmedlit.pdf>

анализа вклучува разбирање на медиумските категории, на јазикот, сликите, технологиите, претставите и публиката на медиумите, а евалуацијата – критички вештини за читање и разбирање, како и критичко оценување на информациите и комуникациите преку печатените, графичките, аудио и аудиовизуелните форми. Способноста за комуницирање на информациите (содржините) вклучува потреба од создавање и производство на симболични текстови за различни медиуми со користење различни технологии, со што се отвораат вратите за нови начини на употреба на медиумите и за проширување на пристапот до нив.<sup>8</sup>

Во истата насока е и дефиницијата на Европската повелба за медиумска писменост надградена со широк спектар од когнитивни и практични вештини за медиумската писменост. Според Повелбата, медиумски писмените граѓани треба да бидат способни „ефикасно да ги користат медиумските технологии за пристап, преземање, чување и споделување на содржините за да ги задоволат своите индивидуални и општествени потреби и интереси, да имаат пристап и да направат избор од широкиот спектар на медиумски форми и содржини од различни културни и институционални извори, да разберат како и зошто медиумските содржини се произведени, критички да ги анализираат техниките, јазикот и конвенциите на користење од медиумите како и пораките што ги пренесуваат, креативно да ги користат медиумите за да се изразат и да комуницираат идеи, информации и мислења, да ги идентификуваат и да ги избегнуваат медиумските содржини и услуги кои можат да бидат несакани, непријатни или штетни, ефикасно да ги користат медиумите во остварувањето на своите демократски права и граѓански обврски.<sup>9</sup>

Ни денес теоријата и емпиријата не „оперираат“ со една единствена дефиниција за медиумската писменост. Сепак, постои консензус за нејзините главни компоненти, „автономно и критичко толкување на протоколот, суштината, вредностите и последиците од медиумите во сите нивни форми“<sup>10</sup>, во новото комуникациско опкружување – дигитално, глобално, мултимедијално – на информатичкото општество. Таа не е изолирана вештина, туку вештина која ги вклучува и другите форми на писменост – лингвистичката (читање и пишување), аудиовизуелната

(често наречена визуелна писменост) и дигиталната или информатичката писменост. И денес концептот на медиумска писменост не е конечно закоружена и „затворена“ целина, туку постојано се развива и се надградува, паралелно со развојот и пенетрацијата на новите медиуми и платформи за комуникација. Тоа е поле за нови можности и иновации.

### ШТО НЕ Е МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ?

Медиумската писменост може да се дефинира и во однос на тоа што не е таа. Факт е дека денес живееме во глобален свет и опкружување кои е невозможно да се разберат преку непосредно искуство. Односно, сите наши сознанија, помалку или повеќе, се посредувани, а најчести посредници се токму медиумите (печатот, радиото, телевизијата, интернет порталите, социјалните мрежи...). Затоа, истите тие медиуми не треба однапред да се негираат или да се отфрлаат, ниту еднострано, „слепо“ да се восприеаат или да се глорификуваат. Избегнувањето на медиумите како заштита од нивните содржини не е медиумска писменост. Напротив, тие треба критички да се опсервираат, да се разберат правилата според кои функционираат, но и манипулативните стратегии со кои се служат. Медиумската писменост не значи „да не се гледа, да не се слуша, да не се чита“, туку „внимателно да се гледа, да се слуша, да се чита“ и критички да се размислува. Медиумската писменост не е таа што ќе нè натера да ги „купиме“ сите информации – тоа е невозможно, туку ќе помогне да станеме свесни за своите одлуки и причините врз основа на кои сме ги донеле.

Во истиот контекст, предводницитена медиумската писменост во Америка, Теса Џонс и Елизабет Томан (Tessa Jones, Elizabeth Tomam, 2014:5), истакнувајќи што не е медиумска писменост истовремено децидно образложуваат што опфаќа медиумската писменост. Најнапред, таа не е *демонизирање на медиумите*, ниту еднострано и неаргументирано негирање на квалитетот на медиумските содржини (критизерство), туку критички однос кон нив. Тоа не значи задолжително позитивен став кон медиумите, туку нивно постојано преиспитување. Исто така,

8. Види повеќе во: <http://eprints.lse.ac.uk/1017/1/MEDIALITERACY.pdf>

9. Повелбата е инспирирана од Британскиот совет за филм и Британскиот филмски институт. Види повеќе: [http://www.medienpaed-kassel.de/texte/European-Charter-for-Media-Literacy\\_20Feb07\\_redux-for-pdf-website.pdf](http://www.medienpaed-kassel.de/texte/European-Charter-for-Media-Literacy_20Feb07_redux-for-pdf-website.pdf)

10. Види повеќе во: [http://ec.europa.eu/culture/library/studies/literacy-criteria-report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/studies/literacy-criteria-report_en.pdf)

медиумската писменост не е *игнорирање*, туку внимателно посматрање на медиумите, бидејќи влијанието на медиумите не е последица само на нивното големото присуство во современиот живот, туку е резултат и на посебните начини на креирање, плазирање, на сложеноста и функциите на медиумските пораки. Игнорирањето не обезбедува заштита од медиумското влијание. Заштита може да ни обезбеди само развојот на аналитички вештини кои ќе помогнат за подобро и продлабочено разбирање на медиумите и медиумските содржини. Медиумската писменост не е ниту *само производство на медиумски пораки*, туку својот полн потенцијал го остварува дури со разбирање на слоевите од кои се состои кој било медиумски текст и со оспособување за сопствено креирање медиумски содржини. Медиумите можат да се користат на различни начини, но нивната специфична природа може да се разбере дури откако ќе се истражи нивното место во современата култура, нивниот посебен јазик и начинот на репрезентација на стварноста. Медиумската писменост не е ни само *медиумска продукция*, иако вклучува производство на медиумите, тоа не е само помош на видеото, ЦД-РОМ-от или друг материјал со посредство на медиумите. Таа вклучува учење за медиумите. Притоа, благодарение на новите технологии, не само што сме корисници на медиумите, туку и креатори на медиумските содржини. Нашите статуси, твитови, блогови... сето тоа се медиумски содржини кои остваруваат одредено влијание за кое мора да бидеме свесни. Конечно, медиумската писменост не е *еднострано посматрање и толкување на медиумските пораки*, ниту едноставна потрага по политичка агенда, стереотипи или погрешни интерпретации – потребна е мултиперспективност, бидејќи во речиси секој текст можат да се најдат бројни нијанси и различни значења. Тоа вклучува испитување на медиумите од повеќе позиции или перспективи.

Исто така, медиумската писменост не е пасивен однос кон медиумите, туку одговор на комерцијализацијата на културата и технолошкиот напредок што ја менува самата суштина на поимот медиуми. Од една страна, соочени сме со вистинска „експлозија“ на информации и медиумски содржини, а од друга, јакне монополот во медиумската индустрија, доминацијата на големите медиумски корпорации и влијанието на еко-

номските фактори врз медиумските содржини. Токму медиумската писменост не учи како да не бидеме „хипнотизирани купувачи“ на сите пораки (од информативен, забавен, едукативен, научен, рекреативен карактер), туку личности кои активно, критички го поимаат светот околу себе. Конечно, медиумската писменост не е само вештина човек рационално да се снајде во шумата од информации и да препознае која од нив е вистинита, потполна и непристрасна, туку и да ја осознае и нејзината емоционална, естетска и морална димензија, на тој начин градејќи критички суд за настаните, појавите, случувањата, процесите во општеството.

### ЗОШТО Е ЗНАЧАЈНА МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ

УНЕСКО, уште во воведот на Декларацијата за медиумско образование од 1982 година, јасно ќе го нагласи значењето на медиумската писменост во образовниот процес:

*Живееме во свет во којшто медиумите се сејрисујќи: се поголем број на луѓе поминуваат многу време во гледање телевизija, читање весници и сисанија и слушање радио. Во некои земји, на пример, децата поминуваат повеќе време во гледање телевизija отколку на училиште. Наместо да се осудат или да се потврди несомнената моќ на медиумите, треба да се прифати нивното значајно влијание и интеграција во својот како утврден факт, како и да се цени нивната важност како елемент на културата во денешниот свет. Не треба да се потценува улогата на комуникацијата и медиумите во процесот на развој, ниту пак функцијата на медиумите како инструменти за активно учество на граѓаните во општеството. Политичките и образовните системи мораат да ги препознаат своите обврски за промоција на граѓанско критичко разбирање на феноменот на комуникацијата.<sup>11</sup>*

Денес сè побројни се аргументите за значењето на медиумската писменост. Најнапред, точно е дека медиумската писменост директно е поврзана со огромната бројка разновидни медиуми и медиумски содржини, но клучна е улогата на информациите во развојот на демократијата, културната партиципација и активното граѓанство во општеството.<sup>12</sup> Исто така, сите како граѓани

11. Види повеќе во: [http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA\\_E.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF)

12. Види повеќе во: <http://abk.szies.hu/files/docs/ikt/mcs.pdf>

и општества се соочуваме со висока стапка на медиумска потрошувачка и заситеност од најразлични медиумски пораки. Затоа, треба да научиме како „безбедно да се движиме низ морето на слики и пораки од телевизијата, радиото, весниците, списанијата, поп музиката, интернетот, видеоигрите, билбордите, па дури и маиците.“<sup>13</sup> Во исто време, медиумите влијаат врз формирањето на нашите перцепции, верувања и ставови. Иако истражувачите не се согласни во однос на степенот и видот на влијание, несомнено е дека медиумите имаат значајно влијание врз начинот на којшто го разбираме, го толкуваме и дејствуваме во реалниот свет. Токму медиумската писменост ни помага да го разбереме и да се дистанцираме од таквото влијание на медиумите. Од друга страна, со пробивот на новите технологии, сè повеќе се зголемува важноста на визуелната комуникација. Нашиот живот речиси целосно е исполнет со визуелни слики – од корпоративните логоа до големите билборди, интернетот и веб сајтовите. Живееме во мултимедијален свет и треба да научиме како да ја „читаме“ повеќеслојноста на тие слики како неопходен додаток на традиционалната лингвистичка писменост. Конечно, значењето на информациите во општеството упатува на потребата од доживотно учење. Односно, токму растот на глобалната медиумска индустрија бара да се разбере од каде доаѓаат различните информации, на чии интереси им служат и како да се најдат алтернативни стојалишта.

Всушност, медиумската писменост е инструмент за заштита на граѓаните, а особено на младите, инструмент за нивна едукација, но и инструмент за активно учество во медиумската сфера. Таа на младите (преку медиумското образование) им „обезбедува“ развивање комуникациски способности, знаења и вештини за безбедно користење на медиумите, но и за критичко разбирање на медиумските содржини. Граѓаните како медиумски конзументи, пак, преку медиумската писменост стекнуваат знаења за опкружувањето (политичко, економско, законско, технолошко) во кое функционираат медиумите, како и за природата на медиумските содржини, врз основа на што ќе донесат одлука што и колку ќе конзумираат. Медиумската писменост ги едуцира граѓаните, особено младите, да го премостат дигиталниот јаз, односно знае за можностите за пристап до глобалните комуникациски мрежи. Таа,

исто така, придонесува за ублажување на нееднаквоста преку обезбедување еднаков развој на инфраструктурата на електронските комуникациски мрежи, едукација на маргинализираните општествени групи (лицата со ниски примања, постарите, лицата со инвалидитет...), како и нивно поттикнување за креирање на медиумски содржини.

Конечно, медиумската писменост е посебно значајна како предуслов за граѓанската партиципација. Имено, нужен предуслов за секој демократски процес е добро информиран и активен граѓанин, а не пасивен восприемач на медиумските пораки. За тоа е потребно оспособување на граѓаните за критичко разбирање на медиумските содржини и јакнење на интеракцијата на луѓето во јавниот живот преку медиумите. Односно, „...стекнување вештини за учество во општествениот и политичкиот живот, кои овозможуваат целосно граѓанство, ... свест и разбирање на ресурсите, процесите и системите во кои се движат медиумите за да придонесат за вистинско разбирање на прашањата со кои се соочува општеството.“ (Celot, 2012:80)

### МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО 21. ВЕК

Денес светот живее во мултимедијална средина во која повеќето информации се посредуваат како богата и сложена комбинација на зборови, слики и звуци. Луѓето треба да бидат способни да ги декодираат визуелните слики и симболи (визуелна писменост) и да препознаат дека медиумските пораки се конструкции во одреден општествен контекст (критичка и медиумска писменост). Исто така, треба да знаат како одговорно да ги користат комуникациските технологии (технолошка писменост) и мудро да ги восприемаат средствата за јавно информирање (медиумска писменост). Односно, за целосна писменост во комуникациско-технологизираниот свет, нужен е широк спектар од активности и вештини, активно вклучување во тие процеси на сите субјекти во општеството, знаење и перманентно учење.

Во тој контекст, а како одговор на предизвиците на информатичкото општество, концептот на медиумската писменост ќе претрпи динамични и развојни промени. Имено, првичната дефиниција за медиумската писменост на Институтот за медиумска писменост Аспен како „способноста“ за пристап,

13. Види повеќе во: [http://www.medialit.org/sites/default/files/mlk/01\\_MLKorientation.pdf](http://www.medialit.org/sites/default/files/mlk/01_MLKorientation.pdf)

анализа, оценување и комуницирање на информациите во сите нивни форми, се дополнува и се допрецизира и како „активност“ и пристап до образованието. Притоа, станува збор за две клучни тенденции и промена на перспективата. Од една страна, се поместува тежиштето од заштитата на медиумските конзументи, кон нивен активен однос и учество во комуникацијата. Односно, фокусот на заштитата, којшто се карактеризира со сомнеж и недоверба во медиумите, се пренасочува кон промоција и искористување на предностите и придобивките на новите медиуми. Од друга страна, се поместува и тежиштето од традиционалните медиуми (печатот, радиото, телевизијата) кон информациско-комуникациските технологии и дигиталните медиуми. Во европски контекст се идентификува уште еден тренд, промена на перспективата од образовниот кон цивилниот сектор. Но, сите овие трендови меѓусебно не се исклучуваат во политиката и практиката на медиумската писменост, туку напротив, елементите на секоја „патека“ се комбинираат: заштитата и промовирањето, образованието и граѓанското учество.<sup>14</sup>

Од друга страна, иако уште од 1982 година, во Декларацијата за медиумско образование, УНЕСКО посебно го нагласува значењето на медиумската писменост во образовниот процес и повикува да им се помогне на децата за критички да се соочат со медиумите (тогаш печатот, радиото и телевизијата), таа и денес во 21. век е „modus operandi“ на образованието. Таа обезбедува рамка за пристап, анализа, оценување и креирање пораки во различни форми и гради разбирање на улогата на медиумите во општеството, како и клучни вештини за истражување и самоизразување потребни за граѓаните на демократијата.<sup>15</sup> Во истиот контекст, и Алијансата за медиумски писмена Америка (AMLA – Alliance for a Media Literate America) потенцира дека медиумската писменост е „развој на вештини за поттикнување на поединците да бидат и критички мислители и креативни произведувачи на широк спектар пораки со користење на сликите, јазикот и звукот“, односно не може да се зборува за медиумска писменост без да се мисли на нејзината образовна компонента.<sup>16</sup> Според Џејмс Потер (Potter, 2011), едно од централните упоришта на медиумската писменост е расположливото знаење, за што е неопход-

но проучување на медиумите од социолошки, филозофски, антрополошки, културен и психолошки аспект.

## ЗА ИСТРАЖУВАЊЕТО ЗА МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ

Концептот на медиумска писменост во Република Македонија има повеќе од скромна традиција, недоволно ресурси (кадровски, технички, технолошки...) и занемарлива примена во практиката. Истражувачките сознанија се ретки и инцидентни и не ги следат европските трендови. Токму затоа, истражувањето *Медиумската писменост во Македонија: алката што недостасува за активно граѓанство* има за цел да се развие свеста кај публиката за влијанието на медиумските содржини, но и да ги поттикне граѓаните да се стекнат со знаења и вештини за критичка перцепција на информациите и употреба на медиумите како предуслов за активно граѓанство. Неговата реализација опфаќа два последователни чекори. Првиот чекор е утврдување на актуелната состојба во практикувањето на медиумската писменост во три клучни сфери во Република Македонија: образованието, медиумите и граѓанските организации. Односно, целта е да се одговори на прашањата колку и како медиумите ја промовираат медиумската писменост, колку и како таа се практикува во образовниот процес, како и колку граѓанските организации го препознаваат концептот на медиумска писменост како предуслов за едукација и поттикнување активна партиципација на своите целни групи. Вториот чекор е поврзување на граѓанските организации и медиумите во заеднички партнерства за креирање медиумски содржини што третираат теми од интерес на граѓаните.

Методолошки, истражувањето е реализирано со примена на три методи-техники: анализа на содржина, интервју и фокусни групи. Анализата на содржината е спроведена со комбиниран квантитативно-квалитативен метод. Предмет на анализата беа како меѓународни така и домашни документи, односно закони, декларации, резолуции и препораки во кои квалитативно (содржински) се елаборирани медиумската писменост, медиумската едукација, медиумската и комуникациската политика, аудио и аудиовизуелните медиумски услуги.

14. Види повеќе: [http://ec.europa.eu/culture/library/studies/literacy-trends-report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/studies/literacy-trends-report_en.pdf)

15. Види повеќе: [http://www.medialit.org/sites/default/files/mlk/01\\_MLkorientation.pdf](http://www.medialit.org/sites/default/files/mlk/01_MLkorientation.pdf)

16. Види: Alliance for a Media Literate America: Founding Declaration <http://www.medialit.org/reading-room/alliance-media-literate-america-founding-declaration>

Интервјуто истражувачки е фокусирано врз неколку клучни аспекти: состојбите на информациско-комуникациската технологија во Македонија (активности, стандарди, регулатива, визии), едукацијата, компјутерирањето (програми, стручно знаење, обуки), стратегијата за развој на новите информациско-комуникациски технологии. Станува збор за длабинско интервју операционализирано во неколку тематски блокови и дизајнирано со отворени прашања, преку кои испитаниците го развиваат системот на вредности и мислења за конкретната проблематика. Во истражувањето беа реализирани две групи интервјуа. Првата – десет (10) интервјуа со граѓанските организации, односно со раководителите на невладините организации кои исклучиво се занимаваат со подобрување на медиумската писменост или покриваат одредени аспекти на медиумската писменост и неформално медиумско образование. Прашањата беа фокусирани врз односот на организацијата со медиумите и граѓаните, нивната комуникација со медиумите, каналите што ги користат за комуникација со целните групи, проблемите во комуникацијата со медиумите, проблемите при креирањето на информациите за медиумска презентација, користењето на новите медиуми за комуникација со граѓаните. Втората – седум (7) интервјуа со државните службеници, односно со министрите, директорите, раководителите на сектори во клучни институции директно поврзани со прашањето за медиумската писменост (Министерството за образование и наука, Министерството за информатичко општество и администрација, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, Бирото за развој на образованието, Дирекцијата за заштита на лични податоци и сл.). Прашањата беа фокусирани врз стратегијата, визијата за целосна имплементација на медиумската писменост во образовниот систем, значењето на медиумската писменост во медиумската продукција, компетенциите на медиумската писменост (комуникациските вештини, критичката анализа, прибирањето и анализата на податоци, користењето на социјалните мрежи), општественото разбирање на медиумската писменост.

Фокусните групи се реализирани како дискусија, аргументирана расправа за актуелните прашања поврзани со медиумската писменост. Тие имаат посебно значење

за подобро разбирање, детектирање и имплементирање на медиумската писменост во практиката (медиумите, образовниот процес). Фокусните групи беа составени од 6-8 внимателно избрани личности според релевантни демографско-социјални критериуми (пол, возраст, националност, економски статус итн.). Реализирани се вкупно 11 фокусни групи со три категории субјекти. Првата ја сочинуваат четири (4) фокусни групи во средните јавни училишта во Република Македонија со средношколци од сите години на учење (I - IV година) и дискусија за критичното размислување на младите (за медиумските содржини, филмот, театарот), нивната вклученост и заинтересираност за воншколските активности (новинарски секции и сл.), нивната вклученост за писмено изразување на различни интернет сајтови и слично, пристапот и користењето на интернетот (времето поминато на интернет, алатките кои ги користат, за какви цели – приватни, сознанија за опасностите). Втората ја сочинуваат четири (4) фокусни групи со наставници (професори) во средните јавни училишта во Република Македонија кои предаваат специјализирани предмети за медиумска писменост и оние кои во рамките на своите редовни предмети (мајчин јазик, социологија, информатика, ликовна уметност...) имаат посебни методски единици за медиумска писменост. Фокусот на дискусијата посебно беше насочен кон нивната професионална подготвеност (компетенции, вештини, мотивираност) за медиумска писменост (преку посебно спроведена обука), начинот на користење на интернет апликациите (скепса, отпор кон нив) и др. Третата ја сочинуваат три (3) фокусни групи со новинари, уредници и новинари на медиумите на етничките заедници во Македонија (печатени, електронски, онлајн медиуми). Расправата и дискусијата беше насочена кон улогата на медиумите во промоцијата на медиумската писменост, искуството, соработката и вклученоста на невладиниот сектор во медиумската продукција, вклучувањето на граѓаните во медиумските содржини, продукцијата на специјализирани емисии за граѓаните, теми за кои граѓаните се вклучуваат во медиумските содржини/програми, користењето на социјалните мрежи и комуникацијата со граѓаните на тој начин.

# II.

## МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА



**М**едиумската писменост во Република Македонија спаѓа во групата релативно нови и речиси непознати поими за кои ретко или воопшто не се зборува. Доколку се прашаат граѓаните што е медиумска писменост, тешко дека ќе се добие одговор, а ретки се и оние меѓу стручната јавност кои се во состојба да ја дефинираат. Дури ни „повиканите“ од надлежните институции (министерствата, агенциите...) во државата немаат јасен и прецизен одговор зошто медиумската писменост е толку потребна и суштинска за развојот на демократијата и зошто ги тангира сите слоеви на општеството (децата, младите, возрасните). Во јавноста речиси воопшто нема дискусија за концептот на медиумска писменост и медиумската писменост на граѓаните, а нема ни истражувања за тоа како граѓаните им пристапуваат на медиумите и медиумските содржини, како ги „читаат“ и колку се во состојба критички да ја проценат нивната содржина и да го искажат својот став преку медиумите.

Медиумската писменост најчесто се толкува како „писменост“ на медиумите или описменување на медиумите, а не медиумски компетенции на поединците, што не изненадува ако се знае дека во Република Македонија не постои општоприфатена дефиниција на медиумската писменост. Токму затоа, а следејќи ги насоките и регулативата на Европската Унија, чија членка Македонија претендира да стане, се чини „најсоодветна“ имплементација на дефиницијата на Европската комисија, според која медиумската писменост е:

*...способност за критички да се разбираат, анализираат и оценуваат медиумските содржини и нивното влијание на општеството.<sup>17</sup>*

Притоа, медиумската писменост се однесува на сите видови медиуми, вклучувајќи ја телевизијата и филмот, радиото и снимената музика, печатените медиуми, интернетот и другите нови дигитални комуникациски технологии.

Во согласност со таа дефиниција, медиумската писменост на различни нивоа вклучува: (1) чувство на задоволство со сите постојни медиуми, од весниците до вирту-

елните заедници, (2) активно користење на медиумите, меѓу другото, преку интерактивната телевизија, користењето на интернет пребарувачите или учеството во виртуелни заедници, како и подобро користење на потенцијалите на медиумите за забава, пристап до културата, меѓукултурниот дијалог, учењето и секојдневните апликации (на пример, библиотеките), (3) критички пристап кон медиумите во однос на квалитетот и точноста на содржината (на пример, да се биде во состојба да се проценат информациите, да постои соочување со рекламирањето на различни медиуми, паметно да се користат пребарувачите), (4) креативно користење на медиумите, со оглед на тоа што развојот на медиумските технологии и сè поголемото присуство на интернетот како дистрибутивен канал на сè поголем број Европејци им овозможува да создава и да дистрибуира слики, информации и содржини, (5) разбирање на економијата на медиумите и на разликата помеѓу плурализмот и медиумската сопственост, (6) свесност за прашањата за авторските права, кои се од суштинско значење за „културата на законитоста“, особено за помладата генерација која дејствува во двојно својство, како потрошувач и како производител на содржини (Европска комисија, 2007). Ваквата рамка е добра основа за сите понатамошни чекори при заживувањето и практикувањето на медиумската писменост во сите сфери на општественото живеење во Република Македонија.

## **МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО ЗАКОНОДАВСТВОТО ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**

Македонското законодавство, сè до 2014 година, ниту во сферата на медиумите, ниту во образованието, ниту во културата не ја споменува медиумската писменост. Единствено неколку стратешки документи (национални програми, стратегии за развој на конкретната дејност) упатуваат на потребата и нужноста од промоција и развој на медиумската писменост. Освен тоа, повеќе се зборува за информатичка или дигитална писменост отколку за медиумска писменост.

Една од првите институции која го отвори прашањето на медиумската писменост е Советот за радиодифузна дејност (сега Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги). Во Предлог-стратегијата за развој

17. Види повеќе на: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM%3A2007%3A0833%3AFIN%3AEN%3APDF>

на радиодифузната дејност во Република Македонија за периодот 2013 – 2017 година<sup>18</sup>, тој посветува посебно поглавје на медиумската писменост. Документот јасно ја нагласува потребата од промоција на медиумската писменост како најголем интерес на македонското општество, процес во којшто треба да се вклучат образовните институции со механизми за проверка на ефектите од медиумското образование во наставните програми, медиумските професионалци со развивање на саморегулативни кодекси поврзани со почитување на професионалните стандарди за зголемување на нивната одговорност при креирањето на медиумските производи, регулаторните тела во медиумската област и електронските комунициции со развивање на посебни програми со повеќе активности поврзани со медиумската писменост, претставниците на граѓанското општество со различни иницијативи и проекти, како и научните институции со истражувања во оваа област.

Во акцискиот план на Стратегијата, Советот предлага две клучни мерки: првата, вклучување на концептот на медиумската писменост во медиумската политика на Република Македонија со конкретни активности, односно во новата законска регулатива за медиумите Советот за радиодифузија да има надлежности да се грижи за развојот на медиумската писменост и да изработи посебна програма за нејзина имплементација. Втората, обезбедување натамошен развој на медиумската писменост во образованието, односно, конкретно спроведување на истражување за ефектите од медиумското образование во наставните програми и изработка на програма за натамошен развој на медиумската писменост во образованието (во соработка со Министерството за образование и наука – Бирото за развој на образованието).

Од друга страна, Министерството за образование и наука, во Националната програма за развој на образованието во Република Македонија 2005-2015<sup>19</sup>, го нагласува значењето на „компјутерското описменување“ на младите и возрасните, односно познавањето и работата со информатичко-компјутерска технологија (ИКТ) како есенцијален дел од компетенциите на младите и возрасните и услов за нивна ефикасна

манифестација во сферата на трудот и општествено-политичкиот живот. Во посебно поглавје – „Програма за развој на ИКТ во образованието“, се нагласуваат насоките за развој на образованието во функција на поддржување на информатичкото општество, односно техничко (компјутерско) опремување на образовните институции, професионално усовршување (едукација) на наставниот кадар којшто применува информатички технологии за изведување на наставата со прифаќање и примена на ИКТ како алатка за извршување на работните задачи, а не како цел сама за себе.

Националната програма нотира дека одржувањето чекор со светските трендови ја налага потребата од користење на средствата на ИКТ не само во основното, средното и високото образование, туку и во предучилишниот период, со цел да не се изгубат драгоцените можности кои ги нуди овој период од развојот на човекот. Заложбите се движат во насока на ревидирање на наставните програми во зависност од научните дисциплини и наставните подрачја, дизајнирање на целно ориентирани наставни програми, како основа за ефикасна подготовка на децата/младите за развивање способности за самостојно творечко и критичко мислење и расудување и квалитетен живот.

Сите овие насоки за компјутерско описменување во практиката ќе резултираат со реализација на бројни проекти (кои континуирано се одвиваат и денес) за компјутеризација на училиштата во Македонија, воведување нови наставни предмети (информатика), унапредување на наставните планови и програми на постојните предмети, со примена на техники на настава и учење кои поттикнуваат креативно и критичко мислење кај учениците и развој на социјални вештини, кадровско екипирање и едуцирање на наставниот кадар и слични мерки. Целта, генерално, е унапредување на образованието и зголемување на ефикасноста на образовните системи, оспособување на младите за живот во плуралното и демократско општество, како и развиено критичко мислење и способност за решавање проблеми, располагање со вештини за комуникација, владеење со информатичката писменост.

18. Види повеќе во: [http://avmu.mk/files/1\\_predlog\\_strategija.pdf](http://avmu.mk/files/1_predlog_strategija.pdf). Оваа Предлог Стратегија не е усвоена од Собранието на Република Македонија, но и денес постои како документ на страницата на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

19. Види повеќе во: <http://e-demokratija.mk/documents>

Во истиот контекст, Министерството за информатичко општество и администрација, во Националната стратегија за е-вклучување 2011-2014<sup>20</sup>, го нагласува значењето на „дигиталната писменост“, следејќи ги препораките за информатичко општество на Европската Унија, особено на европската стратегија Европа 2020<sup>21</sup> за важноста на едукацијата на европските граѓани за користење на информатичко-комуникациските технологии и дигиталните медиуми, како и за привлекување на младите да ги користат овие технологии во образовниот процес. Основна цел на Стратегијата е „намалување на дигиталниот јаз и создавање инклузивно информатичко општество за сите граѓани, обезбедувајќи зголемена и поквалитетна употреба на ИКТ во секојдневниот живот на граѓаните, преку создавање олеснети услови за пристап до ИКТ и зголемување на вештините за ИКТ на граѓаните“.

Но, никаде во документот не се дефинира дигиталната писменост, на пример, како способност да се користат дигиталните технологии, како алатки за комуникација или мрежи за лоцирање, оценување, користење и создавање на информации, или како способност да се разберат и да се користат информациите во повеќе формати од широкиот спектар на извори кои се презентирани преку компјутерите. Клучен приоритет на Стратегијата во напорите за креирање инклузивно информатичко општество е „зголемувањето на сеопштата дигитална писменост и компетентност на граѓаните“, што вклучува мерки за дигитализирање на формалниот образовен процес, особено основното и средното образование (преку компјутеризација и воведување на интернет во училиштата, обезбедување електронски содржини достапни на интернет и воведување на алатки ИКТ во наставата) и дообразување на возрастните лица, невработените и лицата со инвалидност (преку курсеви за работа со компјутери, интернет, електронска пошта...).

Дури со стапувањето на сила на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги кон крајот на 2013 година (25 декември 2013), медиумската писменост влегува во медиумската политика во Република Македонија, а како резултат на процесот на хармонизација на медиумските закони со Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги. Таа во Законот нормативно е регулирана со неколку

членови. Најнапред, во член 2, каде што се дефинирани целите на Законот, како што е развој на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги, развој на независната продукција, поттикнување, унапредување и заштита на културниот идентитет, јазикот и традицијата на заедниците во Република Македонија, поттикнување на културата на јавен дијалог меѓу граѓаните, поттикнување на творештвото, образованието и научниот развој, заштитата на интересите на корисниците особено на малолетните лица..., и обезбедување „развој на медиумската писменост“. Понатаму, во член 6, којшто се однесува на надлежностите на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, таа не само што се грижи за обезбедување на јавноста во работата на радиодифузерите, за заштита на плурализмот на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги, за обезбедување заштита на малолетните лица, за заштита на интересите на граѓаните во областа на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги... туку и „поттикнува медиумска писменост“. Во тој контекст, во делот за социјалната инклузија и медиумска писменост (член 26) „Агенцијата презема активности за поттикнување на медиумската писменост во Република Македонија“ (став 2), „при преземањето на тие активности соработува со невладините организации, здруженија на граѓани, образовните институции и други заинтересирани страни и истите ги објавува на својата веб страница“ (став 3) и за тоа го известува Собранието на Република Македонија во годишниот извештај за работа (став 4).

Медиумската писменост посебно се нотира и во делот од Законот што се однесува на Јавниот радиодифузен сервис (Македонската радио-телевизија), односно на неговите обврски во однос на програмите и програмските сервиси кои ги емитува. Тој, меѓу другото, е должен да „создава и емитува програми кои се однесуваат на поттикнување на медиумската писменост“ (член 110).<sup>22</sup> Таква обврска нема за комерцијалните радиодифузери, туку само препораки. Но, никаде во Законот не може да се сретне дефиниција или објаснување што се подразбира под медиумска писменост, како што е тоа направено (член 3 од Законот) за други изрази присутни во законот (на пример, за аудиовизуелна програма, аудиовизуелна медиумска услуга, даватели на аудио или аудиовизуелни медиумски услуги, независен продуцент,

20. Види повеќе во: [http://www.mio.gov.mk/files/pdf/dokumenti/Strategija\\_za\\_e-vklucuvanje.pdf](http://www.mio.gov.mk/files/pdf/dokumenti/Strategija_za_e-vklucuvanje.pdf)

21. Види повеќе во:

<http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf>

22. Види повеќе во: [http://www.avmu.mk/images/Zakon\\_za\\_audio\\_i\\_audiovizuelni\\_mediumski\\_uslugi\\_mkd\\_1.pdf](http://www.avmu.mk/images/Zakon_za_audio_i_audiovizuelni_mediumski_uslugi_mkd_1.pdf)

програма од сопствено производство, реемитување на програмски сервиси, рекламирање, спонзорство, телешопинг и слично).

Сепак, гледано во поширок контекст, и претходните (Законот за радиодифузна дејност) како и последното медиумско законско решение (Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги), усогласени со Конвенцијата за прекугранична телевизија на Советот на Европа, подоцна преименувана во Директива за аудивизуелни медиумски услуги, како најзначајни правно обврзувачки акти во аудивизуелната област, упатуваат (директно или индиректно) на медиумската писменост. Така, на пример, регулирањето на основните принципи за заштита на децата (содржини несоодветни за децата, забрана за емитување порнографски содржини или насилство и слично), принципите поврзани со огласувањето за заштита на медиумските конзументи (забрана на прикриено огласување и слично), плурализмот на аудивизуелните услуги, борбата против медиумската концентрација, несомнено се одраз на потребата од медиумска писменост.

### ПРОМОЦИЈА НА МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ

Во согласност со Законот за аудио и аудивизуелни медиумски услуги, тело надлежно за промоција на медиумската писменост во медиумската сфера во Република Македонија е Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Таа, во соработка со невладините организации, граѓанските здруженија, образовните институции и други учесници, е обврзана да преземе активности за поттикнување на медиумската писменост. Во европски контекст, вакво решение имаат Велика Британија и Германија, додека во другите европски земји најчесто надлежни за промоција на медиумската писменост се министерствата за образование и култура (на пример, во Бугарија, Чешка, Белгија, Данска, Франција, Унгарија, Норвешка, Португалија) преку посебни комисији или работни групи кои се занимаваат со ова прашање.<sup>23</sup> Во Финска, пак, медиумската писменост има истакнато место во различни секторски политики, во секторите за образование, комуникации, култура и социјални прашања (Rentala, 2011). Но, генерално, присутен е тренд на промоција на медиумската писменост како задача и обврска на регулаторните тела.

Во насока на развој на медиумската писменост во Македонија, Агенцијата, со домашна и странска експертска помош, ќе изработи тригодишна Програма за поттикнување на медиумската писменост во Република Македонија<sup>24</sup> со цел подигнување на свеста за концептот на медиумската писменост, разбирање на медиумската писменост од страна на граѓаните, како и подобрување на условите за граѓанско и демократско учество. На самиот почеток, во воведот на Програмата, медиумската писменост се дефинира како „способност на граѓаните за ефективно користење, разбирање и свесно учество во сите форми на комуникација, како и во демократскиот и политичкиот процес“. Понатаму, Програмата предвидува три клучни активности за промоција на медиумската писменост: план за подигнување на свеста, план за координација и консултација и план за следење на трендовите за медиумската писменост.

Како дел од планот за подигнување на свеста е предвидено воспоставување онлајн платформа посветена на медиумската писменост (со користење и на традиционалната веб страница и на социјалните мрежи за обезбедување информации и објавување извештаи), подготовка и дистрибуција на информативен материјал (брошури и печатени материјали) насочен кон сите релевантни субјекти и општата јавност, работилници (за конкретни активности поврзани со медиумската писменост) за подигнување на свеста во општеството, информативни кампањи за теми од медиумската писменост насочени кон општата јавност (со користење на различни платформи и печатени аудио и аудиовизуелни производи), учество на состаноци, конференции и други настани како можност за ширење на информации и воспоставување на соработка, како и подготовка и дистрибуција на билтен посветен на медиумската писменост. Како дел од планот за координација и консултација е планирано воспоставување мрежа од заинтересирани субјекти (министерства и јавни институции, приватни и јавни радиодифузери, граѓански организации и образовни тела), формирање партнерства за спроведување нови активности и проекти за промовирање на медиумската писменост, одржување отворени консултациски процеси, размена на информации, поттикнување на советувања и повратни информации. Како дел од планот

23. Види повеќе во: [http://epra3production.s3.amazonaws.com/attachments/files/272/original/literacy\\_final.pdf?1323685272](http://epra3production.s3.amazonaws.com/attachments/files/272/original/literacy_final.pdf?1323685272)

24. Види повеќе во: [http://www.avmu.mk/images/Programa\\_za\\_mediumska\\_pismenost-1.pdf](http://www.avmu.mk/images/Programa_za_mediumska_pismenost-1.pdf)

за следење на трендовите на медиумската писменост, планирано е изготвување годишен извештај за медиумската писменост (со проценка на активностите од претходната година и идентификување на специфичните активности и релевантните ресурси потребни за реализација во наредната година), спроведување на истражувања и анализи за проценка на нивото на медиумска писменост во Македонија.

Конкретно, предвидени се следните активности: лансирање веб страница посветена на медиумската писменост и отворање страници на социјалните мрежи, објавување брошура (за концептот на медиумската писменост) за медиумските професионалци и општата јавност, организирање најмалку една работилница годишно за медиумската писменост (со најмалку 20 учесници), изготвување план и спроведување информативна кампања за теми поврзани со медиумската писменост, подготовка на квартален билтен со вести за медиумската писменост за онлајн дистрибуција, учество на најмалку една меѓународна конференција годишно за медиумската писменост, соработка со образовниот сектор преку обезбедување материјали за часовите по медиумско образование, изготвување самостоен годишен извештај за медиумската писменост, спроведување истражувања и анализи конкретно за медиумската писменост или за поврзана тема, потпишување договори за соработка со субјекти како дел од мрежата за медиумска писменост, организирање повеќе состаноци за размена на идеи и активности за медиумската писменост.

Несомнено, станува збор за сериозен потфат и бројни задачи за промоција на медиумската писменост којшто опфаќа повеќе полиња (медиумската сфера, образованието, заштита на личните податоци). За да можат да се реализираат сите активности, Агенцијата, во рамките на Секторот за програмски работи, ќе формира Одделение за човекови права и медиумска писменост.<sup>25</sup> Во меѓувреме ќе бидат направени првите конкретни чекори. Организирана е работилница за концептот на медиумската писменост за советниците и стручната служба на Агенцијата (од експерт од Европ-

ската асоцијација за интересите на гледачите од Брисел), како и работилница за медиумите (со многу слаб одзив), анализа на постојните реализирани проекти (за родот во медиумите, младите во медиумите) кои вклучуваат аспекти за медиумската писменост и план за реализација на две теренски истражувања за медиумската писменост во 2015 година (чија реализација е префрлена за 2016 година, а поради сложеноста на самиот зафат, истражувањето ќе биде насочено само кон категоријата возрасни). Исто така, во текот на 2015 година ќе бидат реализирани два спота емитувани преку телевизиите со цел да се привлече вниманието и кај децата и кај возрасните, и да се популаризира прашањето за медиумска писменост.<sup>26</sup> Во функција на поврзување на сите институции, невладини и образовни институции кои нешто работеле на полето на медиумската писменост, организирана е работилница за организирање мрежа за меѓусебна соработка.

Следејќи ги поставените задачи (во согласност со Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги), Агенцијата, во рамките на проектот „ИП – Зајакнување на административните капацитети на телата задолжени за областите телекомуникации и медиуми за ефикасно регулирање на новите дигитални повеќенаменски услуги“, ќе изготви и методологија за истражување на медиумската писменост за мерење на вештините и способностите за медиумска писменост на индивидуално ниво кај возрасните и кај децата, со цел да се обезбеди сеопфатна слика за нивото на медиумска писменост кај населението, која треба да резултира со две истражувачки студии. Временски, планирано е континуирано спроведување (еднаш годишно) на истражувачки активности (анкети) за мерење на промените во однос на пристапот до медиумите, нивното користење, критичкото разбирање, комуникациските способности и креирањето на медиумски содржини. Во тој контекст, изготвен е и прашалник како почетна точка при развојот на подоцнежните структурирани прашалници за медиумската писменост што ќе ги спроведе Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

25. Интервју со Емилија Петреска Каменарова, раководител на Одделението за човечки ресурси и медиумска писменост во Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

26. Станува збор за два спота – „Каде е Горан?“ и „Авантура низ медиумската писменост“. Првиот е адаптација на спотот „Каде е Клаус?“ од германската организација [klicksafe.de](http://klicksafe.de) со цел да се сврти вниманието на родителите дека во Република Македонија постои софтвер кој може да се користи за ефикасна контрола врз интернет содржините до кои пристапуваат нивните деца. Вториот е македонска верзија на анимираните спот за авантурите на момчето Џек, преименуван во Јове, кој треба да открие што е тоа медиумска писменост при ползувањето на новите медиуми и технологии. Овој спот Агенцијата го има доставено и до Министерството за образование и наука како нагледно средство во училиштата.

Наспроти тоа, учеството на другите субјекти во државата во промоција на медиумската писменост, е концентрирано, пред сè, врз активности насочени кон „дигиталната писменост“. Министерството за информатичко општество и администрација, во координација со Министерството за образование и наука, во континуитет од 2006 година сè до денес, ќе реализира повеќе проекти за надминување на дигиталниот јаз. Такви се проектите „Компјутер за секое дете“ (набавка, инсталација на компјутери, интернет поврзување, обука на наставниците за софтверските алатки и е-содржини), проектот за јавно достапни е-содржини (2009) за предмети застапени во основното образование (биологија, хемија, физика, математика) со развивање на портал [skool.mk](http://skool.mk) за нивно поставување, ИКТ содржини во наставните програми (со воведување на предметите Работа со компјутери и Информатика во основните училишта), електронски учебници (2009/2010 година) и промоција на порталот [e-usebnci.mk](http://e-usebnci.mk), на којшто се поставени сите електронски учебници, обука на наставниците (2009 година) за имплементација на образовниот софтвер ЕДУ-БУНТУ, проектот „Сурфај безбедно“ (2013) за разбирање на ризиците и опасностите за децата и младите на интернет, како и препораки за нивно навремено препознавање, проектот „Таблет компјутер за секое дете“ (2015-2016) и други.

### УНАПРЕДУВАЊЕ НА МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ

Унапредувањето на медиумската писменост во европските земји е составен дел и од формалниот и од неформалниот сектор. Покрај надлежните институции (министерствата надлежни за образованието, медиумите, комуникациите и информатичкото општество, регулаторните тела за електронските медиуми), во овој процес се вклучени и саморегулаторните тела (за печат), образовните институции, невладините организации, медиумската индустрија и индустријата на комуникациските технологии. И во Република Македонија тие, помалку или повеќе, се вклучени во овие активности, но парцијално и сегментирано.

Министерството за образование и наука, како и Министерството за информатичко општество и администрација (во нив-

ните стратешки документи), тежиштето го ставаат врз новите информатички технологии и нивната примена во образовниот процес, додека медиумското образование како фактор за унапредување на медиумската писменост воопшто не е присутно, со исклучок на мал број методски единици за „медиумската култура“ во основното и средното образование. Бирото за развој на образованието (како орган на управа во состав на Министерството за образование и наука), чија дејност е развој и унапредување на воспитанието и образованието во земјата, термилошки оперира со „медиумска култура“, а не со медиумско образование и медиумската писменост. Реформите што се спроведуваат во образовниот систем не предвидуваат издвоен концепт за медиумската писменост, туку генерално се насочени кон постигнување интелектуална, социјална и емоционална зрелост на учениците. Обуките за медиумска писменост се инцидентни и најчесто на иницијатива на невладиниот сектор. Се разбира, Бирото секогаш е отворено за соработка и за сè што носи позитивни промени во наставниот процес, промени кои одат во согласност со општествените, глобални и локални промени.<sup>27</sup>

Во Министерството за информатичко општество една од стратешките определби е подобрување на „дигиталната и информатичката писменост“. За таа цел, ова министерство има реализирано бројни проекти за подобрување на информатичката писменост на населението во Република Македонија (водич за имплементација на стандардот WCAG 2.0 за веб пристапност, софтвер за синтеза на говор за слепи лица, нови интернет клубови, основни и напредни ИТ обуки за невработени лица, ваучери за студенти од социјално загрозените групи, компјутери за граѓани од социјално ранливи категории и слично), како и проекти во соработка со Министерството за образование и наука за трансформација на образованието преку примена на информатичката технологија. Исто така, ги поддржува организациите и компаниите кои спроведуваат настани за промоција на дигиталната и информатичката писменост, а во рамките на соработката со Делегацијата на Европската Унија во Република Македонија, на својата интернет страница ги пренесува можностите за соработка и фи-

27. Интервју со Марина Димитријевска, советничка по македонски јазик во Бирото за развој на образованието на Република Македонија.

нансирање на медиумски здруженија, тинк-тенк организации и медиумски синдикати преку програмите на Европската Унија.<sup>28</sup>

Како институција која има свој удел во еден сегмент од медиумската писменост – информатичката писменост, треба да се спомне Дирекцијата за заштита на личните податоци, надлежна за заштита и поддршка на граѓаните на Република Македонија при остварувањето на правото на заштита на личните податоци. Преку посебен план за комуникација со јавноста и преку сопствената веб страница, Дирекцијата остварува секојдневен контакт со граѓаните (телефонски, преку електронска пошта) за различни прашања за заштита на нивната приватност, а во јавноста е присутна и преку радиоемисии за различни теми и прашања поврзани со приватноста. Притоа, она што е значајно, од 2014 година (со потпишување на меморандум со Градот Скопје) започнува реализацијата на проектот „Час по приватност“ преку обуки во средните училишта во Скопје (и со учениците и со наставниците), со цел едукација на младите со поимите личен податок, правото на приватност, заштитата на интернет и на социјалните мрежи, ширењето на говорот на омраза, нивните права, но и обврски за чување на своите, но и туѓите лични податоци. Овие активности се одвиваат во континуитет, а се планираат и работилници на конкретни теми, како што е говорот на омраза на интернет, видеонадзорот и слично, во кои како обучувачи ќе настапуваат и самите средношколци. Исто така, Дирекцијата, во рамките на своите надлежности, има потпишано и меморандум за соработка со невладините организации (Метаморфозис, Младински образовен форум, ХЕРА, Младите можат и други) во насока на подигнување на јавната свест на социјалните мрежи и заштитата на интернет.<sup>29</sup>

Во медиумската сфера, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги е фокусирана врз развој и унапредување на медиумската писменост со сериозни и амбициозни програми и планови, но со скромни резултати во практиката. Активностите на електронските (комерцијални и јавни) медиуми на овој план најчесто се однесуваат ис-

ключиво на прифаќање конкретни иницијативи од Агенцијата аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (како што е емитувањето на едукативните спотови за медиумската писменост и ползувањето на новите медиуми и технологии), додека Македонската радио-телевизија, како јавен радиодифузен сервис што има законска обврска за промоција на медиумската писменост, тоа го прави како дел од одделни програмски целини, особено од образовните емисии за деца, но повеќе како резултат на востановената програмска структура отколку како стратешка определба. Досега ништо конкретно нема направено на тој план. Исто така, медиумската писменост не е присутна во активностите на медиумската индустрија.

Во овој контекст, треба да се спомне и Националната канцеларија на УНЕСКО за Македонија. Но, иако УНЕСКО посветува големо внимание, особено на медиумското образование и медиумската писменост, активностите на Националната канцеларија во Македонија, како клучен партнер во спроведувањето на иницијативите и проектите од страна на УНЕСКО, на ова поле се малубројни и спорадични, пред сè, поради слабите човечки капацитети и капацитетите за лобирање. Канцеларијата е во постојан контакт и комуникација со ресорните министерства и институции во државата за одреден домен, но таа комуникација денес во доменот на медиумите и информациското општество е слаба (наспроти, на пример, во културата), пред сè поради ограничените средства и кадар, како во рамките на надлежните министерства и Генералниот секретаријат во Владата на Република Македонија (тело кое ги „покрива“ овие активности) за вклучување во реализацијата на различни активности (конференции, проекти и слично) на УНЕСКО за медиумите и комуникациите. Бројни се иницијативите од страна на УНЕСКО, нив ги следи Националната канцеларија во Македонија, но недостасуваат партнери за соработка од државата, пред сè, членство на македонски претставници во Меѓувладиниот комитет за програмата за развој на комуникациите на УНЕСКО и нивно активно лобирање.<sup>30</sup>

28. Интервју со лице задолжено за односи со јавноста во рамките на Министерството за информатичко општество и администрација.

29. Интервју со Лилјана Пецова, портпарол на Дирекцијата за заштита на личните податоци.

30. Националната канцеларија за УНЕСКО во Македонија беше многу поактивна во периодот на постојењето на Министерството за информации, а подоцна и на Агенцијата за информирање, кога Македонија, со свој претставник, беше членка на Меѓувладиниот комитет за програмата за информирање на УНЕСКО. Тогаш поголем беше и успехот да се лобира за различни проекти (на пример, средства за техничка опрема на новоформираната Македонска информативна агенција, обука на вработените на Агенцијата, регионалната конференција „Медиумите и етиката“ и слично). Интервју со Лидија Топузовска, генерален секретар на Националната канцеларија на УНЕСКО во Македонија.

Од друга страна, граѓанскиот сектор во Република Македонија на различни начини, покажува поголема проактивност за развој на медиумската писменост.<sup>31</sup> Иако нивната дејност на работа не е исклучиво унапредување на медиумската писменост, туку само одредени нејзини аспекти, спроведени се повеќе проекти, обуки, изготвени се прирачници и слични активности. Така, на пример, Советот за етика во медиумите во Македонија (тело кое е формирано неодамна), иако никаде директно во своите акти не ја спомнува медиумската писменост, на тоа јасно упатуваат неговите цели и задачи во медиумската сфера: заштита на слободата на медиумите и правото на јавноста да биде информирана, спречување на влијанието на државата, политичките партии и други центри на моќ врз медиумите, штичење на интересите на јавноста преку обезбедување независен ефикасен и правичен процес на решавање на поплаките за медиумските содржини, промовирање квалитет во медиумските содржини, подигнување на свеста на јавноста за професионалните и етички стандарди кои медиумите треба да ги почитуваат, создавање амбиент самокритичност, самосвесност и отчетност на медиумите кон публиката, олеснување на пристапот на публиката до медиумите...<sup>32</sup> Тој, како медијатор, посредува помеѓу (незадоволните) читатели и печатените медиуми за заштита на јавноста од непрофесионалното и неетичко новинарство (преку Комисијата за жалби), но има одржано и бројни дебати за принципите на саморегулација во медиумите, за ефектите од медијаторството, со присуство на граѓани, претставници на граѓанскиот сектор, на локалната самоуправа и на државните институции.

Како битен носител на активностите за медиумската писменост посебно се издвојува Македонскиот институт за медиуми, којшто почнувајќи од 2009 година па до денес, континуирано работи врз популаризирање на концептот на медиумска писменост во македонската јавност. Една од првите, мошне значајни активности на Институтот е реализацијата на проектот „Унапредување на медиумската писменост во образованието во Република Македонија“ со цел да им се помогне на децата, на адолесцентите

и на младите луѓе да ги унапредат своите познавања за улогата и функцијата на медиумите во демократските општества, но и да ги поттикне критички да ги анализираат медиумските содржини. Во рамките на проектот, а во соработка со Бирото за развој на образованието, ќе биде изработена и објавена публикација која експлицитно се занимава токму со темата медиумска писменост (единствена во Македонија од тој карактер),<sup>33</sup> ќе бидат спроведени обуки за над 1.000 наставници и професори кои предаваат мајчин јазик во основните и во средните училишта. Во насока на поголемо популаризирање на медиумската писменост, ќе биде креирана и посебна веб страница, [www.mediumskapismenost.edu.mk](http://www.mediumskapismenost.edu.mk), посветена на размена на искуства, информации и знаења од областа на медиумската писменост.

Активностите на другите невладини организации за развој на медиумската писменост најчесто е насочен кон проекти, пред сè, за образованието и безбедното користење на интернетот и на социјалните мрежи. На пример, фондацијата Метаморфозис, чии главни активности се насочени кон подигнување на свеста за информатичко-комуникациските технологии, иницирање на процесите за унапредување на општественото опкружување за развој на општеството базирано врз знаење, обезбедување конкретни информациски, комуникациски и технолошки решенија за намалување на дигиталниот јаз и развој на стратегии и политики за примена на информациската и комуникациската технологија. Таа има реализирано голем број истражувања, како што се проектите за „Заштита и безбедност на децата и нивните права на интернет“ во 2007-2008 година (со предавања, обуки за деца, родители, наставници и јавноста), проектот „Употреба на компјутерите и интернет во образовниот систем на Република Македонија“ во 2010 година, проектот „Отворени образовни ресурси“ од 2011 година (за развој на критичко размислување и демократизација во Македонија преку конструктивна употреба на новите технологии како алатки за зголемување на квалитетот на образовните, научните и академските е-содржини), или проектот „Дигитални клубови“ (отворени се 12 диги-

31. Тие дури се единствените кои спроведуваат истражувања поврзани со медиумската писменост, за перцепцијата и младите и медиумите, како и обуки на младите за медиумско описменување. Според сознанијата од интервјуата со Емилија Петреска Каменарова, раководител на Одделението за човекови права и медиумска писменост во Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и Стефан Алексиќ од невладината организација Младински образовен форум

32. Види повеќе во: Совет за етика во медиумите во Македонија, цели на Советот, <http://semm.mk/sovet-za-etika/celi>

33. Види повеќе: <http://metamorphosis.org.mk/proekti/>



тални клубови на територијата на Македонија кои нудат пристап до ИКТ на жителите во заедницата со цел поддршка на нивниот социјален и економски развој) и многу други.<sup>34</sup> Или Младинскиот образовен форум, како организација која се занимава со младински прашања и политики, кој има посеб-

ни програми за средношколци, меѓу кои и програмата „МедиаАрт“, во рамките на која се учат техниките и начините на пишување и творење на медиумски содржини (чии производ е младинската емисија „Незадолжителна лектира“, креирана од средношколци за средношколци).

34. Станува збор за „Прирачник за наставници за изучување на медиумската писменост во наставата по мајчин јазик – за основно и средно образование“, Македонски институт за медиуми и Институт за демократија „Societas Civilis“ – Скопје, 2010 Скопје

# III.

## МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО СРЕДНОТО ОБРАЗОВАНИЕ

**Д**енес интеграцијата на медиумската писменост во образовниот процес е реалност и ги опфаќа сите нивоа на образование: од предучилишното, основното, средното, високото, до образованието на возрасните. За тоа постојат бројни причини, меѓу кои порастот на медиумската продукција, високото ниво на медиумска потрошувачка и медиумска заситеност во современите општества, влијанието на медиумите во осознавањето на општествената реалност, доминацијата на визуелната комуникација, дерегулацијата на печатот и електронските медиуми, значењето на образованието на младите за предизвиците на иднината. Оттука и клучната улога на медиумското образование да им помага, пред сè, на децата и младите да станат активни учесници во комуникацијата со општеството, а не пасивни, статични и неодговорни „слуги“ на медиумските слики и вредности.

Во овој контекст, уште еднаш да потсетиме на Декларацијата за медиумско образование (1982 година) на УНЕСКО, со што ќе се отвори патот за влез на медиумите во училиштата и за медиумското образование како неопходен дел од модерната педагогија. Притоа, од почетната интенција за заштита на младите, тежиштето се поместува врз активен и одговорен однос и образование за медиумите и сè поголемо внимание на развивање на комуникациските способности на децата, односно знаења и вештини потребни за безбедно користење на медиумите, како традиционалните така и новите, но и критичко разбирање на медиумските содржини и начинот на функционирање на медиумите.

Бројни се моделите на медиумско образование во Европа, но во основа опфаќаат стекнување аналитички вештини и способност за изразување на поединецот, како во естетска така и во техничка смисла, и ги вклучуваат содржините како што се комуникација и медиумите, историја на медиумите (од печатот до мултимедијалните технологии), медиумските конзументи, медиумските текстови (жанровите, медиумскиот јазик), медиумските облици (особините на различни медиуми) и самопродукцијата (користење на

медиумите како средство за комуникација). Притоа, нивната примена еднакво се однесува и на формалното и на неформалното образование. Модалитетите можат да бидат различни: образование за медиумите како специјализиран предмет, образование за медиумите како дел од постојните предмети, најчесто предметите по мајчин јазик, вклучување на одделни аспекти за образование на медиумите во различни предмети (литература, историја, социологија), образование за медиумите како слободна активност.

Притоа, во теоријата и практиката се вложени многу напори за утврдување на клучните сегменти за медиумското образование на децата и младите. Во основа станува збор за четири клучни елементи: концепти, практики и развој (или прогрес). Концептите, како одговор на прашањето што треба децата да знаат за медиумите, ги опфаќаат медиумскиот јазик, медиумското претставување на реалноста, институциите (медиумските организации, нивната сопственост, економија, правила за работа) и публиката (типови на публиката, нејзините преференции). Практиките, или што треба да бидат во можност децата да направат со медиумите, ги опфаќаат читањето (создавањето смисла на медиумските текстови и нивна анализа), пишувањето (создавањето свој текст) и способноста критички да размислуваат. Процесите опфаќаат пошироки видови учење, како што се соработка, креативност, дебата, независно истражување, критичко размислување. Развојот е централен концепт на медиумското образование којшто бара поврзаност меѓу развојот на образованието и развојот на медиумите, односно континуирано следење и редифинирање на образовната агенда во согласност со новите комуникациски предизвици.<sup>35</sup> Сублимирано, медиумското образование треба да им обезбеди на децата и на младите стекнување вештини за „читање“ на медиумите, разбирање на контекстот во којшто се создаваат медиумските содржини, анализа на нивното значење, „пишување“ за медиумите - создавање свој сопствен медиумски текст, како и континуирано следење на развојот и трендовите во информатичко-комуникациската сфера.

35. Види повеќе: <https://ddbuckingham.files.wordpress.com/2015/04/media-literacy-concepts-processes-practices.pdf>

## МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ ВО СРЕДНОТО ОБРАЗОВАНИЕ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Досега во Република Македонија не е спроведено истражување за медиумската писменост во образованието, а посебно во средното образование. Токму затоа, појдовни цели на оваа анализа, пред сè, беа да се „детектира“ дали медиумската писменост се препознава и како се изучува таа во средното образование. Идејата беше да се испита дали постои свест за неопходноста да се биде медиумски писмен, од една, и вклученоста на медиумската писменост во формалното образование, во наставата, предметите, вештините на професорите, информациско-комуникациските технологии во образовниот процес и воншколските проектни активности, од друга страна. Во тој контекст, направена е анализа на законската регулатива и на стратешките документи на Министерството за образование и наука, Министерството за информатичко општество и администрација, Бирото за развој на образованието, Дирекцијата за заштита на лични податоци и интервјуа со претставници од овие институции, како и фокусни групи со наставници и ученици (од сите класови) од средните училишта во Република Македонија, субјекти на кои директно се однесува медиумската писменост.

Конкретно, во фокусот на истражувањето беше утврдувањето на следните аспекти:

- **Разбирање на медиумската писменост и потребата да се биде медиумски писмен:** Како се дефинира и се разбира медиумската писменост? Каква е перцепцијата на медиумите и медиумските содржини? Навиките за користење на медиумите – информирање, забава, артикулација на различни интереси.
- **Примената на информациско-комуникациските технологии во образовниот процес:** Каков и колкав е придонесот на ИКТ во реализацијата на наставниот процес? Дали и колку наставниците се обучени за ефикасна примена на ИКТ? Дали и колку се обрнува внимание на безбедноста на интернет?
- **Медиумската писменост во наставните програми и воннаставните активности:** Кои и какви методски единици и ак-

тивности се предвидени? Употребата на медиумите и медиумските содржини како извор на информации и дидактичко средство. Пристап и критичка евалуација на медиумските содржини, практикување на новинарски вештини.

- **Едукација за активно граѓанство.** Дали и колку колку училиштето ги подготвува средношколците за активна партиципација во општествениот живот? Каква улога има тука медиумската писменост?

## (НЕ)ПРЕПОЗНАВАЊЕ НА МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО СРЕДНОТО ОБРАЗОВАНИЕ

Последниве неколку години, образованието на Република Македонија има претрпено бројни реформи во функција на осовременување на воспитно-образовниот процес. Притоа, главниот фокус беше ставен врз дигитализација на наставниот процес и интерактивниот пристап во работата со учениците, односно преку решавање на проблемите, а не со репродукција на информациите.

Најголеми промени се направени во основното образование со воведување на деветгодишно основно образование со нови предмети (Информатика, Работа со компјутери, Основи на програмирање, Иновации), нови учебници и нови наставни содржини по одделни предмети, како и обезбедување компјутери за училиштата и за секој наставник. Во средното образование реформите се однесуваат, пред сè, на промени на наставните содржини по одделни предмети (Програмски јазици, Информатика, мајчин јазик – Македонски јазик и литература и други), воведување нови наставни предмети (Иновации и претприемништво), и компјутеризација на училиштата.

Притоа, никаде, ниту во законската регулатива, ниту во стратешките документи на надлежните институции, медиумската писменост не е интегрирана во образовниот процес. Законот за средно образование единствено „децидно“ ја предвидува примената на ИКТ во наставниот процес како наставно-дидактичко средство, односно, според член 21: „Со наставните програми се определува задолжителното користење на информатичко-комуникациските технологии во училиштето за реализација на воспитно-образовната работа“.<sup>36</sup> Примената

36. Министерство за образование и наука (2016), достапно на [http://www.mon.gov.mk/images/zakon\\_sredno\\_obrazovanie-25-02-2016.pdf](http://www.mon.gov.mk/images/zakon_sredno_obrazovanie-25-02-2016.pdf) / (стр.10), пристапено на 2.9.2016

### III. МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО СРЕДНОТО ОБРАЗОВАНИЕ

на информатичко-комуникациската технологија се однесува на интеграција на интернет – содржини и корисни линкови како помош во интерпретацијата на соодветните наставни содржини. Дури ни најновата стратегија за образованието за 2016-2020 година,<sup>37</sup> во која се најавува ревизија на наставните планови и унифицирана електронска платформа за предавање и учење, во ниту една точка не ја третира медиумската писменост, иако фактот дека се работи за работна верзија, остава простор за понатамошни интервенции. Затоа, пак, се нагласува интензивирањето на примената на ИКТ во образованието преку воспоставување портал за е-учење и систем за управување со учењето, како и континуирана обука на наставниците за користење на новите технологии како алатки во образованието.

Сите промени и интервенции направени во наставните програми за средно образование ги вклучуваат медиумите како содржини, пред сè, од аспект на научната дисциплина која ја проучуваат, но без посебен

акцент врз медиумската писменост. Наместо тоа, како терминологија функционира поимот „медиумска култура“, терминологија што ја користи и Бирото за развој на образованието, надлежно за развој и унапредување на образованието.<sup>38</sup> Сепак, анализата на наставните програми покажува дека не е занемарлив бројот на предмети во кои содржински, иако во мал сегмент, се третираат и прашања поврзани со медиумската писменост и медиумите. Табела 1. ги прикажува тие состојби.

Воочлив е нерамномерен пристап во процесот на промени на предметните содржини, односно вакуум и реален јаз помеѓу потребите на модерното образование и актуелната „понуда“ на наставата. Дури може да се зборува за отсуство на систематска стратегија за реформа на курикулумите на наставните предмети, со што еднакво би се следеле актуелните трендови во образованието. Конечно, квалитетот на образованието се мери со континуитетот во реформскиот пристап кон наставните содржини.

Наставен предмет	Вид образование	наставна програма
Македонски јазик и литература	Гимназиско образование	2001/ 2002
Македонски јазик и литература	Стручно образование	2005
Социологија	Гимназиско образование	2002
Социологија	Стручно образование	1999
Ликовна уметност	Гимназиско образование	2001/2002
Ликовна уметност	Стручно образование	1999
Иновации и претприемништво	Гимназиско/стручно образование	2015
Говорење и пишување	Гимназиско образование	2002
Психологија	Гимназиско образование	2003
Информатика	Гимназиско образование	2011
Граѓанска култура	Стручно образование	2008

Табела1. Наставни предмети во кои се третираат медиумската писменост и медиумите според година на реформи во нивната содржина

37 . Сеопфатна стратегија за образованието за 2016-2020 година и Акциски план, јуни 2016, достапно на: <http://www.mon.gov.mk/images/PRVA-Robotna-Verzija-na-Strategija-za-obrazovanie-MK.pdf>

38 . Исказ на Марина Димитриеуска, советничка во Биро за развој на образованието.

## АЛКАТА ШТО НЕДОСТАСУВА ЗА АКТИВНО ГРАЃАНСТВО

Што се однесува на конкретните содржини кои ја „допираат“ медиумската писменост, сликата е следната:

Наставен предмет	Година	Наставна тема/ содржина	Број на часови	Вид предмет
Македонски јазик и литература	I година/ гимназиско образование	Наука за јазикот: Наука за јазикот како систем од знаци за меѓусебно општење. /дидактички насоки: Вежби со покажување различни системи на комуникација ( компарирање на различни медиуми)	1	Задолжителен
Македонски јазик и литература	IV година / гимназиско образование	Стилистика Наставна единица: Публицистички функционален стил	1	Задолжителен
Македонски јазик и литература	II година / средно стручно образование	Практична и професионална комуникација Наставна единица: Известување, Вест	1	Задолжителен
Информатика	I година/ гимназиско образование	Историја, развој и функционирање на Интернетот. WWW сегашни технологии и технологии кои доаѓаат.  Теоретски аспекти на социјалните мрежи. Веб - социјални мрежи и прашањата за приватноста на личните податоци	2	Задолжителен предмет
Иновации и претприемништво	I година/ гимназиско образование	Деловна комуникација: Комуникација преку ИТ системи на комуникации	1	Задолжителен предмет
Иновации и претприемништво	II година/ гимназиско образование	Деловна комуникација: Маркетинг, продажба и односи со потрошувачите  - Вовед во маркетингот - Маркетинг микс - Интернет маркетинг - Брендирање - Маркетинг план - Методи на продажба - Управување на односите со потрошувачите	5	Задолжителен предмет
Иновации и претприемништво	III година/ гимназиско образование	Развој и промоција на бизнисот: -Интернет промоција - Планирање на промоцијата - Ефекти од промоцијата	2	Задолжителен предмет
Социологија	I година/ гимназиско образование	Општествена промена: Глобализација на медиумите	1	Задолжителен
	III година/ гимназиско образование	Мас-медиумите и комуникациите	5	Изборен / јазично – уметничко подрачје
Говорење и пишување	II година/ гимназиско образование	Форми на говорно изразување: Коментар, Дијалог, Дебата	1	Изборен
Информатичка технологија	II година/ гимназиско образование	Изработка на едноставна веб-страница преку уредувач на HTML документи	1	Изборен

### III. МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО СРЕДНОТО ОБРАЗОВАНИЕ

Ликовна уметност	I година/ стручно образование	Визуелни комуникации: карактеристики на визуелни медиуми	1	Задолжителен
	III година/ гимназиско образование	Дизајн: Компјутерска графика Фотографија: Фотографијата како медиум	2	Изборен
Педагогија	III година	Комуникација. Видови комуникација	1	Изборен
Психологија	IV година	Развој на психичкиот живот: Влијанието на технологијата врз развојот	1	Изборен
Граѓанско образование	IV година/ стручно образование	Демократија: Информирањето во демократското општество (масовните средства за информирање во демократијата)	2	Задолжителен
		Глобализација на општествата: Улогата на мас-медиумите во демократијата (разновидност, слобода, независност, одговорност, точност на информациите)		
Бизнис	III година/ гимназиско образование	Етика и бизнис: Етика во комуникацијата (во електронска комуникација)	2	Задолжителен
		Технологија и е-бизнис: Веб страница – алатка за промоција на бизнисот		
Образование за животни вештини	I – IV година/ гимназиско и стручно образование	Глобални процеси и влијанија: - Влијанија на ТВ, весници, интернет, социјални мрежи - Рекламите како модели за идентификација - Политичка манипулација - критички однос кон медиуми, религии, истории, политики	4	Интегриран / изборен

Табела 2. Наставни предмети во кои се третираат медиумската писменост и медиумите според видот, годината на едукација, бројот на часови и содржината

Во наставните програми и содржини се опфатени основните поими за медиумите и формите на медиумска комуникација, со посебен акцент врз комуникацијата (вербалната и електронската), улогата на медиумите во демократијата, техниките на креирање на медиумските содржини и влијанието на технологијата врз развојот на човекот. Освен тоа, нивната застапеност во вкупниот фонд на часови е речиси занемарлива поради што тешко може да се зборува за стекнување на сеопфатни знаења од оваа област. Притоа, токму

во предметите во кои најмногу се „учи“ за медиумите и, посредно, за медиумската писменост, одамна не се направени посериозни промени, односно, според Бирото за развој на образованието, „...од 2005 година, што значи дека таму се очекува да имаме проблеми, бидејќи поминал период од кога сме испратиле две генерации...“<sup>39</sup> Такви промени (реформи) на наставните програми по одделни предмети, а во насока на вклучување на теми од сферата на медиумската писменост, не се предвидени ни за 2015 и 2016 година.<sup>40</sup>

39. Исказ на Марина Димитриевска од Бирото за развој на образованието на Република Македонија.

40. Види повеќе во:

[http://bro.gov.mk/docs/bro\\_docs/Godishen%20izveshtaj%20za%20rabotata%20na%20BRO%20za%202015-reduced.pdf](http://bro.gov.mk/docs/bro_docs/Godishen%20izveshtaj%20za%20rabotata%20na%20BRO%20za%202015-reduced.pdf)

Од друга страна, токму законската одредба за примена на информатичките технологии во наставниот процес ќе биде проследена од повеќе обуки за наставниот кадар. Наспроти тоа, реализирана е само една обука на наставници за медиумската писменост. Така, Бирото за развој на образованието, само во текот на 2015/2016 година, ќе реализира обука за примена на интерактивни, современи методи во наставата (со интегрирање на Дигиталната педагогија која опфаќа вештини за користење интернет ресурси за презентација и интерпретација на наставните содржини) и истражување „Збогатување на вештините кај наставниците за примена на ИКТ во наставата“, а се предвидува и реализација на проект за „Збогатување на вештините на наставниците за примена на ИКТ во наставата преку online курсеви“ (проект на Владата на РМ).<sup>41</sup> Обука со наставници за основно и средно образование за медиумската писменост ќе биде спроведена во рамките на проектот „Унапредување на медиумската писменост во образованието во Република Македонија“ (2009-2011), реализиран од Македонскиот институт за медиуми, а во соработка со Бирото за развој на образованието, ќе биде изработена и посебна публикација „Прирачник за наставници за изучување на медиумската писменост во наставата по мајчин јазик“<sup>42</sup>, на македонски, албански, српски и турски јазик, наменет за наставниците од основните и средните училишта.<sup>43</sup> Главниот фокус беше ставен врз унапредување на знаењата на децата, адолесцентите и младите луѓе за улогата и функцијата на медиумите во демократските општества, со цел поттикнување и развој на критички пристап при анализата на медиумските содржини за нивно понатамошно активно вклучување во демократските процеси.

Фактот што „модернизацијата“ на образовниот процес фокусот го става врз информатичко-комуникациските технологии, но, пред сè, како дидактичко средство за

полесен пристап до информации потребни за интерактивна настава, нужно ќе резултира со реализација на бројни проекти. Најопфатен ќе биде проектот „Компјутер за секое дете“ на Министерството за информатичко општество и администрација, реализиран во соработка со Министерството за образование и наука преку инсталирање и примена на компјутерска инфраструктура во основните и средните училиштата во Република Македонија. Па, дури и многу повеќе:

*Со примената на ИКТ во наставата, ирвенствено се зголемува ефикасноста на образовниот процес, односно се овозможува технологијата да се стави во функција на подобрување на образованието и учењето и да се создадат нови можности за учење. Од примената на ИКТ во образованието, ириводбавки иодеднакво има и наставниот кадар и учениците.<sup>44</sup>*

Во прилог на овие заложби е и најавата на проектот „Таблет за секое дете“ на Министерството за информатичко општество и администрација, како и други инвестиции во образованието, предвидени во Програмата на Владата на РМ од 2014 2018 година.<sup>45</sup> Во тој контекст, се издвојуваат следниве активности:

- „Модернизација на средното стручно образование“, проект што предвидува инвестирање во опремување кабинети за стручните предмети во сите средни стручни училишта и донесување нови наставни планови (2015–2018)
- Воведување дигитални содржини во наставата по определени предмети во основното и средното образование (2015)
- Набавка на 300.000 персонални таблет-компјутери со тастатура за сите ученици во основното и средно образование, за посовремен и поактивен пристап во совладувањето на наставата.

41. Целокупната инфраструктура и обуки за интеграција на овие системи во образовниот процес досега беа организирани од Министерството за информатичко општество и администрација.

42. Македонски институт за медиуми, Институт за демократија „Societas civilis“ (2010), „Прирачник за наставници за изучување на медиумската писменост во наставата по македонски јазик“, Скопје

43. Овој проект опфаќа 56 обуки за 1100 наставници по мајчин јазик од основните и средните училишта за спроведување настава од областа на медиумската писменост. Целта на обуките беше да сезајакнат знаењата и вештините на наставниците и учениците за подготовка на мултимедијални интернет содржини поврзани со училишните активности. Покрај практичната работа, обуките вклучуваа и теоретски сесии за основните функции и влијание на медиумите и медиумските содржини во општеството и образованието (вклучувајќи ги следните елементи: како медиумите ја претставуваат реалноста; известување за различностите, препознавање, избегнување и реагирање на стереотипите, предрасудите, говорот на омраза во медиумската содржина; нови медиуми и социјални мрежи – како до веродостојни информации изработени во согласност со професионални и етички стандарди.) и за основните правила на информативно пишување (вест, извештај, сторија, интервју; етички правила; подготовка и уредување на содржините.

44. Став на претставник од Министерството за информатичко општество и администрација.

45. Влада на РМ (2014), Стратешки приоритети и цели, достапно на <http://vlada.mk/node/74>



- Набавка на интерактивни табли за основните и средни училишта (2016–2018)
- Подобрување на вештините кај наставниците и професорите за примена на ИКТ во наставата, преку користење иновативни методи за учење (2014–2018)
- Дигитална библиотека со снимени предавања од најдобрите наставници во Македонија со видеа достапни за учениците од сите училишта, кои ќе може да ги следат во своите домови за да учат и да го надградуваат знаењето (2014–2015)
- „Споделуваме знаења – Отворени онлајн курсеви“, проект за креирање македонска MOOCs платформа за средните училишта, каде што најдобрите професори ќе изработат предавања за предметите (2015–2018)
- „Програмирање“, проект за унапредување на наставните програми по информатика, особено програмирање уште во основното образование, а во средното образование воведување дополнителни предмети по програмирање и развој на апликации (2015–2018)<sup>46</sup>

#### НАСТАВНИЦИТЕ И МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ

Денес наставникот не може да се замисли без основните професионални вештини со кои го реализира процесот на подучување. Според Правилникот за професионални компетенции на наставниците<sup>47</sup>, основните вештини на наставникот се однесуваат на стручните знаења на наставниот предмет и на воспитно-образовниот систем, учењето и подучувањето, вештини за создавање стимулативна средина за учење, социјална и образовна инклузија, комуникација, професионален развој и соработка. Притоа, во еден специфичен, воспитен и образовен процес, каква што е наставата во средното образование, медиумската писменост е основа за интеграција на медиумските содржини во воспитно-образовниот процес. Станува неопходност современиот наставник да биде подготвен за примена на ИКТ во наставата, а притоа да поседува и доволно предзнаења за влијанието на медиумските содржини, за процесот на нивна интерпретација и за критички однос кон нив.

Тоа е така затоа што медиумите се сериозен контекст под чие влијание интензивно се менува и се обликува современото обра-

зование. Интернетот, како најдоминантен медиум, и другите компјутерски алатки се основно средство за реализација на наставните содржини. Современиот образовен тренд подразбира примена на различни типови презентации, видеоматеријали, блогови, социјални мрежни поврзувања и други видови информатичко-технолошки помагала со кои наставникот ја обликува организацијата на своите наставни часови. Истовремено, примената на овие алатки е основа за успешна комуникација со учениците, што, пак, е една од клучните компетенции на наставниците.

**Разбирање на медиумската писменост.** За медиумската писменост во наставата тешко дека може да се зборува доколку нема основни знаења и разбирања на нејзиното значење. Наставниците во средното образование во Македонија имаат делумни и општи знаења за медиумската писменост. Дел од нив ја дефинираат на следниот начин:

- Јазик на медиумите од аспект на употреба на стандардниот јазик
- Дефиниција за новите технологии и медиумите
- Доаѓање до информации и способност да направат селективност и да препознаат што е добро или валидно и начинот на којшто аудиториумот реагира на она што го гледа
- Селектирање информации, преработување на веќе даден материјал, приспособување на целите

**Присутност на медиумската писменост во наставните програми и воннаставните активности:** Според наставниците, медиумите и медиумската писменост во наставата е присутна само на одредени предмети, и тоа како аспект на основните наставни содржини по предметите: Македонски јазик и литература, Социологија, Информатика, Ликовна уметност, Педагогија и како интегриран дел во рамки на наставните содржини, како што е во предметите: Маркетинг, Етика, странски јазик, Граѓанска култура и др. Оттука и нивниот едногласен став за реалната потреба од реформи во наставните програми. Во актуелниот контекст, сè е оставено на ентузијазмот на наставниците поединци кои прават напори за интеграција на мултимедијални содржини во наставата.

46. Влада на РМ (2014), достапно на <http://vlada.mk/node/97>

47. Види повеќе во <http://bro.gov.mk/docs/pravilnici/Pravilnik%20za%20osnovnite%20profesionalni%20kompetencii%20na%20nastavnite.pdf>, пристапено на 5.9.2016 година

Наспроти тоа, средношколците многу повеќе сакаат да работат на содржини во рамки на воннаставните активности. Како најчеста форма на изразување и активност се драмските претстави, новинарските форми во рамките на веб страниците на училиштата, посетите на институции надвор од училиштата и слично. Искуствата на наставниците кажуваат дека воннаставните активности се одлична мотивација за реализација на потребите на учениците, но интересот опаѓа поради демотивираност и на наставниците и на учениците. За наставниците тие бараат сериозен ангажман, повеќе работни саати поминати по часовите, па дури и за време на викендите. За учениците, пак, основен проблем е редовната настава со повеќе од 12 предмети и истовремено притисокот да се биде активен во наставата. Тие забележуваат:

*„И со е-дневник има проблем и со сè. Значи тоа е така организирано. А за децата веќе да не ни зборуваме колку тие имаат веќе други обврски и проектни активности. Мислам тоа е експлозија.“<sup>48</sup>*

**Примена на ИКТ во образовниот процес.** Еден од најголемите проблеми за наставниците во однос на примената на медиумите во наставата се законските одредби кои налагаат употреба на информациско-комуникациските технологии во наставата на 30% од предвидените часови. Но, не помал проблем се и техничките услови. Имено, училиштата немаат доволно технички услови за реализација на наставните содржини со примена на медиуми, затоа што дел од училиштата немаат интернет во континуитет, ниту доволно активни и достапни компјутери.<sup>49</sup> Некои училишта имаат повеќе ЛЦД-проектори во кабинетите, но без интернет врска. Најголем дел од училиштата имаат еден кабинет што се користи на ниво на целото училиште, и тоа е реален проблем:

*„Кај нас има само една просторија и треба да закажеш однапред две-три недели. Нема услови.“<sup>50</sup>*

*„Специјално се оди во кабинет. Еве на пример мене ми се има случено така неколку пати. Никако да дојдам на ред.“<sup>51</sup>*

Исто така, наставниците реагираат на примената на ИКТ во наставата, бидејќи повеќето воопшто немале обука или каков било семинар за правилна употреба на медиумите. Оттука, за нив сè уште е нејасно што, всушност, подразбира примената на ИКТ во наставата. Дали е тоа презентација на наставни содржини во Power point, дали тоа подразбира подготовка на наставникот од повеќе извори или, конечно, примена на мултимедијални содржини на часовите или без интеракција, учество на учениците. Тие исто така сметаат дека треба да постои соодветна база на податоци за наставните предмети со линкови од кои треба да се користат материјалите.

Техничките услови реално ја отежнуваат мултимедијалната презентација на наставните содржини. Во таа смисла, контрадикторна е и употребата на мобилните телефони во наставата, иако и тие се медиум што е најдостапен и за наставниците и за учениците. Од една страна, во правилниците на училиштата (куќен ред) стои забрана за користење мобилни телефони, а од друга – тие некогаш се единствено средство за интернет врска со содржините што се предвидени за наставниот час.

Од друга страна, наставниците многу повеќе ги користат медиумите за комуникација со учениците. Речиси се едногласни во потврдата дека секој наставник на социјалната мрежа Фејсбук има група со своите ученици. Во рамките на овој медиумски простор тие поставуваат насоки и задачи од наставните содржини, даваат општи информации, нудат материјали за работа, вежби. Дури соработката со учениците на овој начин е оценета како одлична.

**Едукација за активно граѓанство.** Генерално, наставниците се свесни за значењето на медиумската писменост и за нејзината улога како клучна компонента на модерното образование. Но сериозно упатуваат на неопходноста од обуки за примена на медиумите во наставата. Потребни се токму обуки поврзани со новите медиуми и ресурси, од причини што досегашните, организирани од Бирото за развој на образованието и од Министерството за образование и наука, се однесувале на наставни техники за интерактивна настава

48. Исказ на професорка од фокусна група што беше реализирана во Скопје (25.6 2016)

49. По однос на компјутерите кои беа интегрирани со проектот „Компјутер за секое дете“, наставниците потврдуваат дека тие се веќе истрошен материјал поради амортизација, но и поради недостаток од грижа и култура за нивна употреба

50. Исказ на професорка од фокусна група што беше реализирана во Скопје (25.6 2016)

51. Исказ на професор од фокусна група што беше реализирана во Куманово (27.6 2016)

која често и не ги вклучува медиумите. Ова особено од причина што учениците многу побрзо од нив се запознаваат со можностите на медиумите и нивното користење, но немаат доверба во нивните содржини.

*Ученициите реагираат лошо... велат не сакаме да слушаме за медиуми, затоа што тие се лага. Така велат деведесет проценти од ученициите. Имам општор кога им предавам за радио, за телевизори и за весници.<sup>52</sup>*

Ова е клучната констатација која покажува дека медиумската писменост треба да биде интегрирана во воспитно-образовната дејност, затоа што само на овој начин и наставниците и учениците ќе бидат подготвени да се соочат со предизвикот на новиот дигитален век.

#### **СРЕДНОШКОЛЦИТЕ И МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ**

Како основен субјект во воспитно-образовниот процес, учениците се активни учесници во реализацијата на наставните содржини. Искусствено и генерациски, како дел од новото дигитално време, тие се едуцираат преку модерните форми на комуникацијата. Социјалните мрежи, интернетот, напредните можности на мобилната технологија – ги става чекор пред искуствата и знаењата на нивните едукатори, наставниците. Отсуството на доволно теми за медиумска писменост се одразува врз нивното знаење за влијанието на медиумските пораки, вештините на интерпретација, улогата и функциите на медиумите и, особено, за создавање критички однос кон нивните содржини. На овој начин, тие се оставени сами да се соочуваат со ефектите на промените кои имаат силно влијание во општествата и културата.

**Разбирање на медиумската писменост.** Македонските средношколци имаат само делумни предзнаења за медиумската писменост, односно тие ги препознаваат само

основните поими на комуникација со медиумите. Според нив, медиумската писменост означува:

- информираност за настаните што се случуваат, за светот
- пристап на новинарите во објавувањето на вестите
- Препознавање пристрасност, непочитување на принципите од страна на новинарите, рекламирање, наклонетост кон партиски и други идеологии
- способност преку читање на повеќе медиуми и анализирање на повеќе податоци и информации да се расуди што е вистината
- медиумска писменост како медиумска култура или свест за значењето на медиумите и како ние ги искористуваме медиумите во секојдневното живеење.
- одвојување на важни од неважни информации
- резервираност по објавените информации и увид во вистинитоста од повеќе извори
- способност на медиумот да пренесе информација до самиот читател (точна и веродостојна информација)
- обид да се допре до публиката, добро изразување, почитување на личноста
- писменост од страна на медиумите коишто пласираат информации
- интерпретација на теми од повеќе гледишта

Нивните размислувања се однесуваат на два аспекти на интерпретација на поимот – „писменост на примателот на медиумските содржини“ и „писменост на самите медиуми“. Според нив, медиумската писменост се однесува на начинот на којшто примателот ги чита медиумските пораки и на поврзувањето на нивното значење со личните искуства и личната култура. На тој начин се разбираат медиумските содржини со кои секојдневно се соочуваат. Во однос на самите медиуми, тие препознаваат само писменост во презентирањето на медиумските пораки, од јазичен и од семантички аспект.

52. Исказ на професор од фокусна група што беше реализирана во Куманово (27.5.2016)

**Потребата да се биде медиумски писмен.**

Основен и најкористен медиум на средношколската популација е интернетот. Го користат за комуникација и за информации од различен тип. Од социјалните мрежи доминира Фејсбук, потоа Инстаграм и Снапчет, а многу поретко Твитер. Дури потоа следат другите медиуми, телевизијата, радиото и, на крај, печатот. Изборот на содржините најчесто е поврзан со изборот на медиумот. Нивното внимание е сосредоточено врз следните жанровски форми:

Притоа, значајно е да се истакне дека во изборот на медиумските содржини, учениците имаат развиена свест дека медиумите имаат влијание врз нив. Односно, тие сметаат дека медиумот ги придобива со привлекување преку слики, специфичен новинарски јазик, драматичност, емотивност и реклами кои се маска на медиумите. Освен тоа, тие се свесни дека не постои медиум којшто создава неутрална слика за настаните и случувањата од непосредната стварност. Нивниот впечаток е дека медиумите, посебно националните – повеќе

Телевизија	НВО (филмови, документарни емисии) Американски и англиски серии Discovery Музички канали Вести Шоу емисии („Твоје лице ми звучи познато“, „Пинкове ѕвездице“)
Радио	Утрински програми Музички листи
Печат	Семеен магазин (многу ретко)

Табела 3. Избор на средношколците на содржини од масовните медиуми

По однос на изборот на содржините, интересна е нивната забелешка дека националните телевизиски канали во Македонија се окупирани со турски телевизиски серии и турбофолк манифестации на помалку познати музички ѕвезди. Сметаат дека нивни консументи се повозрасните гледачи (пенсионерите), додека родителите најчесто се преокупирани со информативните програми – вестите (на интернет сајтовите или на телевизија). За нив, како млади, понудените турски серии и турбофолк забавни шоуа се „под нивното културно ниво“. Во исто време, средношколците имаат забелешки и на програмската шема на македонските медиуми, односно на политичките емисии и емисиите со исклучиво партиски идеолошки влијанија. Гледано сумарно, за нивната возрасна група речиси и да нема интересна понуда. Сепак, дел од учениците признаваат дека ги следат дебатните емисии кои третираат теми од актуелниот општествен и политички живот во земјата, а едно од образложенијата е:

*Многу е интересно да се видаат различни аспекти на различни теми особено кога ќе има можност да видиш како размислуваат луѓе коишто се наоѓаат многу блиску до изворои.<sup>53</sup>*

имаат негативно отколку позитивно влијание. „Мислам дека шират омраза“, вели еден ученик, ставајќи го својот коментар во контекстот на меѓуетничките и навивачките тензии стимулирани од медиумите.<sup>54</sup> Исто така, голем дел од учениците сметаат дека медиумите влијаат врз нивното мислење и став по однос на сите теми од секојдневниот живот:

*Проблемој со медиумите во Македонија е што ние, младите, мислиме дека се информирани и дека имаме информации коишто ни се илустрираат сејкогаш и нема да влијаат добро на нашиот интерес, воопшто.<sup>55</sup>*

**Препознавање на медиумската писменост во наставните програми и воннаставните активности.** Што се однесува на прашањата поврзани со наставата и медиумите, заедничка забелешка на сите фокусни групи средношколци е дека не постојат доволно технички услови во училиштата за следење на наставата со активно вклучување на информациско-комуникациските технологии. Сепак, одреден број наставници, со личен ангажман во рамките на своите предмети (македонски јазик и литература, ликовна уметност, странски јазици) настојуваат да внесат мултимедијални содржини при реализација на наставата. Спо-

53. Исказ на средношколец од фокусна група реализирана во Скопје (25.5.2016)

54. Исказ на средношколец од фокусна група реализирана во Скопје (25.5.2016)

55. Исказ на средношколци од фокусна група реализирана во Скопје (3.06.2016)

ред средношколците, дел од училиштата, имаат едвај еден кабинет со интернет поддршка (смарт-табла, медијатека) и тој најчесто се користи со претходно закажување на соодветен термин. Во дел од училиштата училниците се опремени и со лцд-проектори.<sup>56</sup>

Затоа, пак, воннаставните активности и неформалното образование нудат содржини кои ги откриваат нивните интереси и потенцијали, но самите немаат доволно мотивација за нивно следење. Проблемот е во нивната организација, односно поради часовите и ангажманот на редовната настава. Имено, формата на проектни активности е одличен модел, но практично тешко спроведлив од причина што се однесува на активности надвор од редовната настава и за време на викендите. Овие содржини, според средношколците, бараат посветеност и време, а редовната настава е обемна, со шест и седум наставни часови дневно. Само мал дел од наставниците, со лично ангажирање, успева да ги реализира овие активности и тие најчесто се поврзани со организирањето на патрониот празник на училиштето. Од проектните активности, најинтересни за нив се оние посветени на драмата, дебатата, училишниот весник, веб дизајнот (само како уредување на веб страницата на училиштето), дебатата, посетите на одредени институции.

**Едукација за активно граѓанство.** На прашањето колку училиштето ги подготвува за оформување критички однос кон општеството, средношколците имаат поделени мислења. За едни, наставните програми се застарени и не им помагаат во самореализацијата и личниот развој. Наставните содржини, кои се утврдени со наставните програми, не поттикнуваат размена на мислења и ставови, формирање критички однос и слично. За други, пак, некои наставници умеат да ги актуелизираат наставните содржини и да ги постават во форма на дебата, што особено им помага во стекнувањето лични вештини за комуникација со заедницата.

Сепак, нивен заеднички заклучок е дека со актуелните наставни програми и организацијата на наставата, училиштето не ги подготвува за активно учество во општествениот живот и во создавањето критички однос кон стварноста. Се издвојуваат само поединци – наставници кои ја почитуваат слободата на мислењето и дебатата како наставна форма и промовираат висока морална и интелектуална култура, однесување и знаење. Тие уживаат и авторитет и почит од учениците, наспроти оние конзервативните и стереотипни наставници, кои не оставаат простор за соработка со нив.

56. Најголем дел од училиштата имаат десетици технички исправни компјутери кои се заштитени од активна употреба, поради потребите за реализација на екстерното тестирање

# IV.

## МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО ГРАЃАНСКИОТ СЕКТОР ВО МАКЕДОНИЈА

## МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ И ГРАЃАНСКИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Современиот концепт на медиумската писменост е насочен кон иницирање општествени промени што треба да им го подобрат животот на граѓаните. Оттука и важноста за инвестирање во медиумски писмено граѓанство, преку подигнување на свеста и едукација на граѓаните да се активираат и да учествуваат во јавниот живот. Граѓанските организации се оние кои ги претставуваат граѓаните и нивните интереси иницирајќи позитивни промени. Нивните активности ги подразбираат основните поими на модерната медиумска комуникација – информирањето, споделувањето, дебатата и изразувањето став.

Еден од најпознатните протагонисти на медиумската писменост, Пол Михаилидис (Paul Mihailidis), анализирајќи ги овие промени, посочува кон три моменти: прво, дали медиумската писменост ја создаде граѓанската агенда како платформа за социјални медиуми? Второ, дали медиумската писменост ги создаде „активните“ индивидуи? Трето, дали медиумската писменост останува „аполитична“?<sup>57</sup> Несомнено, новите медиуми станаа платформа за споделување информации, а поединецот – активен учесник во пошироката општествена заедница. Преку социјалните вмрежувања, тој директно влијае врз нејзиниот развој. Во улога на катализатори на граѓанските интереси, цивилниот сектор е еден од факторите што влијае врз развојот на медиумската писменост (покрај медиумската едукација, политиката за медиумска писменост и медиумската индустрија).<sup>58</sup>

Најдобра илустрација за оваа улога на новото проактивно граѓанство се Арапската пролет, иранската Твитер револуција, Окупирај го Волстрит или пак, рефлектирано во локален контекст: Аман, Студентскиот пленум, Шарената револуција и слични граѓански движења. Сите тие иницираа општествени промени користејќи ги придобивките од умно и планско користење на медиумите.

Истражувањето „Медиумската писменост во Македонија: алката што недостасува за активно граѓанство“ е еден од рет-

ките обиди да се утврди дали граѓанските организации во земјата го препознаваат концептот на медиумска писменост како предуслов за активно учество на граѓаните во јавната сфера и како најчесто ја поттикнуваат/практикуваат. Дополнително, истражувањето беше фокусирано и врз идентификување на предностите и слабостите во соработката меѓу медиумите и граѓанскиот сектор во Македонија, во пресрет на основањето на Коалицијата за медиумска писменост.

Со оглед на специфичноста на областа што се истражува, но и поради широкиот дијапазон на граѓански субјекти кои делуваат во земјата, истражувањето опфати два типа организации:

А. Организации чиешто делување е предмет на интерес на медиумската писменост: пристап, евалуација и креирање информации, безбедност на интернет, дигитална писменост, филмска писменост, компјутерска писменост, медиумска едукација за млади и возрасни, младински активизам, промовирање професионално новинарство и сл. За таа цел, истражувачкиот интерес беше фокусиран врз активностите на следните организации:

- *Македонскиот инстџитиути за медиуми*, организација која освен што работи врз јакнење на професионалното новинарство, е и пионер во промоцијата на медиумската писменост во образованието во Република Македонија.
- *Младинскиот образовен форум (МОФ)*, организација за младинско организирање и образовни политики, медиумска едукација и поддршка на младите.
- *Метјаморфозис*, фондација која работи во сферата на безбедност на интернет и промоција на новинарските стандарди.
- *МакеДокс* - организација која работи врз промоција на филмската писменост и филмската култура.
- *Центар за нови медиуми* – организација која се занимава со промоција на дигиталната писменост, новите медиуми, онлајн маркетингот, интернет комуникацијата.

57. Mihailidis, P. (2011) New Civic Voices & the Emerging Media Literacy Landscape, Journal of Media Literacy Education 3:1, p. 4 – 5, Достапно на: <http://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1053&context=jmle>

58. EAVI, Завршен извештај за студијата Критериуми за проценка на нивоата за медиумска писменост, стр. 7. Достапно на: [http://ec.europa.eu/culture/library/studies/literacy-criteria-report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/studies/literacy-criteria-report_en.pdf)

Б. Организации што промовираат универзални демократски вредности: заштита на човековите права, заштита на маргинализираните групи граѓани, екологијата, здравството и социјалните прашања:

- *Флорозон* – организација за промоција на правото на здрава животна средина и екологија
- *Борка* – здружение за борба против ракот
- *Сумнал* – здружение за развој на ромската заедница
- *Отвори ги прозорциите* – организација за промовирање на асистивна технологија и инклузија на лицата со попреченост
- *Националниот сојуз на инвалидски организации во Македонија* – сојуз на организации за заштита на лицата со инвалидност, нивна инклузија и рамноправност во општеството.

Истражувањето беше спроведено со длабински интервјуа на претставници на наведените граѓански организации и деск-анализа на податоци и документи за работата на овие организации.

### ГРАЃАНСКИ ОРГАНИЗАЦИИ ШТО ПРОМОВИРААТ МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ

Во Македонија не постои специјализирана организација за медиумска писменост, како што тоа е случај во други земји. На пример, Центарот за медиумска писменост (CML – Center for Media Literacy) во САД<sup>59</sup>, американската Национална асоцијација за едукација за медиумска писменост (NAMLE – National Association for Media Literacy Education)<sup>60</sup>, канадската Медиасмартс (Media Smarts – Center for Digital and Media Literacy)<sup>61</sup>, белгиската Медиавиџ (Mediawijs)<sup>62</sup> и слични. Најчесто, овој тип активности што ги презема граѓанскиот сектор во Македонија во поголема или во помала мера се одвиваат во рамките на општите цели за професионализација на медиумите, заштитата на слободата на изразување, саморегулацијата, комуникацијата со јавноста и слично. Оттука е и обидот за „мапирање“ на овие практики распоредени во повеќе области, нивната перцепција за состојбата со медиумската писменост во земјата, соработката со надлежните институции, со ме-

диумите, со граѓаните, како и утврдување на предностите и слабостите во оваа сфера.

**Препознавање на концептот на медиумска писменост:** Овој тип граѓански организации јасно го препознаваат концептот на медиумска писменост. Најчесто под овој широк поим подразбираат „оспособување на целните групи за критичко размислување“, „критички став кон понудените медиумски содржини“, „разбирање за функцијата на медиумите и нивниот јазик“ и „умешност за препознавање пропаганда и други форми на медиумски манипулации“, „поттикнување активно граѓанство“. Притоа, посебно значење ѝ придаваат на дигиталната писменост.

*Има потреба од дигитална писменост, а тоа е еден посебен поим, којшто исто така не е широко дефиниран во некоја теориска рамка, но се однесува не само на техничката способност да се користи новите технологии за примање и испраќање информации и ширење – шуку и на осознавање на оштетливите импликации од тоа користење... Тоа зайочнува од свесноста за поврзувањето на човековите права, особено на лично ниво, со сферата на новите технологии.*<sup>65</sup>

**Проектни активности.** Граѓанските организации најчесто промовираат прашања поврзани со безбедноста на интернет, со дигиталната писменост, медиумската едукација, промовирањето на новинарските стандарди и професионалноста, граѓанскиот активизам, филмската писменост. Значаен дел од овие активности се реализираат во образованието (и со поддршка на Министерството за образование), но и како активности во неформалното медиумско образование.

Еден од најзначајните потфати на граѓанскиот сектор е оној на *Македонскиот институт за медиуми*, којшто заедно со Институтот за демократија „Социетас Цивилис“ од 2009-2011 година, со поддршка на Министерството за образование и наука, реализираше 56 обуки за медиумска писменост за повеќе од 1.100 наставници во основното образование и ги креираше „Прирачникот за наставници за изучување на медиумската писменост во наставата по мајчин јазик“ и веб страницата [www.mediumskapismenost.edu.mk](http://www.mediumskapismenost.edu.mk)<sup>64</sup>. Од 2012 година, како еден од шесте партнери

59. Види повеќе за организацијата: <http://www.medialit.org/about-cml>,

60. Види повеќе за Националната асоцијација за едукација за медиумска писменост: [www.namle.net](http://www.namle.net)

61. Види повеќе на : [www.mediasmarts.ca](http://www.mediasmarts.ca)

62. Види повеќе на: [www.mediawijs.be](http://www.mediawijs.be)

63. Исказ на Филип Стојановски, претставник на фондацијата Метаморфозис

64. Исказ на Славчо Миленковски, претставник на Македонскиот институт за медиуми.



на „Проектот на УСАИД за меѓуетничка интеграција во образованието“ што го реализира Македонскиот центар за граѓанско образование, МИМ, освен што комуницира со јавноста за овој проект, во соработка со новинарите спроведе и 15 обуки за наставници и ученици за продукција на мултимедијални интернет содржини во контекст на меѓуетничката интеграција во образованието, како и 19 обуки за планирање ефикасни интерактивни јавни презентации.

Со поддршка на Европската Унија, МИМ од 2016-2018 година, во рамките на проектот „#ReForMedia“ и во соработка со неколку национални ТВ и радиостаници, ќе организира медиумска кампања за едукација на граѓаните за значењето на професионалните новинарски стандарди, односно како да разликуваат факти од коментари и пропаганда од новинарство. Истовремено, активностите ќе бидат фокусирани и врз поттикнување/охрабрување на граѓаните да бараат повквалитетно новинарство и да добиваат веродостојни информации преку медиумите.

Македонскиот образовен форум е организација мошне активна во поттикнување младински иницијативи и активизам, но и во медиумската едукација за младите. Таа во 2014 година го реализираше истражувањето „Младите и медиумите“, како дел од регионалната иницијатива за утврдување на состојбата со медиумите и младите, во која учествуваа 11 земји<sup>65</sup>. Преку програмата МедиаАрт, МОФ работи врз поттикнување на уметничкиот израз на младите и на средношколците и нуди разни едукативни содржини и обуки за новинарство. Последните неколку години работи и врз развивање на „дебатерството“ како основа за критичко и аргументирано изразување. На младите им се овозможува и самите да бидат активни во јавната сфера и креатори на медиумски содржини, првенствено преку различни рубрики кои се емитуваат на интернет радиото Радио МОФ (програмата „Незадолжителна лектира“).

Фондацијата Метаморфозис повеќе од една деценија вложува сериозни напори за едукација на младите и на општата јавност за јакнење на свеста за безбедноста на интернет, заштитата на правото на приватност и спречувањето говор на омраза во онлајн комуникацијата. Во 2008 ја креираше веб стра-

ницата [www.bezbednonainternet.org.mk](http://www.bezbednonainternet.org.mk), која што и денеска претставува ресурсен центар на едукативни содржини наменети за различни целни групи со совети и упатства како успешно да се снајдат во сè „погуститиот онлајн сообраќај“.

Во соработка со Дирекцијата за заштита на личните податоци, Метаморфозис организира обуки за учениците и за професорите во средните училишта во Скопје, насловени како „Час по приватност“.<sup>66</sup> Во исто време, во соработка со Институтот за човекови права и мир од Кан, Франција, фондацијата креираше прирачник за наставници „Слобода на изразувањето и приватност во дигиталната ера“.

*Тоа е она што во рамките на неформалното образование го нудиме како синџир на нашите сознанија или искуства од претходниот период во овие две области. ... Тоа се теми коишто се вклопуваат со темата медиумска писменост и коишто се значајни за младите, бидејќи дел од своето неформално образование и оформување на ставовите го добиваат преку медиумите.<sup>67</sup>*

Нивните искуства од овие активности покажуваат дека младите луѓе вклучени во овие проекти се особено заинтересирани за нови искуства и нови знаења. Но она што недостасува, според нив, е системска поддршка за едукација на учениците за медиумската, а особено за дигиталната писменост, како и обуки во училиштата, проектни активности поврзани со медиумите и конкретни содржини во наставната програма.

Од 2013 година Метаморфозис работи и врз популаризирање на културата за препознавање професионални новинарски стандарди и етички принципи преку „Сервисот за проверка на факти“, во којшто новинари анализираат новинарски написи на свои колеги, базирани врз (не)почитување на Етичкиот кодекс на новинарите.

*Наша перцепција е дека обичните граѓани коишто не се поврзани со новинарството немаат претстава за тоа што се критериуми (за професионално и етичко новинарство) коишто би им овозможиле да проценат дали даден новинарски текст е квалифициран или не.<sup>68</sup>*

65. Повеќе за истражувањето, види на:

<http://www.radiomof.mk/regionalno-istrazhuvane-mladi-i-mediumi-radioto-e-najdoverliv-medium-za-mladite/>

66. Повеќе за проектот види на [www.metamorphosis.mk](http://www.metamorphosis.mk)

67. Исказ на Филип Стојановски, претставник на фондацијата „Метаморфозис“

68. Ibid.

Кога се зборува за филмот како медиум за изразување став и за промоција на филмската писменост воопшто, неизбежно е да се спомнат едукативните активности на *МакеДокс*. Освен што има организирано неколку филмски фестивали и „Патувачко кино“, оваа организација, со поддршка на Министерството за образование и наука, успеа да го потенцира значењето на филмот и визуелната уметност во средното образование. Тоа го има сторено преку обуки за 122 професори по предметите Граѓанско општество и Социологија, а креираше и два прирачници „Македокс во училишта“ (препораки за креативни документарни филмови) и „Ние сме визуелни“, кои се адаптирани на наставната програма по овие два предмети. Нивната интерна евалуација покажала дека редовните практики за вклучување на филмската писменост во формалното и во неформалното образование придонесува за креирање критичка маса на идното граѓанство кое ќе реагира на промените и ќе учествува во создавањето подобри услови за живот и ќе знае како да препознава пораки, да формира ставови, мислења и критички однос кон медиумската содржина.

*„Имавме дискусии по секој филм, зашто што не се навикнаа да гледаат документарни содржини и зашто нас ни беше пријатно да ги оставиме пораките да се толкуваат како било. Сакавме притоа да видиме како го разбираат филмот и некако, заедно со нив да формулираме што видовме.“*<sup>69</sup>

Како дел од неформалното образование за филмска писменост на младите е и основањето на Младинските филмски клубови во повеќе градови низ Македонија.

**Соработка со институциите.** Најчеста соработка што ја имаат овој тип организации е со Министерството за образование и наука и со Бирото за развој на образованието, пред сè поради интенцијата на граѓанскиот сектор ваквиот тип активности да се инкорпорираат во формалното образование. Но, перцепцијата на граѓанските организации е дека комуникацијата со нив најчесто е спора и „трмава“ кога станува збор за вклучување на ваков тип иницијативи во образованието. Имено, Министерството за образование и наука одлучува кои организации и

какви програми и активности можат да се реализираат во училиштата. Таквиот формализиран и централизиран однос го отежнува и го одложува пристапот до учениците.

Како потврда за тоа е и учеството на граѓанските организации во креирањето на Стратегијата за млади 2016-2025 на Агенцијата за млади и спорт<sup>70</sup>, сведено на општи и формални, консултативни средби. Стратегијата навистина има структуриран пристап за различни прашања, како што се младинското учество, младинското информирање, образованието, културата, спортот, квалитетот на животот, и во неа невладините организации се нотирани како еден од клучните актери за нејзина реализација. Но тргнувајќи од досегашните искуства, но и поради отсуство од конкретна и транспарентна потврда за реализација на предвидените и планирани активности во Стратегијата, прашањето за нив е дали и колку ќе добијат еднакви шанси (со другите институции) за учество во нејзината имплементација.

Сепак, сите се едногласни во ставот дека е неопходна „вкрстена“ соработка меѓу институциите чишто надлежности се во овој домен: Министерството за образование и наука, Министерството за информатичко општество и администрација, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, Дирекцијата за заштита на лични податоци, јавниот радиодифузен сервис, Советот за етика во медиумите и сл.

## **ГРАЃАНСКИ ОРГАНИЗАЦИИ ШТО ПРОМОВИРААТ УНИВЕРЗАЛНИ ДЕМОКРАТСКИ ВРЕДНОСТИ**

Иако станува збор за граѓански организации што третираат теми од јавен интерес, како што се човековите права, екологијата, здравата животна средина, здравството и слично, не може да се каже дека во активностите на овие организации отсуствуваат содржини поврзани со концептот на медиумска писменост. Напротив, медиумската писменост може да се препознае во сите реализирани активности со кои тие учествуваат во процесот на подигнување на свеста на граѓаните за проблемите што ги третираат и што ги засегаат. Формите се различни, од обуки, семинари, едукативни трибини, комуникацијата со медиумите, до креирањето материјали за нивните официјални сајтови.

69. Исказ на Сашо Николоски Алушоски, претставник на граѓанската организација „Македокс“

70. Види повеќе: Национална стратегија за млади 2016 – 2025, Агенција за млади и спорт, достапно на [http://arhiva.vlada.mk/registar/files/Nacionalna\\_strategija\\_za\\_mladi\\_2016\\_2025.pdf](http://arhiva.vlada.mk/registar/files/Nacionalna_strategija_za_mladi_2016_2025.pdf)

**Препознавање на концептот на медиумска писменост.** Оваа категорија граѓански организации медиумската писменост ја поврзуваат со процесите на пренесување информации поврзани со нивниот делокруг на работа. Фокусот го ставаат врз начините на комуникација со својата целна група и содржините од нивниот тесен интерес. Тие само делумно го препознаваат концептот на медиумската писменост и најчесто го дефинираат како „запознаеност со медиумите и нивото делување“, „начини на презентација и промоција на активностите коишто се имплементираат во рамки на програмите што се дел од организациите“; „подготвеност за комуникација со јавноста, презентација“. Исто така, за нив медиумската писменост значи и препознавање точни и вистинити информации наспроти неточните што ја искривуваат вистината; лексичко-граматички контекст, примена на вокабулар и степен на учтивост при обработка на одредена содржина.

*...бидејќи сме организација од јавен карактер и истрајно нашите активности се јавни, сметаме дека соработката со медиумите е клучна во насока на промоција на нашиот активност и дека има комуникација треба да биде на едно квалификувано ниво. Па, и покрај се трудиме во поголемиот дел од случаите да водиме грижа за начинот на којшто комуницираме, пред сè од содржински карактер нашиот информации да бидат на едно повисоко и професионално ниво, но сепак разбирливо за обичниот слушател, читател или гледач.<sup>71</sup>*

**Комуникација со целните групи и граѓаните.** Најчеста форма на комуникација со јавноста на овие организации се социјалните мрежи и веб страниците на кои презентираат текстови напишани од релевантни лица за конкретната тематика со кои и ги промовираат своите активности. Паралелно, во процесот на информирање, пред сè, поради специфичноста на целните групи (болни, социјални случаи, лица со инвалидитет) ги користат и традиционалните – телефонски контакти, брошури, флаери, а особено директната, теренска комуникација. Дури, директната комуникација е „најцелисходниот“ начин на работа и комуникација, особено со целните групи:

*...активни сме на терен имаме теренска работа во населбата каде што дејствуваме. Исто така, тука често правиме и средби со граѓаните, разговараме на теми коишто нив им се интересни, дискутираме за одредени проблеми за подобрување на нивниот живот, за сите работи коишто нив им се интересни и воедно им презентираме што нудиме ние, како организација, и во кои домени можеме да им помогнеме за нивните потреби.<sup>72</sup>*

Притоа, специфичноста на работата на овие организации, целните групи на кои им се обраќаат, како и терминологијата што се користи, налага посебно внимание во комуникацијата. Тие се свесни за тоа и настојуваат информациите да ги спакуваат така што ќе бидат достапни за сите.

*Мисијата е да имаме достапни информации за секој... Ние даваме информации да можат да ги разберат лицата со интересност, но и другите целни групи, како навистина, родителите. Значи, поради тоа ги креираме според потребите што го имаме. Тие што не се заинтересирани можеби помалку можат да не разберат, меѓутоа гледаме секогаш да го упростиме зборот што го користиме.“*

**Комуникација со медиумите.** Во процесот на информирање на јавноста, заеднички став на овие организации е дека медиумите не покажуваат доволна отвореност за соработка и ретко ги актуелизираат темите и прашањата кои тие ги третираат. Најчесто, соработката со медиумите се одвива по нивна иницијатива и речиси без исклучок, по повод некој настан од поголеми размери (особено кога задолжително се промовира претставник од владините ресори). Од ретките искуства што ги имаат со медиумите, ги издвојуваат контактните телевизиски емисии преку кои остваруваат непосреден контакт со гледачите. Поради ваквиот третман, тие прават напори преку различни форми на дејствување, како манифестации и акции, да ја подигнат свеста на граѓаните за темите и проблемите што ги застапуваат.

Исто така, критички став имаат и кон медиумските содржини што се фокусирани врз општествено-политички теми, што не остава доволно простор за теми од социјалниот

71. Исказ на претставник на граѓанската организација „Флорозон“

72. Исказ на претставничка на граѓанската организација „Сумнал“

живот на граѓаните. На тој начин и нивната работа, проектите и реализираните активности остануваат незабележани од пошироката јавност. Според нив, медиумите треба да бидат сервис меѓу невладиниот сектор и граѓаните, а медиумските работници информирани за повеќе аспекти на општествениот живот. Во таа насока, можеби клучен е ставот дека „медиумите треба да работат со невладините, а невладините со медиумите“.

*Неопходно е да се насочат нашите активности кон зајакнување на односите меѓу граѓанскиот сектор и медиумите, пред сè поврзани со областите и темите... Иреку градење меѓусебни партнерства и заемно градење на капацитетите.<sup>73</sup>*

**Соработка со институциите.** Соработката со институциите во државата е коректна и задоволителна, но тешко се обезбедува помош во форма на поддршка или грантови за реализација на проектите. Таа најчесто се одвива со надлежните министерства за конкретната област што ја покриваат невладините организации, како Министерство за труд и социјална политика, Министерството за образование или Министерството за здравство.

Но, иако е изграден однос со институциите во државата, како важен извор на информации од областа што ја покриваат, она што посебно им се забележува е бавноста во ажурирањето на релевантни податоци потребни за работата на невладините организации, што под знак прашање ја става нивната релевантност и точност. Тоа, од друга страна, дава необјективна, понекогаш и погрешна слика за реалните состојби.

**Обуки за комуникациски вештини.** Претставниците на овие организации ретко посетувале обуки за медиуми, комуникации и односи со јавноста. Само мал дел од нив биле вклучени и „обучувани“ за подобрување на нивните комуникациски вештини. Во тој контекст, внимание заслужуваат активностите на Флоразон – центарот за еколошка демократија, во рамките на проектот „Развој на еколошко истражувачко новинарство“ (финансиран од Европската Унија), кои вклучуваат и комуникациски вештини, односно работилници за запознавање со начините и техниките на комуникација, пред сè помеѓу граѓанските организации и

медиумите, граѓанските организации и јавноста, како и граѓанските организации и институциите.

Несомнено, потребно е сеопфатно медиумско образование во сите сегменти на општеството за да се создадат услови за еднаков пристап кон сите општествени теми и проблеми. Ова особено поради фактот што нивниот обид да презетираат точни и сеопфатни информации што ќе влијаат врз јавноста за темите што ги застапуваат станува сè потежок и посложен процес. Тие се свесни за општествените импликации од начинот на којшто ги презентираат содржините поврзани со нивната дејност и во таа смисла, недостасуваат обуки за комуникациски вештини и медиумска писменост.

Од друга страна, тие сметаат дека граѓанството сè уште не е медиумски писмено и во таа насока, внимаваат на веродостојноста на понудените содржини и информации, со вклучување на стручни лица и експерти од областите што ги застапуваат, како и релевантни податоци од официјални државни институции. Но и за нив е потребна обука. Односно, „не е доволно само базично образование, потребно е да се едуцираат и граѓаните.“<sup>74</sup> Многу ретко се организираат обуки за граѓаните чии интереси ги застапуваат овие граѓански организации.

*Сега првпат имаме обука со која, како организација, ќе ги зајакнуваме комуникациските вештини на лицата со површеност.<sup>75</sup>*

## ГРАЃАНИНОТ И МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ

Анализата на извештајот за активностите на граѓанските организации потврдува дека и на граѓанинот, како субјект, не само што му е потребна, туку му е неопходна медиумска писменост. Тој и во Република Македонија го живее 21. век. Благодарение на новите технологии – социјалните платформи, тој станува неразделен дел од заедницата во која активно учествува и ги споделува своите идеи, ставови, гледишта, дури и надвор од централизираните општествени ресурси. Со тоа ги брише границите меѓу медиумот и заедницата, меѓу граѓанинот (на општеството) и корисникот (на медиумите). Но мора да знае, да препознае, критички да проценува и да расудува кои и какви информации му се пласираат – медиумски да се едуцира.

73. Исказ на претставник на граѓанската организација „Флорозон“

74. Исказ на претставник од граѓанската организација „Борка“

75. Исказ на претставник од граѓанската организација „Отвори ги прозорците“

*Социјалните медиуми практично ѝ овозможуваат на секоја единка да биде новинар сам за себе и доколку смета, може да лиферира, односно да проследува весџи, сџавови во однос на џие весџи, ... во џој контекст еџикаџа во извесџувањето во медиумскиот просџор мора да биде засџаџена. Образованието мора да... да има клучна улога.<sup>76</sup>*

Едно од клучните прашања коешто бара такво „знаење и препознавање“ и сите ги засега е токму заштитата на личните податоци. Многумина во практиката се соочиле со злоупотребата на своите лични податоци, и тоа токму преку медиумите. Прашањето е: дали и како реагираше? Дали и за тоа е потребна медиумска писменост?

**Институционална поддршка.** Тука клучна улога има Дирекцијата за заштита на личните податоци (ДЗЛП), која, во согласност со Законот за заштита на личните податоци, се грижи (врши надзор при обработката на личните податоци) за заштита на личните податоци и за поддршка на граѓаните на Република Македонија за остварувањето на тоа право. Односно, нејзината дејност на работа опфаќа повеќе аспекти директно поврзани со медиумската писменост.

Дирекцијата не само што „интервенира“ кога е повредена приватноста, односно кога се злоупотребени нечији лични податоци (во медиумите, на социјалните мрежи и слично), туку континуирано организира обуки за граѓаните и средношколците, редовно остварува комуникација со сите засегнати субјекти преку официјалниот сајт и преку електронска пошта, а соработува и со институциите во државата и невладиниот сектор. Искуствата на Дирекцијата потврдуваат дека расте свеста на граѓаните за правото на приватност, а посебно препознавањето на говорот на омраза и на повредата на личните податоци. Дирекцијата како институција има свои медиумски алатки што се достапни и што често се користат од страна на граѓаните. Тие остваруваат непосреден контакт со корисниците преку официјален сајт, електронска адреса, но и преку социјалните мрежи и тоа, Фејсбук фан страната на Дирекцијата, која, според нив, е посетена дури и од официјалниот сајт. Во електронската комуникација со граѓаните, оваа институција посебно ги почитува стандардите за информирање и односи со јавноста, водејќи сметка за сите етички и правни кодекси.

**Препознавање на значењето на заштита на личните податоци.** Кога станува збор за заштитата на личните податоци, од Дирекцијата истакнуваат дека расте бројот на претставки за нарушување на приватноста на граѓаните од страна на медиумите, институциите и други граѓани. Но, прашање е дали тоа истовремено значи и пораст на свеста на граѓаните за значењето на заштитата на личните податоци. Или, еднострано, паралелно со дигитализацијата на сите општествени сфери зголемен е бројот на можни прекршувања на приватноста. Сепак, токму продорот на дигитализацијата во секој сегмент на општеството ја наметнува потребата од национална стратегија за медиумско описменување на граѓанството. Тој процес треба да започне во образовните институции, со цел запознавање со природата на функционирањето на медиумите и на нивното дејствување:

*Ние сакаме веќе на осумнаесет години на пазарот на трудот да имаме возрасен човек, кој ќе биде спремен за работа од една страна, а од друга страна, кога го фрлате во оган да работи во некоја комјанија, истајта џаа комјанија или инсџиџуџија ќе ја доведе џод прашање со џоа џџо ќе најправи злоџоџџреба на нечији лични џогаџоџи.<sup>77</sup>*

Освен тоа, нужна е потребата од медиумска писменост и во рамките на самите медиуми, меѓу другото, затоа што сознанијата од Дирекцијата кажуваат дека голем број од претставките упатени до нив се однесуваат токму на медиумските содржини, на повредата на приватноста и на говорот на омраза во медиумите. Дури најголемиот дел од претставките (околу 60 проценти) се однесуваат на повреди на приватност направени на социјалните мрежи.

**Обуки за граѓаните.** Во досегашните активности, Дирекцијата континуирано организира обуки за граѓаните. Посебно ги издвојуваат обуките со средношколци на територијата на град Скопје, преку проектот „Час по приватност“, како и соработката со невладини организации со кои, со меморандум за соработка, реализираат активности во насока на подигнување на јавната свест на социјалните мрежи, заштита и однесување на интернет (Метаморфозис, Младински образовен форум, ХЕРА, Младите можат). Во врска со образовните институции,

76. Исказ на претставник од граѓанската организација „Флорозон“

77. Изјава на Лидија Пецова, Дирекција за заштита на лични податоци

нивните забелешки се однесуваат на проектот „Компјутер за секое дете“ и недостатокот од претходни обуки за наставниците кои треба да бидат запознаени со механизмите и методите со кои треба за да се заштити личните податоци на учениците.

Од друга страна, граѓанските организации и институциите чија дејност опфаќа заштита на правата на граѓаните, преку своите искуства, ги дефинираат основните проблеми на дел од општествените групи (маргинализирани заедници, етнички групи, лица со попреченост, лица заболени

од тешки болести и други), а преку нивното едуцирање и на пошироката заедница. Во своите активности, овие организации се обидуваат да ја подигнат свеста на граѓаните за критички однос кон состојбите во заедницата, за заеднички ангажман за промени, свеста за основните човекови права, гарантирани со устав и со меѓународните конвенции. Целта на медиумската писменост, според нив, е токму тоа – социјален ангажман на поединци и организации во насока на граѓански активизам и демократизација на општеството.



V.

**МЕДИУМИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА  
И МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ**



Кога се зборува за медиумите и за медиумската писменост, се поставува прашањето дали нејзината промоција е нивна обврска, со оглед на тоа што медиумската писменост претпоставува, пред сè, *индивидуални* компетенции (употреба, критичко разбирање, комуникација)<sup>78</sup>. Поединецот, како дел од публиката, се смета „за група индивидуалци кои ги користат медиумите за свои лични потреби: како потрошувачи коишто ги избираат медиумските содржини што им се потребни и што им се допаѓаат, но и кои ги отфрлаат медиумските содржини што не им се допаѓаат“<sup>79</sup>. Експертската група за медиумска писменост што ја формираше Европската комисија ги вбројува медиумите во „групата фактори (коишто влијаат врз индивидуалните компетенции), што се одразува врз широкиот опсег на медиумската писменост, вклучително со информациската достапност, политиката за медиуми, образованието и улогите и одговорностите на учесниците во медиумската заедница.“<sup>80</sup> Според нив, медиумите се дел од медиумската индустрија, кои заедно со останатите три категории (медиумско образование, медиумска политика и активности на граѓанскиот сектор), се сметаат како надворешни фактори кои влијаат врз нивото на медиумска писменост во едно општество.

Сепак, медиумите имаат исклучително важна улога за демократските процеси во едно општество, па затоа не може да се одминат кога се анализираат практиките на медиумска писменост. Таа улога на медиумите е во нераскинлива врска со едно од основните човекови права - слободата на изразување и информирање. Уживањето на ова право на граѓаните влијае врз заштитата, јакнењето и негувањето на други општествени вредности, а особено на јавниот интерес, вистината, правдата, човечкото достоинство, демократијата и економскиот развој. Тие имаат обврска да ги поттикнуваат, да ги зајакнуваат и да ги бранат слободата на изразување и правото на информирање. Медиумите се каналот којшто им овозможува на граѓаните да добијат информации врз основа на кои

ќе донесат одлуки чии последици влијаат врз нив лично или, пак, врз општествените текови (информативната функција). Истовремено, тие ја имаат улогата на „куче-чувар на демократијата“ кое ѝ служи на јавноста. Во името на „доброто владеење“, тие се корективот на власта, алармирајќи кога таа ги пречекорува овластувањата и ја злоупотребува моќта.

Последните неколку децении, во стручната литература за медиумите и комуникациите доминира концептот на *граѓански форум* или, како што го нарекува тоа германскиот филозоф и социолог Јирген Хабермас (Jurgen Habermas) - *јавна сфера*: „мрежа за пренесување информации и гледишта“, низ која прашањата што го засегаат општеството и заедницата можат отворено и ригорозно да се истражуваат и потоа стануваат „филтрирани и синтетизирани така што се обединуваат во ... јавно мислење“ (Habermas 1996).

Оттука, медиумите не само што можат да влијаат врз политичката агенда со наметнување на горливите прашања во јавната дебата (agenda setting), туку имаат и капацитет да ја јакнат партиципативната култура и да го зголемат учеството на луѓето во процесот на владеење. Тоа подразбира дека учеството во процесот на креирање политики не е ексклузивно право на поединци. Според Дејвид Крото (David Croteau), тие се „здравјето на јавната сфера“, бидејќи овозможуваат изразување мислења, ставови на поединци и групи. Според Мајк Феинтак (Mike Feintak), граѓанското учество претпоставува „учество на информираните граѓани во општествените процеси, што значи потреба од циркулација на различни гледишта достапни до поширок круг луѓе“. Новата дигитална доба драстично ја промени насоката на комуницирање: граѓанинот, од пасивен восприемач на информациите – што еднонасочно ги прима(л) преку традиционалните медиуми, сега станува активен учесник во публиката и креатор на содржини. Интернетот и социјалните медиуми му овозможуваат тој да стане повидлив, погласен и повлијателен во изнесувањето на барањата и интересите.

78. Завршен извештај за Студијата Критериуми за проценка на нивоата за медиумска писменост, стр. 7. Достапно на: [http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/eavi\\_study\\_assess\\_crit\\_media\\_lit\\_levels\\_europe\\_finrep.pdf](http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf)

79. Hasebrink, U. (2012), The role of audience within media governance: the neglected dimensions of media literacy, Izvorni znanstveni rad, Загреб, Хрватска

80. Ibidem.

## ЗОШТО НА МЕДИУМИТЕ ИМ Е ПОТРЕБНА МЕДИУМСКИ ПИСМЕНА ПУБЛИКА?

Медиумската писменост ѝ овозможува на публиката таа да стане активно граѓанство. Медиумски писмените граѓани умеат да ја разберат вредноста на вестите, да го бранат своето право за слободно информирање, да ги оценуваат пораките кои ги примаат, да ја уживаат слободата на изразување со тоа што ќе знаат како нивниот глас да биде слушнат и да влијае во процесот на владеење.

Во земји каде што нема независни медиуми, граѓаните не можат да ги изберат своите најдобри претставници, не можат да следат што се случува во индустријата, не можат правилно да ги оценат реформите во здравствениот или во образовниот систем. Притоа, медиумската едукација не значи да им се кажува на луѓето како да размислуваат или да работат. Медиумската писменост значи овозможување средина во која ќе има „побарувачка“ за точни, сеопфатни, навремени и правични информации. На ваков начин публиката стекнува доверба во медиумските содржини, која, пак, ја наградува со лојалност видлива преку поголема гледаност, продажба на тираж и онлајн посетеност.

## МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО ЕВРОПСКАТА МЕДИУМСКА РЕГУЛАТИВА И ЕСНАФСКИТЕ ЗДРУЖЕНИЈА

Технолошките промени последните две децении ги принудија и медиумите и медиумските регулатори да го променат дискурсот во својот однос кон публиката и медиумската регулација. Првите беа и сè уште се ставени пред предизвикот како да ја задржат публиката во услови кога таа постепено „се сели“ и се информира од нови платформи, а вторите, пак – како да се надмине дигиталниот јаз со цел сите граѓани да можат еднакво да ја уживаат придобивките од новите медиуми, но и да се заштитат од можните ризици што ги носи онлајн средината.

Со Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги на Европската Унија од 2007 година (вклучувајќи ги измените во 2010 и 2013 година), Европската комисија ја препозна стратешката важност на медиумската писменост, со којашто јасно им наложи на националните независни медиумски регулатори да преземат системски мерки за нејзино унапредување (мерења на нивото на медиумска писменост, поттикнување научни истражувања, едукативни кампањи, дебати и сл.). Тоа претпоставува дека регулаторите треба да бидат сврзано ткиво на сите чинители чии дејности се врзани за оваа сфера: креатори на медиумски и други политики, образовни институции, граѓански сектор, медиуми и медиумска индустрија<sup>81</sup>. Иако се уважува виталната улога на медиумската индустрија во промовирањето на медиумската писменост, во Директивата се нагласува и неопходноста од независност на медиумите и саморегулација.

Во Прејораките на Европската комисија за медиумска писменост во дигитално опкружување за економски и социјално аудиовизуелна индустрија и инклузивно општество (2009 година), посебно се издвоени препораките до медиумската индустрија како да ја зајакне својата одговорност во подигнувањето на степенот на медиумска писменост кај граѓаните. Европската комисија им препорачува на сите учесници во медиумската индустрија „систематски да шират знаење преку информативни кампањи како се прават, уредуваат и дистрибуираат информациите и креативните содржини во дигиталниот свет, вклучувајќи го работењето на пребарувачите и како подобро можат да ги употребат“, „преку кампањи за подигнување на свеста на граѓаните да им овозможат јасни и лесно разбирливи информации за осознавање на техниките кои се употребуваат во комерцијални комуникациски цели, особено за пласирање производи, онлајн рекламирање на начин кој ќе им овозможи подобро да ги идентификуваат разликите меѓу маркетингот и содржината...“<sup>82</sup>

81. За повеќе информации за Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги на ЕУ, види на стр.2

82. Препораки на Европската комисија за медиумска писменост во дигитално опкружување за покомпетитивна аудиовизуелна индустрија и инклузивно општество (2009 г.), достапно на <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009H0625&from=EN>, пристапено на: 09.09.2016 г.

Европската унија на радиодифузери (European Broadcast Union – EBU) во 2012 година на јавните медиумски сервиси им посочи три клучни принципи по кои би требало да се водат при остварувањето на нивната улога на промотори на медиумската писменост:

- **Надминување на дигиталниот јаз** – Јавните сервиси имаат централна улога во промовирањето на медиумската писменост преку програми за едукација дека присутноста од онлајн просторот и до различниот конвергентни медиумски содржини е универзален. Јавните сервиси и помагаат на публикацијата објективно да ги следи нивните програми со цел да имаат ефикасни придобивки од нивните услуги.
- **Информирање и јакнење на демократскиот капацитет на граѓаниите** – Во средина во којашто граѓаниите се водени од информации, јавните сервиси им помагаат да разберат како медиумите функционираат, како тие влијаат на нашите животи и како најдобро можат да се употребуваат. Преку различни програми, онлајн услуги и иницијативи, тие го јакнат критичкото разбирање, активноста на граѓанство и учеството во јавната сфера.
- **Јакнење на довербата**. Јавните сервиси ги охрабруваат граѓаниите да ги употребуваат најредните медиумски технологии за да стимулираат креативноста, ангажирана публика и иновации. Јавните сервиси особено се обврзуваат да креираат безбедна, креативна дигитална средина за децата и младите. Кампањи, онлајн алатки и мултимедијални програми можат да им овозможат на децата и младите активно да учествуваат во медиумскиот свет.<sup>83</sup>

Медиумската писменост кај печатените медиуми на глобално ниво повеќе од 50 години ја негува Светската асоцијација на весници и издавачи (World Association of Newspapers and News Publishers – WAN-IFRA). Нејзините напори се насочени претежно кон поттикнување иницијативи со кои весниците и издавачите ќе ја едуцираат пошироката, а особено помладата публика како интенција за практикување на слободата на изразување и независното новинарство уште од најрана возраст. Асоцијација-

та редовно пренесува позитивни искуства и препораки за весниците<sup>84</sup> за вклучување на младите во нивните содржини, организира конкурси за избор на најдобри примери од практиката, настани и годишни конференции на оваа тема.

### МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ НИЗ ПРИЗМАТА НА МЕДИУМИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА

Појдовната цел на оваа анализа беше да се истражи дали медиумите во Македонија ја препознаваат важноста за медиумската писменост и кои се практиките кои најчесто ги користат за нејзина промоција. За оваа цел е направена е анализа на законската регулатива и на стратешките документи на Македонската радио-телевизија, како јавен радиодифузен сервис којшто има и законска обврска да ја промовира медиумската писменост, спроведени се фокусни групи со уредници и новинари во националните и локалните електронски медиуми, печатените медиуми и информативните портали во земјата, како и интервјуа со претставници на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни услуги чии надлежности се поврзани со промоцијата на медиумската писменост.

Истражувањето беше насочено кон утврдување на следните аспекти од работата на медиумите:

- **Препознавање на концептот на медиумската писменост и што значи тој за медиумите**: Дали медиумите во Македонија имаат свои интерни насоки за уредувачка политика во кои би биле содржани јасни принципи и стандарди за начинот на известување и ако имаат, дали во тие документи е предвидена медиумската писменост како приоритет?
- **Вклучување на граѓаниот во медиумските содржини**: на кои начини се комуницира со публиката (телефонски јавувања, писма од читатели, постојат ли луѓе задолжени за интеракција со публика преку социјалните медиуми, интерни протоколи за проверка на содржини добиени од граѓани, практикување на правото за одговор и исправка и сл.).
- **Еднаков пристап за и до сите граѓани** (специјализирани програми за лица со

83. Европска унија на радиодифузери (ЕУР), „Перспектива на ЕУР за медиумската писменост“, достапно на:

[http://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Viewpoint-Media-Lit\\_EN.pdf](http://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Viewpoint-Media-Lit_EN.pdf), пристапено на 13.09.2016 година

84. WAN-IFRA, „Учење за слобода: како печатените медиуми можат да помогнат“, достапно на:

<http://www.wan-ifra.org/articles/2016/04/27/teaching-freedom-how-news-publishers-can-help>, пристапено на 13.09.2016 година.

попреченост, едукативни содржини наменети за постари лица за надминување на дигиталниот јаз и јазичната бариера, вклучување на младите во информативните и другите содржини)

- **Едукација на јавноста со начинот на работа на медиумот** (организирање посети за граѓани, деца и младинци во самиот медиум, „медиумски денови“, специјализирани изданија за медиумска писменост и сл.)
- **Соработка со граѓански организации** (дали граѓанските организации умеат да влезат во „медиумската агенда“, дали се успешни во комуникацијата со новинарите, колку граѓанскиот сектор знае да ги „храни“ медиумите со информации од јавен интерес и од интерес на нивните целни групи и сл.)

### МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ И ЈАВНИОТ РАДИОДИФУЗЕН СЕРВИС ВО МАКЕДОНИЈА

Според статутот на Македонската радио-телевизија (МРТ), јавниот радиодифузен сервис има обврска „да создава и емитува програми кои се однесуваат на поттикнување на медиумската писменост“ (член 14, став 21)<sup>85</sup>. Оваа одредба е во согласност со Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (член 107), во којшто детално се наведени обврските што ги има јавниот сервис при производството на медиумски содржини. Сепак, во ниту една од годишните програми за работа на МРТ (за 2013, 2014, 2015 и 2016 година), односно во годишните откако е донесен Законот за аудио и аудиовизуелни услуги, не се содржи поимот „медиумска писменост“. Но, поради природата на дејноста и општествената функција, јавниот сервис креира програми и содржини кои неспорно се предмет на стручна анализа во оваа област. Тоа се, пред сè, информативните програми (почитување на професионалните новинарски стандарди), образовните и детските програми (едукативната функција на јавниот сервис), културно-уметничките, спортските и играните програми (промоција на културни вредности

и уметност) и програмите наменети за различни општествени групи и програми емитувани на јазиците на етничките заедници во Македонија (инклузија на различни групи во општеството). Во Годишната програма за работа на МРТ за 2016 година (но и во сите претходни), посебно се нагласува достапноста на содржини наменети за различни групи: „Македонската радио-телевизија е единствен јавен радиодифузен сервис во Европа што произведува и емитува програма на 9 јазици (македонски, албански, турски, српски, влашки, босански, ромски, бугарски и грчки), со што е уникатен пример за зачувување и афирмација на културните и етничките различности во македонското општество.“<sup>86</sup>

МРТ во 2015 и 2016 година ги емитуваше двата видеоспота за поттикнување на медиумската писменост<sup>87</sup> што ги изработи АВВМУ, а чие прикажување регулаторот им го препорача на сите радиодифузери во земјата како кампања од јавен интерес. На иницијатива на Високата школа за новинарство и за односи со јавноста, МРТ во 2014 година беше еден од медиумите-домаќини кои во рамките на „Медиумскиот ден“, преку организирани посети на групи средношколци од цела Македонија, ја претстави работата и функциите на јавниот сервис.<sup>88</sup>

Етичкиот кодекс за вработените во МРТ, којшто е донесен во 2015 година, исто така предвидува процедури и стандарди за професионално информирање, кои несомнено се дел од медиумската писменост.<sup>89</sup> Во него се посочени принципи на еднаков пристап на сите граѓани, особено за ранливи и маргинализирани групи (деца и млади, болни, жртви на насилство, болни лица и лица со физичка попреченост). Во истиот документ, во посебен дел е регулирано рекламирањето во јавниот сервис, каде што меѓу другите одредби е наведено дека „потрошувачот не смее да се доведе во заблуда, односно информацијата не смее да биде прикриена или да има измамничка содржина.“(член 64, став 4).<sup>90</sup>

Дополнително, на почетокот на 2016 година МРТ усвои „Прирачник за етички и професионални принципи за медиумско

85. Статут на Јавното радиодифузно претпријатие Македонска радио-телевизија од 30.01.2015 г., Скопје

86. Годишна програма за работата на МРТ 2016 година. Истото е наведено и во Годишните програми за 2015, 2014 и 2013 година.

87. Двата видеоспота „Авантура низ медиумската писменост“ и „Каде е Горан?“ се достапни на веб-страницата на АВВМУ на: [http://www.avmu.mk/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2506&lang=mk](http://www.avmu.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=2506&lang=mk), пристапено на 13.09.2016 г.

88. Повеќе информации за „Медиумскиот ден“ во 2014 година на:

[http://www.vs.edu.mk/vs.edu.mk/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1391:&catid=:&lang=en&Itemid=](http://www.vs.edu.mk/vs.edu.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=1391:&catid=:&lang=en&Itemid=)

89. Етички кодекс на Македонската радио-телевизија, достапен на:

<http://mrt.com.mk/node/25735>, последен пат пристапено на 13.09.2016 година

90. Ibid.

покривање изборни процеси“, којшто беше изработен во соработка со британскиот јавен сервис Би-би-си и со Македонскиот институт за медиуми. Прирачникот содржи јасни насоки за професионално, правично и избалансирано известување за време на изборни кампањи.

Сепак, наспроти предвидените принципи за професионално и непристрасно информирање, со години наназад стручната јавност ја критикуваше МРТ дека не си ја врши функцијата и мисијата за којашто постои. Вестите и актуелно-информативните содржини ја фаворизираат актуелната политичка власт<sup>91</sup>, факт што беше нотирани и во извештаите на Европската комисија за напредокот на Македонија кон ЕУ.<sup>92</sup>

Јавниот радиодифузен сервис нема развиено стратешки документи за развој на медиумската писменост. На веб страницата, освен пристап до стратешките документи за работата на МРТ и преглед на програмските шеми, нема никакви едукативни материјали кои имаат за цел медиумски да ја едуцираат публиката, што е практика кај европските радиодифузни сервиси.<sup>93</sup>

### МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ И КОМЕРЦИЈАЛНИТЕ МЕДИУМИ ВО МАКЕДОНИЈА

**Препознавање на концептот медиумска писменост:** Комерцијалните медиуми во Македонија немаат свои интерни насоки или правила за уредувачки политики (исклучок се регионалната телевизиска станица ТВ Тера од Битола и националната радиостаница Канал 77 од Штип)<sup>94</sup>, како што, е на пример, практиката во поголемите медиуми во земјите со подолга историја (Гардијан, Њујорк Тајмс, Ројтерс и сл.). Оттука, медиумската писменост не е ниту препознаена, ниту, пак, е стратешки предвидена во работата на медиумот. Дури и кога се говори за овој поим, повеќето од уредниците (две третини од интервјуираните уредници) го поистоветуваат

со јазичната писменост, односно со тоа дали медиумот го почитува стандардниот македонски јазик или, пак, јазикот на другите етнички групи на кои им се обраќаат.

*Кога ние новинариите зборуваме за писменост, ние мислиме на пишувањето. Колку сме реално писмени, колку користииме србизми, шурцизми...? Повеќе на јазичниот аспект, џрамајикаша, синтакса и сејошоа... Ние како медиуми сме должни да го чуваме, да го негуваме и да го развиваме македонскиот јазик што е во последниве години многу голем проблем кај сите нас.<sup>95</sup>*

Сепак, останатите уредници и новинари ја препознаваат суштината на овој поим, поистоветувајќи ги со очекувањата од еден одговорен, транспарентен и отчетен медиум. Нивната перцепција претежно се однесува на делот од медиумската писменост, којшто во стручната литература се препознава како „писменост за вести“ (англ. News literacy):

*Публиката, пред сè... (преба, н. з.) да знае да препознава елементи од медиумската азбука кои ќе и дадат јасни информации за штоа што кажува медиумот... На публиката ѝ е наложено се повеќе, а мислам дека дури со штоа пребаши да почнеме и порано, да се описменува за да може да ги препознава сите нивни кодови што се ставени во медиумските пораки и да ги прочита на висштински начин. На пример, ако гледа некоја информација на телевизора и ако види дека шаа информација нема виор извор, да знае дека во шаа информација се крие некаква манипулација или дека не е целосна или дека не е сеофатна... Се разбира, медиумите се фактор за медиумската писменост, меѓушоа кај нас шаа никој не ја препознава. Никој.<sup>96</sup>*

**Вклучување на граѓанинот во медиумски содржини:** Медиумите, по природата на својата функција во општеството, треба да овозможат плурализам на мислења и да генерираат дебата за прашања од јавен интерес.

91. Институтот за комуникациски студии во периодот од декември 2015 година до мај 2016 година правеше месечни квалитетативни анализи за начинот на известување на националните телевизии во Р.М., меѓу кои беа опфатени Првиот и Вториот јавен сервис на МРТ. Наодите од мониторингот се достапни на <http://respublica.edu.mk/izvestai-modem>, пристапено на 14.09. 2016 г.

92. Извештај на ЕК за напредокот на Македонија кон ЕУ за 2015 г., достапен на:

[http://www.sobranie.mk/content/%D0%9D%D0%A1%D0%95%D0%98/PR2015\\_All\\_CK\\_FF\\_MK\\_16.11.2015.pdf](http://www.sobranie.mk/content/%D0%9D%D0%A1%D0%95%D0%98/PR2015_All_CK_FF_MK_16.11.2015.pdf)

93. Британскиот јавен сервис Би-би-си во 2012 година изготви „Стратегија за медиумска писменост“. Исто така, тој е дел од националната иницијатива за дигитална писменост „Го Он УК“ ([www.GoOnUk.org.uk](http://www.GoOnUk.org.uk)), која во 2015 година прерасна во „платформа за дигитални вештини“ [www.doteveryone.org.uk](http://www.doteveryone.org.uk). Би-би-си секоја година организира проект за развивање на новинарските вештини кај учениците во основните и средните училишта „Би-би-си училиштен извештај“ <http://www.bbc.co.uk/schoolreport>

94. Заклучок од групно интервју со уредници на национални и локални радиодифузери, реализирано во рамките на проектот „Изразување на јавниот интерес: зголемување на моќта на медиумите и граѓаните во штитењето на јавните политики во Македонија“, што го реализираше Институтот за комуникациски студии во ноември 2015 година

95. Исказ на уредник на информативен портал во фокусна група со новинари и уредници на информативни портали во Македонија

96. Исказ на уредник во национална телевизија во фокусна група со новинари и уредници на електронски медиуми во Македонија

Ова претпоставува овозможување интерактивен однос со публиката кој се одвива преку традиционалните канали за комуникација (телефонски повици во редакција, писма на читатели, директни средби во медиумот), но и преку инклузија на различни гледишта канализирани преку новите медиуми.

Медиумите во Македонија начелно се отворени за соработка со своите гледачи/читатели/слушатели, но немаат јасна процедура за комуникација (најчесто тоа е задача на вработените во дескот на редакцијата). Кога станува збор за употребата на социјалните мрежи, сите традиционални медиуми (телевизијата, радиото, весниците) имаат свој онлајн идентитет, користејќи ги социјалните мрежи како алатка за поголем досег до публиката. Се забележува тренд медиумите да вработуваат луѓе кои ќе се занимаваат со овој тип на комуникација. Начелно, медиумите се отворени за коментари на публиката, освен во случај на навреди по интегритетот на новинарите или кога се повикува на насилство и говор на омраза.

*Коментариите се айсолутино модерирани. Моешо искуство со коментариите е меѓу првите во државата кога ушите во 2003 година почнав да се занимавам со тоа во еден весник. Тогаш весниците беа тиражни и публиката тогаш беше, така да кажам, почестна, љоконструктивна. Сега тоа е лоша ојција, бидејќи публиката е инструментализирана.<sup>97</sup>*

Нема стандардизирана процедура за проверка на онлајн содржината што им ја испраќа публиката. Најчесто уредникот дава инструкции дали да се провери добиениот материјал (фотографија или видео). Сепак, поради ограничени ресурси, медиумите (најчесто тоа е случај со локалните телевизии), еден ист вработен комуницира со публиката преку социјалните мрежи, ја уредува и ја одржува веб страницата, осмислува и реализира комуникациски план за социјалните медиуми. Во поголемите медиуми, овие работни задачи ги извршуваат повеќе луѓе (таканаречени „промо тимови“, веб администратори, асистенти за социјал-

ни медиуми). Сите се согласни дека на овие вработени им се потребни обуки за промоција преку социјалните медиуми.

**Овозможување еднаков пристап на сите граѓани:** Медиумите во Македонија немаат практика да креираат содржини адаптирани за луѓе со попреченост (титл, преведувачи на знаковниот јазик за глувите лица), иако известуваат за овие групи граѓани. Напредок има кај двојазичните медиуми кои прават напори за симултан превод на медиумските содржини (ТВ Алсат, ТВ 21, ТВ Шења).

**Едукација на јавноста со начинот на работа на медиумот:** Начелно медиумите во земјава се отворени да им ја претстават својата работа на различни групи или поединци. Најчесто тоа се реализира на спорадични барања од градинки, училишта (почесто основни) или факултети за новинарство за посети во редакцијата на кои гостите на непосреден начин се запознаваат со работата на медиумот и продукцијата на медиумската содржина. Медиумите немаат практика да организираат традиционален настан за оваа цел<sup>98</sup>. Досега само неколку медиуми ја прифатиле идејата за организирање „Медиумски ден“ на иницијатива на Високата школа за новинарство и за односи со јавноста<sup>99</sup>.

**Соработка со граѓанскиот сектор:** Новинарите се поделени во оценката за соработка со граѓанските организации. Дел од нив сметаат дека граѓанските организации умеат да им се приближат на медиумите, и тоа најчесто е одлика на поголемите организации кои располагаат со човечки и други ресурси за односи со јавноста. Тие повеќе знаат како да ги рафинираат своите академски и применети истражувања на ниво кое ќе биде лесно приемливо како за новинарите, така и за општата популација.

*Последниве неколку години соработувам со различни џинк-џенк организации кои џрават истражувања за економија. Нивните истражувања се корисни и нудат информации кои не ги анализираат други институции.<sup>100</sup>*

97. Исказ на уредник на информативен портал во фокусна група со новинари и уредници на информативни портали во Македонија  
98. Дневниот весник Нова Македонија изминатите 7 години за своите читатели организира посета во с. Горно Врановци, Велешко, во спомен-куќата од НОБ каде што е сместена печатницата „Гоце Делчев“, во која во 1944 година е испечатен првиот број на весникот.

99. На 12 декември 2014 година Високата школа организираше „Медиумски ден“ за средношколците од цела Македонија. Тие ги посетија редакциите на дневниот весник Нова Македонија, Македонската радио-телевизија, информативниот портал Телеграф и радиото Клуб ФМ од Скопје. Повеќе за настанот: <http://www.medium.edu.mk/index.php>

100. Исказ на уредник во дневен весник во фокусна група со уредници и новинари во печатени медиуми во Македонија

Останатиот дел од уредниците сметаат дека повеќето граѓански организации сè уште не знаат како им се доближат на новинарите.

*Сè се сведува на една најава, на едно соопштение, конференција во Охрид, конференција во Берово и така натаму. Тотално немаат медиумска писменост како да ти ја фрлат јадицата, а ти да се фатиш за таа нивна приказна, за тој нивен настан. Ставаат наслов кој ниту тие го разбираат што значи, а го напишале.<sup>101</sup>*

*Веќе има неколку граѓански организации коишто кога ќе видиш само кои се, не го ни отвораш мејлот. Да го видиш можеби и ќе најдеш нешто интересно. Сигурно ќе најдеш. Меѓутоа поради таа нивна невештост, не ти ни отвораме и само ти оставаме во џанк. Извештај ти праќа од двесте страни, и ај, снајди се.<sup>102</sup>*

Ваквото (не)разбирање за начинот на работа на медиумите се рефлектира врз застапеноста на граѓанскиот сектор во медиумските содржини. Новинарите од информативните програми признаваат дека поради немање време за доистражување, граѓанските иницијативи почесто се третираат во други програми (утринска). Дел од новинарите се изјаснија дека внимаваат при проследувањето активности за граѓански организации, бидејќи се политички инструментализирани. Најмалку интерес имаат за теми кои ги засегаат младите и средношколците (освен ако не се ставени во рамки на анализа на тема за образованието), а најмногу за организации за заштита на права на пациентите (дијабетичари, лица со аутизам, бубрежно болни и сл.), бидејќи нивните проблеми се од јавен интерес.

101. Исказ на уредник во регионална телевизија во фокусна група со уредници и новинари во електронски медиуми

102. Исказ на уредник на информативен портал во фокусна група со уредници и новинари од информативни портали.

VI.

**ЗАКЛУЧОК**



## ЗА МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ

**М**едиумската писменост во светот одамна е препознаена како мошне значајна за развојот на демократијата. Таа е предуслов за партиципација на граѓаните во општествените процеси, за заштита на медиумските конзументи, а посебно на ранливите групи, како што се децата и младите, како и за премостување на дигиталниот јаз. Таа претставува основна вештина како за младите и за возрасните, така и за родителите, наставниците и медиумските професионалци во современото информатичко-комуникациско опкружување.

Од '80-те години на минатиот век, благодарение, пред сè, на активностите на УНЕСКО, медиумската писменост станува неизоставен дел од образованието (од развојот на наставните планови и програми), а последните две децении добива сè поголемо значење и во медиумската политика и медиумската регулатива. Тука посебно значење имаат бројните документи (резолуциите, препораките) на Советот на Европа и на институциите на Европската Унија, во кои медиумската писменост, пред сè, се поврзува со остварување на правото на слобода на изразувањето и со заштитата на медиумските конзументи. Но, во согласност со новите трендови во развојот на медиумската писменост, тежиштето се поместува од заштита на медиумските конзументи кон активен однос на граѓаните и нивното учество во комуникацијата, од една, како и промена на тежиштето од традиционалните медиуми (печатот, радиото, телевизијата) кон новите медиуми и информациски технологии (интернетот), од друга страна.

Денес медиумската писменост е клучна за „активно и целосно граѓанство“, со цел спречување и намалување на ризикот од исклучување од животот (општествените и економските текови) во заедницата. И уште повеќе, како што се истакнува во препораките на Европската комисија за медиумската писменост во дигиталното општество (2009), „медиумски писменото општество во исто време е стимул и предуслов за плурализам и независност на медиумите, за изразување на различни мислења и идеи, на различни јазици кои претставуваат различни групи, и во општеството позитивно влијание врз вредностите на разновидност, толеранција, транспарентност, еднаквост и дијалог“. Притоа, тргнувајќи од тоа дека медиумската писменост е една од основните компетен-

ции потребна за развој на поединецот, но и на општеството во целина, државите ја имаат обврската континуирано да работат врз нејзиното унапредување со активно вклучување и соработка во овие процеси на различни актери, како што се надлежните државни институции (министерства, агенции, регулаторни тела) во сферата на образованието, културата, медиумите, ИКТ секторот, медиумската индустрија, а секако и граѓанските организации.

## МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО МАКЕДОНИЈА

Во Република Македонија медиумската писменост е речиси непозната категорија и досега сосем малку е сторено за нејзина промоција и имплементација. Првите скромни чекори се направени во медиумската сфера со донесување на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (декември 2013), кога „институционално“ за првпат се нотира терминот медиумска писменост, но без дефинирање на неговото значење. Сепак, неколку години претходно (2009-2011) со ова прашање ќе се зафати невладиниот сектор (Македонскиот институт за медиуми), со спроведување на истражување, изготвување посебен прирачник за наставници за изучување на медиумската писменост (за основно и средно образование), организирање обуки за наставници и креирање посебна веб страница посветена на размена на искуства, информации и знаења од областа на медиумската писменост. Токму благодарение на овие активности, Република Македонија, гледано во регионален контекст (од земјите на бивша Југославија), ќе добие „статус“ на земја која остварила значаен напредок во промоцијата на концептот на медиумската писменост и во однос на присуството на медиумското образование во образовниот систем.

Денес, речиси десет години од тие „скромни“ обиди за промоција на медиумската писменост во Република Македонија, таа сè уште е на почетни позиции, наспроти сите препораки и резолуции кои доаѓаат, пред сè, од Европската Унија и од Советот на Европа. На тоа упатуваат емпириските сознанија добиени од истражувачките активности реализирани во повеќе сфери во општеството.

Најнапред, во законодавството во Македонија, единствен сегмент во којшто нормативно е регулирана медиумската писменост е медиумската сфера, но без нејзино јасно

дефинирање. Во Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги единствено се назначени ингеренциите на регулаторното тело – Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за промоција на медиумската писменост и должностите на јавниот радиодифузен сервис – Македонската радио-телевизија (МРТ) да создава и да емитува програми кои се однесуваат на поттикнување на медиумската писменост. Тука своја улога има и саморегулативата во медиумската сфера, пред сè Советот за етика во медиумите, како медијатор помеѓу граѓаните и медиумите за заштита на интересите на граѓаните од непрофесионалното новинарство, а со цел подигнување на свеста на јавноста за професионалните и етички стандарди кои медиумите треба да ги почитуваат. Во другите сегменти – образованието, информатичкото општество, медиумската писменост воопшто не се третира, а се истакнува значењето на „дигиталната“ и „информатичката“ писменост, но и тие не се јасно дефинирани.

Во сферата на образованието, никаде, во ниту еден документ – закон, стратегија, програма за развој на образованието - не е инкорпорирана медиумската писменост наспроти бројните реформи во наставните програми и предмети и во нивната содржина, како во основното така и во средното образование. Затоа современата образовна практика посебно го издвојува значењето на користењето на информациско-комуникациската технологија во наставниот процес како долгорочен, континуиран стратешки зафат. Во тој контекст се оперира со „компјутерска писменост“ како есенцијален дел од компетенциите и на младите и на возрасните и услов за нивно вклучување во сферата на трудот и во општествено-политичкиот живот или „дигитална писменост“ како нужна за намалување на дигиталниот јаз и создавање на инклузивно информатичко општество за сите граѓани. Тоа конкретно ќе резултира со бројни проекти за дигитализирање на образовниот процес преку компјутеризација, воведување интернет во училиштата во Македонија, нови наставни предмети и планови.

И наставниците само делумно го препознаваат значењето на медиумската писменост и ја интегрираат во рамките на „јазичната писменост на медиумите и медиумските содржини“. Средношколците, пак, најчесто медиумската писменост ја поврзуваат со ме-

диумите и нивната работа и ја дефинираат како „информирање за настаните што се случуваат“, „медиумска култура“, „способност преку информирање од повеќе медиуми да се расудува што е вистината“, „свест за значењето на медиумите“, „способност на медиумот да пренесе точна и веродостојна информација“.

Концептот на образованието речиси ги затвора вратите за медиумската писменост и наместо тоа, оперира со „медиумска култура“, присутна во содржината на неколку предмети (Социологија, Граѓанско образование, Информатика), а пред сè, во предметите по мајчин јазик и литература, но со мал број методски единици (за улогата на масовните медиуми во демократијата, глобализацијата на медиумите, развојот и функционирањето на интернетот). Тука се вклучени и изборните проектни активности (како што се литературните клубови, драмските секции, секциите за фотографија и дизајн и сл.) и воншколските активности во функција на задоволување на индивидуалните интереси и желби на учениците во одделни области. Но се чини дека, токму воншколските активности, кон не се вреднуваат и оценуваат, имаат поголемо влијание врз процесот на едукација за медиумската писменост. Тоа е став и на граѓанскиот сектор, пред сè, поради инертноста на формалното образование во прифаќањето и адаптацијата на современите општествени текови. За средношколците тоа е одличен „модел“ којшто бара посветеност и време, но недоволно мотивирачки поради обемот на редовната настава, а за наставниците дополнителен личен ангажман, повеќе саати поминати по часовите и за време на викендите.

Се разбира, со компјутеризацијата на училиштата и користењето на интернетот во наставата, се „задоволува“ законското барање (според Законот за средно образование) за задолжително користење на информатичко-комуникациските технологии во училиштата (компјутери, лцд-проектори, смарт-табли и слично) за реализација на воспитно-образовниот процес. Но, поради несоодветните технички услови во училиштата, како и поради „задоцнетите“ обуки и семинари за наставниците што подразбира примената на ИКТ во наставата, процесот тешко е одржлив и без конкретен бенефит. Но, токму примената на информатичката технологија ја зголемува потребата од интеграција на содржини за медиумската писменост во наставните програми.

Наспроти тоа, **медиумската сфера**, се чини, е единствената во која медиумската писменост има конкретни и „препознатливи“ назнаки. Фактот што Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги законски ја има „задачата“ на промотор на медиумската писменост, медиумите, а особено Македонската радио-телевизија, ги става во „улогата“ на конкретни „реализатори“ на програми со кои таа ќе се унапредува.

ААВМУ, чијашто обврска е предвидена со Директивата за аудио и аудиовизуелни услуги на ЕК, доцни со истражувањата за мерење на нивото на медиумската писменост во земјата. Во овој домен ААВМУ единствено ја утврди методологијата според која би се реализирало таквото мерење, но досега не успеа да го реализира. Ова резултира со отсуство на основни официјални податоци за реалната состојба со медиумската писменост во земјата.

Она што е сторено досега е адаптација на неколку спотови за медиумската писменост наменети за децата и за возрасните (родителите) за популаризирање на медиумската писменост, односно за новите медиуми и технологии и ефикасната контрола врз интернетот, коишто Агенцијата им препорача на електронските медиуми бесплатно да ги емитуваат.

Медиумите, пак, немаат свои интерни политики или упатства со кои, освен принципите на професионално информирање, би се предвиделе активности и протоколи за унапредување на медиумската писменост кај нивните вработени, а особено кај граѓаните како компетентни медиумски конзументи. Ниту, пак, имаат доволно едукативни содржини кои ќе ѝ помогнат на публиката да го надмине дигиталниот јаз. Тоа е оставено како задача на јавниот радиодифузен сервис чија програмска структура не излегува од „границите“ на одамна стандардизирани програмски шеми.

Медиумите и новинарите медиумската писменост најчесто ја мешаат со „јазична писменост“ и „новинарски вештини“. Но го препознаваат значењето на интеракцијата со публиката и освен традиционалните форми на комуникација (како што се писмата на читателите, телефонските повици, директните средби), речиси сите имаат канали за онлајн комуникација (најчесто преку социјалните мрежи Фејсбук, Твитер, ЈуТјуб), но без стандардизирани правила и поделба на задачите. Исто така, тие се отворени и за посети на граѓаните за запознавање со

работата на медиумите, но ваквите практики се спорадични и најчесто на иницијатива на образовните институции (градинките, училиштата, факултетите). Новинарите се скептични во однос на граѓанските организации и нивните капацитети за успешна комуникација и во поглед на соработката со јавноста и со медиумите, пред сè, поради тоа што недоволно ја познаваат работата на медиумите и не знаат како да го привлечат вниманието на новинарите, а со тоа и вниманието на јавноста. Можеби токму поради тоа тие се застапени „толку колку што се застапени“ во медиумите, иако има простор за подобрување на соработката.

Што се однесува на **граѓанскиот сектор**, во Република Македонија нема невладина организација чија основна дејност би била токму промоција и имплементација на медиумската писменост. Односно, можат да се издвојат два типа на невладини организации. Едните, кои во своите активности непосредно ја интегрираат медиумската писменост и практикуваат дебати, форми на младински активизам, креација и интерпретација на медиумски содржини – како процес на едукација на младите и формирање критички однос кон теми и настани за директно влијание врз демократските процеси во општеството. Другите, кои третираат теми од јавен интерес, медиумската писменост ја интегрираат во рамките на медиумските кампањи, семинарите, обуките, едукативните трибини кои ги организираат за подигнување на свеста на граѓаните за социјалните, еколошките, здравствените проблеми особено на маргинализираните и на ранливите општествени категории. За претставниците на граѓанските организации, особено за оние кои промовираат различни аспекти на медиумската писменост, таа подразбира „вештини и способности на граѓанинот за критичко размислување“, додека за оние кои застапуваат различни општествени прашања и групи, „комуникација со јавноста“, „начин на презентација и промоција на активностите од областа што ја застапуваат“, „запознаеност со медиумите и нивната работа“.

Внимателното следење на активностите на граѓанскиот сектор зборува за нивното настојување, директно или индиректно, на дневен ред да ја постават и да ја одржат темата за медиумската писменост. Некои од нив дури можат да се сметаат и како носители на процесот на медиумско описмену-

вање во Република Македонија, иако општествениот амбиент во којшто работат не секогаш им оди во прилог. Така, за соработката меѓу граѓанскиот сектор и училиштата (било од технички, логистички или едукативен аспект) одлучува ресорното министерство, односно за тоа кои организации и какви програми и активности можат да се реализираат. Затворени за соработка се и медиумите, „неподготвени“ да го почитуваат критичкиот однос кон одредени општествени прашања кои ги отвораат овие организации, заборавајќи дека токму тие треба да бидат сервис меѓу невладините организации и граѓаните. Но и самите организации, особено помалите, сметаат дека би им биле добредојдени обуки за комуникациски вештини и нови знаења за нови креативни пристапи за „продавањето“ на своите „приказни“ до медиумите и јавноста.

Ако, пак, се погледне од перспектива на субјектите директно или индиректно вклучени во процесите и активностите поврзани со медиумската писменост, како што се лицата од надлежните државни институции (министерствата, регулаторните тела, агенциите), средношколците и наставниците, граѓанските организации, претставниците

на медиумите, она што посебно загрижува е што речиси никој не „оперира“ со јасна и прецизна слика за тоа што е медиумска писменост, а да не зборуваме за нејзината улога и значење во едно демократско општество. Притоа, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги веројатно е една од ретките институции која (пред кратко време) има одржано работилници за поимот и концептот на медиумска писменост за советниците и стручните служби, што не може да се каже за другите надлежни институции во државата.

Во целина, слика која не влева оптимизам. Потребно е да се стори многу за воопшто да може да се зборува, најнапред, за промоција на медиумската писменост, а дури потоа и за нејзино унапредување во Република Македонија. Ова е сериозен „проект“ којшто бара вклучување на сите актери, од надлежните министерства, регулаторните тела, медиумите, до граѓанските организации и не трпи понатамошно занемарување или одложување. Денес, во 21. век, медиумската писменост, повеќе од кога било досега, претставува неизоставен дел од секојдневното функционирање на поединецот и на општеството како целина.



# VII.

## ПРЕПОРАКИ

**М**едиумската писменост е сеопфатен процес којшто не може да се оствари само со една активност, ниту да се регулира со еден закон. Во обидот да се дефинираат модалитетите нужни за промоција и за унапредување на медиумската писменост во Република Македонија, како најдобар пристап може да се смета изготвувањето на сеопфатна СТРАТЕГИЈА за медиумска писменост, како системски пристап со континуирани и координирани активности и јасна поделба на надлежностите. Во таа смисла, конкретно можат да се операционализираат следните предлог-мерки и активности:

### **ОПШТИ ПРЕПОРАКИ:**

- Дефинирање на медиумската писменост како клучна компетенција и на соодветен начин, нејзино интегрирање во стратешките документи во областа на образованието и во медиумската сфера.
  - При развојот на стратегијата за вклучување и унапредување на медиумската писменост во образованието и медиумите, тежиштето да се стави врз компонентата на критично разбирање на медиумските содржини и на начинот на функционирање на медиумите, како и врз значењето на медиумската писменост за активното граѓанство.
  - Поттикнување јавни дебати меѓу претставниците на надлежните државни институции, образовниот сектор, невладините организации и медиумската индустрија за значењето и состојбата со медиумската писменост во Република Македонија.
  - Промовирање систематски истражувања преку студии и проекти за различни аспекти и димензии на медиумската писменост во дигиталното опкружување. Редовно следење (мерење) на состојбите и на напредокот на нивото на медиумска писменост.
  - Поттикнување на надлежните институции за организирање кампањи за подигнување на свеста за техниките што се користат за комерцијални цели, особено за пласманот на производите, онлајн рекламирањето, со цел подобро разбирање на граѓаните на границата помеѓу маркетингот и содржината.
  - Поттикнување на зголемување на достапноста на медиумите и информациско-комуникациските технологии на локално, регионално и национално ниво,
- за што поголем број граѓани да имаат пристап до медиумите и информациско-комуникациските технологии, вклучувајќи ги и постарите лица, лицата со телесна попреченост, лицата во тешка економско-социјална положба.
- Обезбедување на сите граѓани со информации за безбедно користење на медиумите и на информациско-комуникациската технологија, посветувајќи посебно внимание на чувствителните категории, како што се децата и младите.
  - Развивање и обезбедување соработка со сите релевантни меѓународни институции и организации активни во сферата на медиумската писменост, вклучувајќи ги УНЕСКО, Советот на Европа и Европската комисија.

### **ПРЕПОРАКИ ЗА ОБРАЗОВНИОТ СЕКТОР:**

- Интегрирање на медиумското образование во сите сегменти на образованието, од предучилишното до високото образование, како и на соодветен начин во образованието на возрасните и во согласност со потребите на учесниците во наставните процеси.
- Организирање конференции и други јавни настани за вклучување и развивање на медиумската писменост во задолжителните образовни програми, како и обезбедување клучни компетенции за доживотно учење.
- Развивање соодветни програмски целини за медиумско образование во задолжителните наставни планови и програми за основното и средното образование. Развивање дидактички материјал за медиумско образование.
- Усовршување на наставниот кадар за медиумско образование и за новите информациско-комуникациски технологии.
- Развивање дијалог меѓу образовните институции, родителите, невладините организации и медиумската индустрија за медиумско образование во рамките на образовниот систем.
- Организирање обуки, информативни денови и дистрибуција на информативни пакети за подигнување на свеста, особено на младите, на родителите и на наставниците за ризиците во врска со обработката на личните податоци преку комуникациските мрежи.

**ПРЕПОРАКИ ЗА МЕДИУМСКАТА СФЕРА:**

- Инкорпорирање на медиумската писменост во медиумската политика со вклучување во законските и подзаконските акти и стратегии во областа на медиумите, со јасно дефинирање на целите и надлежностите на сите субјекти.
- Јасно дефинирање на улогата на јавните медиуми (јавниот радиодифузен сервис) во поттикнувањето и унапредувањето на медиумската писменост, заштитата на медиумскиот плурализам и квалитетот на медиумските програми.
- Поттикнување на регулаторните и саморегулаторните тела за медиумите да преземаат континуирани активности со цел унапредување на медиумската писменост и да ја запознаат јавноста со начинот на регулација и саморегулација на медиумите.
- Надополнување на саморегулативните професионални новинарски кодекси со принципи за промоција на медиумската писменост. Обука на медиумските професионалци за медиумската писменост и нејзиното значење.
- Поттикнување на медиумите за креирање едукативни ресурси што ќе им помогнат на граѓаните да го надминат дигиталниот јаз и да можат максимално да ги искористат придобивките од употребата на новите медиуми.
- Јакнење на соработката на медиумите со граѓаните и со граѓанските организации која ќе резултира со понуда на програми кои во фокусот ќе го стават граѓанинот и ќе овозможат плурализам на мислења и поддршка на општествените промени.
- Поттикнување на медиумската индустрија во обезбедување потребни алатки за подобрување на нивото на медиумската писменост преку систематско ширење на знаењето преку информативни кампањи за производството, уредувањето и дистрибуцијата на информациите и креативните содржини во дигиталниот свет.

**ПРЕПОРАКИ ЗА ГРАЃАНСКИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ:**

- Иницирање позитивни промени во општеството, преку активности што ќе ја негуваат партиципативната култура на граѓаните преку употреба на медиумите: јавни настани, дебати, медиумски содржини креирани од и за граѓаните, организирање донации, петиции, социјални медиуми, законодавни иницијативи и сл.
- Инвестирање во едукација за стратешко комуницирање, изработка на јасни насоки и стандарди за ефикасна комуникација со јавноста, со институциите и медиумите, неопходни за успешна реализација на граѓанските иницијативи.
- Овозможување едукација и креирање ресурси наменети на граѓаните за пристап до информации што ги засегаат, стекнување знаења за критичка перцепција на медиумските содржини, вештини за користење на новите или традиционалните медиуми за себеизразување и за успешна комуникација со јавноста.
- Унапредување на соработката на медиумите со граѓанските организации преку заеднички иницијативи или вмрежувања во функција на поттикнување на активното граѓанство, заштитата на јавниот интерес и доброто владеење.





# VIII.

## БИБЛИОГРАФИЈА

- Aufderheide, P. (1993), *Media Literacy - A Report of The National Leadership Conference on Media Literacy*, The Aspen Institute, Washington D.C. Available at: <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED365294.pdf>
- Bodrijar, Ž. (1991), *Simulakrumi i simulacija*, Svetovi, Novi Sad.
- Breton, F. (2000), *Izmanipulirana reč*, Clio, Beograd
- Buckingham, D. (2015), *Media education*. Available at: <https://ddbuckingham.files.wordpress.com/2015/04/media-literacy-concepts-processes-practices.pdf>, пристапено на: 5.9.2016
- Buckley, S., Durer, K., Mendel, T., O Siochru, S., (2008), *Broadcasting, Voice and Accountability, A public Interest Approach to Policy, Law, and Regulation*. Available at: [http://www.amarc.org/documents/books/Broadcasting\\_Voice\\_and\\_Accountability.pdf](http://www.amarc.org/documents/books/Broadcasting_Voice_and_Accountability.pdf)
- Cellot, P. (2012) *EAVI studies on Media Literacy in Europe*, *Medijske studije/Media Studies*, Vol. 3 (2012) 6 (pp.76-82), University of Zagreb, Faculty of Political Science and Croatian Communication Association. Available at: [https://www.fpzg.unizg.hr/\\_download/repository/ms\\_vol3\\_br6.pdf](https://www.fpzg.unizg.hr/_download/repository/ms_vol3_br6.pdf)
- Cellot, P. (2015), *Assessing Media Literacy Levels and the European Commission, EAVI –European Association for Viewers and Interests*. Available at: [http://www.eavi.eu/joomla/images/stories/About\\_EAVI/assessing.pdf](http://www.eavi.eu/joomla/images/stories/About_EAVI/assessing.pdf)
- Gilmor, D. (2009), *Mediactive*. Available at: <https://mediactive.com/book/>
- Goodman, S. (2003), *Teaching Youth Media. A critical guide to literacy, video production, and social change*. New York: Teachers College Press.
- Hasebrink, U. (2012), *The role of audience within media governance: the neglected dimensions of media literacy*, *Izvorni znanstveni rad*, Загреб, Хрватска
- Džons, T., Toman E. (2014), *Priručnik za medijsku pismenost*, [www.internest.rs](http://www.internest.rs)
- Kelner, D., Share, J. (2005), *Toward Critical Media Literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy*, University of California, Los Angeles, *Studies in the cultural politics of education* Vol. 26, No. 3 (pp. 369-386). Available at: <http://web.mit.edu/schock/www/docs/towardscritmedlit.pdf>
- Koltay, T. (2011) *The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy*, *Media Culture & Society*, Vol. 33, No. 2, 211-221 Available at: <http://abk.szie.hu/files/docs/ikt/mcs.pdf>
- Livingstone, S. (2004) *Media literacy and the challenge of new information and communication technologies*. *Communication Review*, 7 (1). pp. 3-14. Available at: <http://eprints.lse.ac.uk/1017/1/MEDIALITERACY.pdf>
- Machet, E. (2008), *Media Literacy – what role for the regulators?*, Available at: [http://epra3-production.s3.amazonaws.com/attachments/files/272/original/literacy\\_final.pdf?1323685272](http://epra3-production.s3.amazonaws.com/attachments/files/272/original/literacy_final.pdf?1323685272)
- Malik, S. (2008) *Media Literacy and its Importance*, Society for Alternative Media and Research with cooperation of Friedrich Ebert Stiftung (FES), Islamabad. Available at: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/pakistan/06542.pdf>
- Medijska pismenost u digitalnom dobu* (ur. Vanja Ibrahimović Tihak), *Internews u Bosni i Hercegovini, Dobra knjiga*, Sarajevo 2015, Available at: [https://issuu.com/internewsbih/docs/zbornik-a5\\_final](https://issuu.com/internewsbih/docs/zbornik-a5_final)
- Mihailidis, P. (2011) *New Civic Voices & the Emerging Media Literacy Landscape*, *Journal of Media Literacy Education* 3:1, p. 4 – 5, Достапно на: <http://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1053&context=jmle>
- Turcilo, L., ur. C, Viktorija, “*Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije*, (ur. Viktorija Car, Lejla Turčilo, Marijana Matović), *Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu*, Sarajevo, 2015 Available at: [http://www.hanns-seidel-stiftung.com.hr/images/seminari/2015/fpzg\\_mediji/medijska\\_pismenost.pdf](http://www.hanns-seidel-stiftung.com.hr/images/seminari/2015/fpzg_mediji/medijska_pismenost.pdf)
- Medijska pismenost – Slovenija 2014*, Fakulteta za medije, Ljubljana. Available at: [http://www.pismenost.si/pdf/Raziskava\\_MP\\_Slovenija\\_2014.pdf](http://www.pismenost.si/pdf/Raziskava_MP_Slovenija_2014.pdf)
- Medijske studije/Media Studies, Critical Insights in European Media Literacy Research and Policy special issue*, Vol. 3 (2012) 6, University of Zagreb, Faculty of Political Science and Croatian Communication Association. Available at: [http://www.mediaudies.fpzg.hr/\\_download/repository/ms\\_vol3\\_br6.pdf](http://www.mediaudies.fpzg.hr/_download/repository/ms_vol3_br6.pdf)
- Media literacy in higher education: a model*, Case study: the eCLIPse project at the University of Barcelona, 2004, Available at: [http://www.lmi.ub.es/eclipse/web/diseny/documents/tutor\\_reports/UB\\_report.pdf](http://www.lmi.ub.es/eclipse/web/diseny/documents/tutor_reports/UB_report.pdf)
- O’Neill, B., Barnes, C. (2008) *Media Literacy and the Public Sphere: A Contextual Study for Public Media Literacy Promotion in Ireland*, Centre for Social and Educational Research, Dublin Institute of Technology, Available at: <http://www.dit.ie/cser/media/ditcser/images/Final%20Report%20BCI%20Media%20Literacy.pdf>

- Poter W. Dž. (2013), *Medijska pismenost*, Clio, Beograd
- Potter W. J.(2010),*The State of Media Literacy*, Journal of Broadcasting & Electronic Media (pp. 675-696), Available at: <http://mysite.dlsu.edu.ph/faculty/marianog/publish/potter.pdf>
- Rantala, L. (2011), *Finnish Media Literacy Education Policies and Best Practices in Early Childhood Education and Care Since 2004*, во The National Association for Media Literacy Education's Journal of Media Literacy Education 3:2 (2011), стр. 123–133. Available at: <http://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol3/iss2/7/>
- Ratković, M.(2004) *Preobrazaj skole*, Novi Sad,Misao
- Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe. Available at: [http://ec.europa.eu/culture/library/studies/literacy-trends-report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/studies/literacy-trends-report_en.pdf)
- Study "Testing and development of criteria for assessing media literacy levels" Brussels, 2009, Available at: [http://ec.europa.eu/culture/library/studies/literacy-criteria-report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/studies/literacy-criteria-report_en.pdf)
- Tajjić, I. (2013), *Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini*, Sarajevo, Dobra knjiga. Available at: [http://www.internews.ba/sites/default/files/resursi/Medijska%20pismenost%20u%20BiH\\_0.pdf](http://www.internews.ba/sites/default/files/resursi/Medijska%20pismenost%20u%20BiH_0.pdf)
- Thoman, E., Jolls, T. (2003) Literacy for the 21-st Century, An Overview & Orientation Guide to Media Literacy Education, Center for Media Literacy. Available at: [http://www.medialit.org/sites/default/files/mlk/01\\_MLkOrientation.pdf](http://www.medialit.org/sites/default/files/mlk/01_MLkOrientation.pdf)
- Zgrabljic Rotar, N. (2005) MEDIJI - Medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji, u Medijska pismenost i civilno društvo, Sarajevo: MediaCentar. Available at: <http://djelatnici.unizd.hr/~nrotar/Medpismed.pdf>
- UNESCO - *Global Media and Information Literacy Assessment Framework: Country Readiness and Competencies*, 2013. Available at: <http://www.uis.unesco.org/Communication/Documents/media-and-information-literacy-assessment-framework.pdf>
- UNESCO and Commonwealth Broadcasting Association (2008) Media Literacy from Perspective of Broadcasters and User Generated Content Producers around the world, available at: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001871/187160e.pdf>
- UNESCO, Media and Information Literacy for Teachers, (2011), Available at: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-curriculum-for-teachers/>,
- Verniers, P. (ed.) (2009) *Media Literacy in Europe – Controversies, Challenges and Perspectives*. Brussels: EUROMEDUC. Available at: [http://www.euromeduc.eu/IMG/pdf/Euromeduc\\_ENG.pdf](http://www.euromeduc.eu/IMG/pdf/Euromeduc_ENG.pdf)
- WAN-IFRA, „Учење за слобода: како печатените медиуми можат да помогнат“, достапно на: <http://www.wan-ifra.org/articles/2016/04/27/teaching-freedom-how-news-publishers-can-help>
- Институт за комуникациски студии, (2016) „Мониторинг на медиумските содржини од периодот декември 2015-мај 2016 г.“, Скопје. Достапно на: <http://respublica.edu.mk/izvestai-modem>, пристапно на 14.09. 2016 г.
- Трпевска, С. (2010) *Слобода на изразување, јавен интерес и медиумска регулација*, Висока школа за новинарство и за односи со јавноста, Скопје
- Шопар, В., Димитровски, З., Теменугова, А., Тахир, С. (2016) *Прирачник за јавниот интерес во новинарството*, Институт за комуникациски студии, Скопје
- Шопар, В., Сарачини, П. (2016) *Медиумите во Македонија: заштитници на јавноста или заложници на политичките интереси*, Институт за комуникациски студии, Скопје

## ЗАКОНИ, ДОКУМЕНТИ, РЕЗОЛУЦИИ, ПРЕПОРАКИ

Акциски план на Националната краткорочна ИКТ стратегија, 2016 – 2017 година, Министерството за информатичко општество и администрација на Република Македонија, достапно на: <http://www.mio.gov.mk/files/dokumenti/Predlog-Akciski%20plan%202016-2017.pdf>

A European approach to media literacy in the digital environment COM(2007)833, Commission of the European Communities, Available at: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM%3A2007%3A0833%3AFIN%3AEN%3APDF>

Grunwald Declaration on Media Education, Grunwald, Federal Republic of Germany, 22 January 1982, Available at: [http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA\\_E.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF)

Commission Recommendation on media literacy in the digital environment for a more competitive audiovisual and content industry and an inclusive knowledge society (2009/625/EC) Available at: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32009H0625>

- Директива 2007/65/ЕЗ на Европскиот парламент и Советот на Европа за аудио-визуелни медиумски услуги. Достапно на: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=celex%3A32007L0065>
- Директива 2010/13 ЕУ на Европскиот парламент и Советот на Европа за аудио-визуелни медиумски услуги. Достапно на: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:0024:en:PDF>
- Europe 2020 – A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth, Available at: <http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf>
- European Commission (2007) Communication COM/2007/0833/ - A European approach to media literacy in the digital environment. Available at: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52007DC0833>
- European Commission (2007) A European approach to media literacy in the digital environment. Available at: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52007DC0833>
- European Commission (2009) Recommendation on media literacy in the digital environment for a more competitive audiovisual and content industry and an inclusive knowledge society, Available at: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009H0625&from=EN>
- Европска конвенција за заштита на човековите права и темелни слободи. Достапно на: [http://www.echr.coe.int/Documents/Convention\\_MKD.pdf](http://www.echr.coe.int/Documents/Convention_MKD.pdf)
- Етички и професионални принципи на Македонската радио-телевизија за медиумско покривање изборни процеси, МРТ, достапен на: <http://mrt.com.mk/node/25735>
- Конвенција на ОН за правата на детето. Достапно на: <http://www.childrensembassy.org.mk/WBStorage/Files/konvencija%20celosna.pdf>
- Национален акциски план за отворено владино партнерство, 2016-2018 година, Министерство за информатично општество и администрација на Република Македонија, достапно на: <http://www.mio.gov.mk/?q=node/4176>
- Национална програма за развој на образование во Република Македонија – 2005 – 2015 со придружни програмски документи. Достапно на: <http://e-demokratija.mk/documents/10157/29517/%D0%9D%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B0+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B0+%D0%B7%D0%B0+%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%BE%D0%B8+%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5%D1%82%D0%BE+%D0%B2%D0%BE+%D0%A0.%D0%9C.+2005-2015.pdf>
- Национална стратегија за млади 2016 – 2025, Агенција за млади и спорт, Достапно на: [http://arhiva.vlada.mk/registar/files/Nacionalna\\_strategija\\_za\\_mladi\\_2016\\_2025.pdf](http://arhiva.vlada.mk/registar/files/Nacionalna_strategija_za_mladi_2016_2025.pdf)
- Правилник за основните компетенции на наставникот, 2015, Биро за развој, достапно на: <http://bro.gov.mk/docs/pravilnici/Pravilnik%20za%20osnovnite%20profesionalni%20kompetencii%20na%20nastavnicite.pdf>
- Препораки на Европската унија на радиодифузери (ЕУР) „Перспектива на ЕУР за медиумската писменост“, достапно на: [http://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Viewpoint-Media-Lit\\_EN.pdf](http://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Viewpoint-Media-Lit_EN.pdf)
- Прирачник за наставници за изучување на медиумската писменост во наставата по македонски јазик за основно и за средно образование, Македонски институт за медиуми и Институт за демократија „Societas Civilis“ – Скопје, 2010. Достапно на: <http://www.medium.edu.mk/attachments/mpmk.pdf>
- Програма за поттикнување на медиумската писменост во Република Македонија, Агенција за аудио и аудио-визуелни медиумски услуги. Достапно на: [http://www.avmu.mk/images/Programa\\_za\\_mediumska\\_pismenost-1.pdf](http://www.avmu.mk/images/Programa_za_mediumska_pismenost-1.pdf)
- (Годишна) Програма за работа на јавното радиодифузно претпријатие – Македонска Радио Телевизија за 2016 година, достапна на: <http://mrt.com.mk/sites/default/files/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BB%D0%BE%D0%B3%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B0%20%D0%B7%D0%B0%20%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%88%D0%A0%D0%9F%20%D0%9C%D0%A0%D0%A2%20%D0%B7%D0%B0%202016%D0%B3..pdf>
- (Годишна) Програма за работа на јавното радиодифузно претпријатие – Македонска Радио Телевизија за 2015 година, достапна на: <http://mrt.interspace.mk/node/22182>
- (Годишна) Програма за работа на јавното радиодифузно претпријатие – Македонска Радио Телевизија за 2014 година
- (Годишна) програма за работа на Бирото за развој на образованието за 2016, дос-

тапно на [http://bro.gov.mk/docs/bro\\_docs/Godishna%20programa%20za%20rabotata%20na%20BRO%20za%202016%20reduced.pdf](http://bro.gov.mk/docs/bro_docs/Godishna%20programa%20za%20rabotata%20na%20BRO%20za%202016%20reduced.pdf)/стр. 8

(Годишна) програма за работа на Бирото за развој на образованието за 2015, достапно на [http://bro.gov.mk/docs/bro\\_docs/Godishen%20izveshtaj%20za%20rabotata%20na%20BRO%20za%202015-reduced.pdf](http://bro.gov.mk/docs/bro_docs/Godishen%20izveshtaj%20za%20rabotata%20na%20BRO%20za%202015-reduced.pdf)

Recommendations addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organisation UNESCO Adopted by the Vienna Conference „Educating for the Media and the Digital Age“, 18-20. april 1999, Available on: <http://www.nordicom.gu.se/en/clearinghouse/recommendations-addressed-unesco-media-education>

Предлог стратегија за развој на радиодифузната дејност во Република Македонија за периодот 2013 – 2017 година, достапно на: [http://avmu.mk/files/1\\_predllog\\_strategija.pdf](http://avmu.mk/files/1_predllog_strategija.pdf)

Национална стратегија за е-вклучување 2011-2014, Министерство за информатичко општество и администрација, достапно на: [http://www.mio.gov.mk/files/pdf/dokumenti/Strategija\\_za\\_e-vklucuvanje.pdf](http://www.mio.gov.mk/files/pdf/dokumenti/Strategija_za_e-vklucuvanje.pdf)

Сеопфатна стратегија за образованието за 2016- 2020 година и Акциски план, јуни 2016, стр.37, достапно на: <http://www.mon.gov.mk/images/PRVA-Rabotna-Verzija-na-Strategija-za-obrazovanie-MK.pdf>

Статут на Јавното радиодифузно претпријатие Македонска радио-телевизија од 30.01.2015 г., Скопје, достапен на: <http://mrt.com.mk/node/25735>

Стратешки приоритети и цели на Владата на РМ (2014), достапно на <http://vlada.mk/node/74>,

Зајакнување на административните капацитети на телата задолжени за областите телекомуникации и медиуми за ефикасно регулирање на новите дигитални и повеќенамески услуги, EuropeAid/129857/D/SER/MK, Методологија за истражување на медиумската писменост, Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, 2014.

Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, Службен весник на Република Македонија, бр. 184, 26.12.2013.

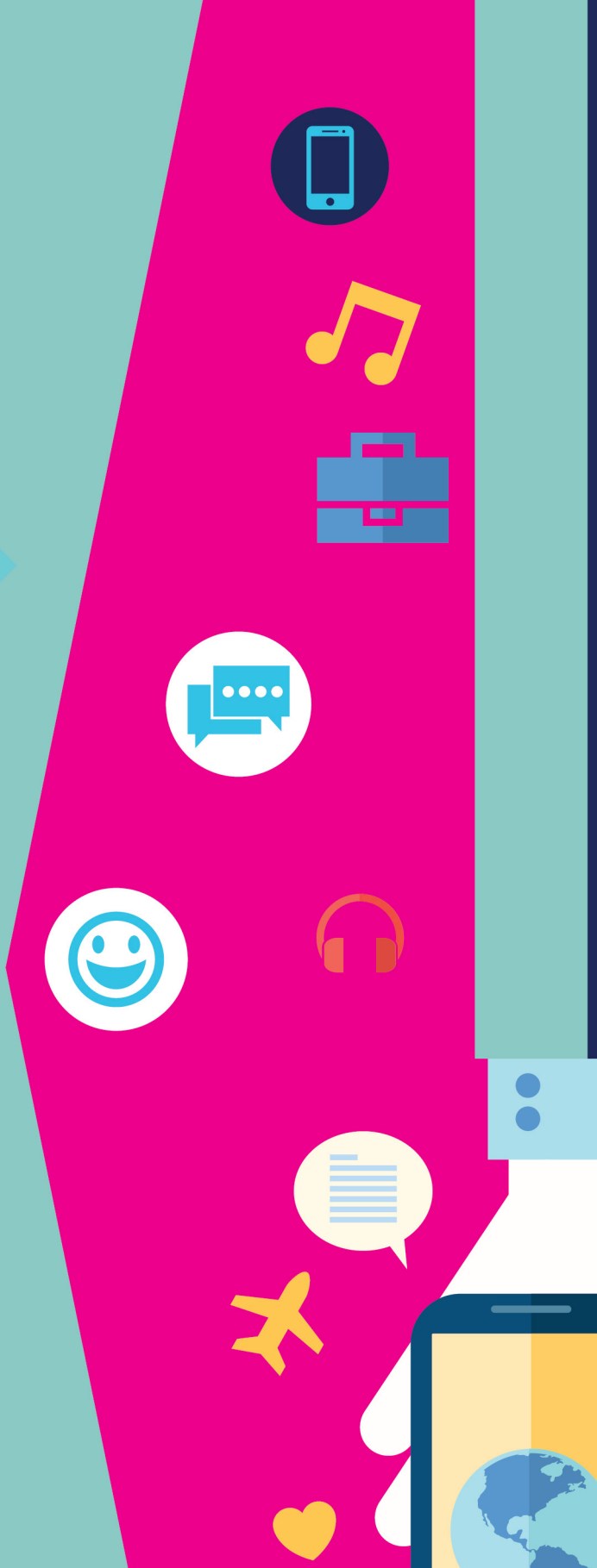
Закон за изменување и дополнување на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, Службени весник на Република Македонија, бр. 13, 23.01.2014.

Закон за изменување и дополнување на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, Службени весник на Република Македонија, бр. 44, 05.03.2014.

Закон за изменување и дополнување на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, Службен весник на Република Македонија, бр. 101, 07.07.2014.

Закон за средно образование, Службен весник на Република Македонија бр. 30/2016 и 127/2016),





ВИСОКА ШКОЛА ЗА НОВИНАРСТВО  
И ЗА ОДНОСИ СО ЈАВНОСТА

[www.medium.edu.mk](http://www.medium.edu.mk)

[www.vs.edu.mk](http://www.vs.edu.mk)

