

Медиумска и информациска писменост – Политики и практики

Вовед во истражувачкиот извештај - Македонија

Регионална конференција
Нови Сад, 23 ноември 2018



Овој документ е подготвен со финансиска поддршка од Европската Унија. Содржината на извештајот е целосна одговорност на авторите и на партнерските организации во проектот „Медиуми за граѓаните – Граѓаните за медиумите“, и во никој случај не може да се смета дека ги одразува ставовите на Европската унија.

Зајакнување на улогата на Македонската радио-телевизија во промовирање на медиумската и информациската писменост

Весна Никодиноска, Славчо Миленковски, Ивона Василова
Македонски институт за медиуми

1. Државните институции незаинтересирани за медиумската и информациската писменост¹

Медиумската и информациската писменост во Македонија стануваат актуелни уште во 2009 година, благодарение на иницијативите на неколку граѓански организации. Сепак, и по десет години, заинтересираноста на институциите за медиумската писменост останува на маргините, а граѓаните имаат многу ниско разбирање за суштината на концептот и неговото значење за демократијата.

Во македонската легислатива не постои јасна дефиниција и насоки за развој на медиумската и информациска писменост (МИП). Поимот медиумска писменост во македонското законодавство беше воведен со донесувањето на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (ЗАВМУ) во 2013 година. Законот не нуди дефиниција, туку само предвидува обврски за Агенцијата за аудио и аудиовизуелни услуги да ја промовира медиумската писменост (чл. 26), како и за Јавниот радиодифузен сервис (МРТ) да создава и емитува програми кои се однесуваат на поттикнување на медиумската писменост (чл. 110).

Во стратегиските документи на Министерството за образование и наука (МОН) и на Министерството за информатичко општество и администрација (МИОА) фокусот е ставен на воведување на информациско-комуникациските технологии (ИКТ) и развивање на дигиталната писменост. МОН, во „Стратегијата за развој на образованието 2018-2025“² не посветува внимание на суштинска воведување и развој на МИП, туку релевантните приоритети се фокусираат главно на стекнување дигитални вештини на учениците и кадарот, обезбедувањето дидактички материјал и поголема ефикасност при неговото користење.³ „Стратегијата за е-вклучување“ на МИОА (2011)⁴ има цел да овозможи поголема достапност на ИКТ до сите граѓани и возрасни групи на целата територија на државата, оптимизирање на формалното и неформалното образование, како и поголема достапност на електронските владини информации и услуги.

¹ Текстот не е лекториран.

² МОН. 2018. „Стратегијата за развој на образованието 2018-2025“. Скопје: МОН. Достапно на: <http://www.mon.gov.mk/index.php/2014-07-23-14-03-24/vesti-i-nastani/2168-2018-2025>.

³ Ибид. Стр. 63.

⁴ МИОА. 2011. „Стратегија за е-вклучување 2011-2014“. Скопје: МИОА. Достапно на: http://www.mio.gov.mk/sites/default/files/pbi_files/documents/strategies/Strategija_za_e-inklucvanje.pdf.

И покрај тоа што МИОА има донесено и „Стратегија за развој на е-содржини 2010-2015“,⁵ која предвидува креирање јавно достапни дигитални содржини на македонски јазик (е-учебници, комерцијално достапни е-содржини итн.), како и „Акциски план 2016-2017“⁶ за зајакнување на наставните програми во основните и средните училишта,⁷ имплементација на сите овие документи во практиката се одвива бавно и недоволно ефикасно.

1.1. Изучување „медиумска култура“, наместо МИП како пристап во образовниот процес

Поради немање системски пристап за воведување и изучување на МИП во образованието, одредени аспекти од областа се обработуваат на хаотичен начин, практично расфрлани низ наставните програми, во различни предмети и тематски единици.

Во периодот од 2009 до 2011 година Македонскиот институт за медиуми и Институтот за демократија „Социетас Цивилис“ обучија над 1,000 наставници по мајчин јазик од основно и средно образование, со цел да го пренесат знаењето за основите и концептот на медиумската писменост на учениците. И покрај соработката со Бирото за развој на образованието (БРО) и МОН во рамки на овој проект, при реформите на наставните програми во изминатите десет години, медиумската писменост не беше вклучена во наставните содржини.

Модернизацијата на образовниот процес во изминатите десет години повеќе е сосредоточена на воведување на ИКТ, пред се како дидактичко средство за изведување интерактивна настава.⁸ Во минатото преку различни проекти, како „Компјутер за секое дете“, државата овозможи компјутеризација и воведување интернет во училиштата низ државата, но ова не се покажа докрај успешно, бидејќи воспоставената инфраструктура не беше ефикасно и најсоодветно искористена. Училиштата немаат ниту доволно, ниту соодветна компјутерска опременост, ниту, имаат интернет-врска во континуитет за наставниците да можат непречено да ги употребуваат ИКТ во образовниот процес.⁹

Изминатите години, со ревизијата на наставните планови и програми во основното и во средното образование беа спроведени повеќе проекти (креирани интернет-портали за е-учебници и предмети застапени во образованието), како и обуки за наставниците за дигитална писменост и употреба на ИКТ во наставниот процес. И покрај тоа, за некои професори „сè уште е нејасно што, всушност, подразбира примената на ИКТ во наставата“.¹⁰

⁵ МИОА. 2010. „Стратегија за развој на е-содржини 2010-2015“. Скопје: МИОА. Достапно на: http://www.mio.gov.mk/sites/default/files/pbl_files/documents/strategies/strategija_e-sodrzini_2.pdf.

⁶ МИОА. 2016. „Акциски план 2016-2017“. Скопје: МИОА. Достапно на: http://www.mio.gov.mk/sites/default/files/pbl_files/documents/strategies/Akciski%20plan%202016%20-%202017_avgust2015.pdf.

⁷ Ибид.

⁸ Шопар, В., Купева, Т. и Теменугова, А. 2016. „Медиумската писменост во Македонија: алката што недостасува за активно граѓанство“, стр. 32. Скопје: ВШОЈ. Достапно на: <http://www.medium.edu.mk/attach/Summary-of-MIL-research-in-Macedonia-ENG.pdf>.

⁹ Ибид, стр. 34.

¹⁰ Ибид.

Се воведоа и задолжителни предмети што ги интегрираат ИКТ уште во основното образование (Информатика, Работа со компјутери, Основи на програмирање, Иновации), а во средното образование имаше промени на наставните содржини по одделни предмети (Програмски јазици, Информатика, мајчин јазик).¹¹

Практиката и истражувањата покажуваат дека се потребни дополнителни напори од страна на сите актери во образовниот процес за да може ИКТ ефективно да се имплементираат во образованието, а концептот на МИП да се воведо повеќе како пристап во образовниот процес, отколку само како изучување на „медиумската култура“.¹² За да им излезе во пресрет на сугестиите на граѓанските и образовните институции во однос на воведувањето на МИП во образовниот процес, БРО во 2018 година изрази подготвеност за поголема соработка со релевантните актери кои работат во областа. Така, Бирото во соработка со Високата школа за новинарство и односи со јавноста во текот на јуни-ноември 2018 година спроведоа истражување и „скенирање“ на наставните програми во основното образование од аспект на застапеноста на медиумската писменост, со цел да ги утврдат недостатоците и да предложат решенија каде и како би требало да се интервенира за да се вклучи овој концепт во наставата.

1.2. Регулаторот – најангажиран институционален актер

Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиуми е единствената државна институција која е активна во областа на медиумската писменост, делувајќи согласно обврските кои ги пропишува Законот за ААВМУ (2013 година).

Уште во 2015 година, Агенцијата подготви „Нацрт-Програма за поттикнување на медиумската писменост во Република Македонија“,¹³ чии цели успева да ги оствари и покрај ограничените финансиски средства. Медиумската писменост е еден од клучните приоритети и во нејзината Стратегија за развој на аудио и аудиовизуелната дејност 2018-2022 година, што се подготвува во текот на 2018 година.

Регулаторот спроведе „Истражување на медиумската писменост кај возрасната популација“ (2016), прво од ваков вид во Македонија. Наодите се однесуваат на перцепциите на публиката за тоа што подразбираат под медиуми, како ги користат, колку и на кој начин се активни на интернет, дали и како ги изразуваат личните ставови, во која мера забележуваат различно информирање за исти настани и на кој начин реагираат на таквите појави. Истражувањето настојува да ја профилира публиката во однос на степенот на нивната медиумска писменост, со цел Агенцијата и сите засегнати актери да ги прилагодат планираните активности според ситуацијата на терен и поконкретно да може да ги определат стратешките насоки за понатамошниот развој на медиумската писменост.

¹¹ Ибид., стр. 28

¹² Под „Медиумската култура“ се подразбираат тематски единици кои се изучуваат во рамки на предметот мајчин јазик и литература од петто до деветто одделение, со 10 часови годишно. Во рамки на овие часови, се изучуваат теми поврзани со: медиуми и видови на медиуми, филмска уметност, театар, музика и сл.

¹³ ААВМУ. 2015. „Програма за поттикнување на медиумската писменост во Република Македонија“. Скопје: ААВМУ. Достапно на:

Еден од позначајните чекори во развојот на областа на национално ниво е формирањето *Мрежа за медиумска писменост на РМ* (2016),¹⁴ што ја иницираше Агенцијата, а во која членуваат 39 граѓански организации, креатори на политики, едукатори, државни институции и други релевантни засегнати страни. Мрежата е неформална структура која функционира на волонтерска основа и се обидува да придонесе кон интензивирање на соработката меѓу различните субјекти преку состаноци кои се свикнуваат по потреба, како и преку работилници и други настани кои ги организира. За редовна комуникација со сите членки, воспоставена е комуникациска инфраструктура за брзо и лесно споделување информации по електронски пат, која функционира преку посебна е-адреса и тријазична веб-страницата на Мрежата (македонски, албански и англиски), а има и алатка што ги прави содржините достапни за лицата со оштетен вид. Една од целите на Мрежата е да придонесе кон мобилизација на државните институции за воведување на МИП во официјалните стратегии и во практиката, а засега нејзини членки се министерствата за образование и за транспорт и врски, Дирекцијата за заштита на личните податоци и Агенцијата за филм.

Мрежата треба да влијае на подигнување на свеста кај медиумите, особено кај јавниот сервис, со цел тие да промовираат содржини поврзани со медиумската писменост. За едукација на општата публика беа адаптирани неколку видео и аудио спотови на *Европската асоцијација за интересите на гледачите* (ЕАВИ), кои беа емитувани на домашни национални и локални ТВ и радио станици. Во соработка со БРО и МОН, Агенцијата во текот на 2018 година дистрибуираше едукативни материјали од областа на медиумската и информациската писменост до сите училишта во земјава.

1.3. Граѓанските организации „мотор“ за развојот на МИП

Во последните 10 години граѓанскиот сектор е главен стожер на неформалната едукација, промоција и истражувања во областа на МИП. Активностите во областа се овозможени доминантно преку поддршката од амбасадите и странските агенции, а најмногу од Европската Унија, Амбасадата на САД, УСАИД, и тоа преку различни проекти. Иако е тешко да се одржува истата динамика и континуитет на спроведување на активностите по завршување на проектите, неколку образовни и граѓански организации успеваат подолгорочно да работат на развој на МИП во своите сфери на делување.

Неформалната едукација во оваа област е фокусирана на младата популација, главно на средношколците, и на граѓанските организации. Повеќе граѓански организации и образовни институции (МИМ, Високата школа за новинарство и односи со јавноста, Младинскиот образовен форум и др.) изминативе години организираа разновидни обуки, конференции и кампањи¹⁵ за медиумска писменост.

Високата школа за новинарство и за односи со јавноста во континуитет, од 2011 година до денес, е активна на полето на неформалното образование за медиумска и информациска писменост, пред сè со фокус на младата популација. Во соработка со весникот *“Нова Македонија”* и средните училишта ширум земјата, Школата го издава подлистокот *„Медиум“* и истоимената

¹⁴ Види повеќе на: www.mediumskapismenost.mk.

¹⁵ Медиумска кампања „Д-р Драган“ на МИМ. Види повеќе на: <https://mim.org.mk/mk/video>; Медиумска кампања „Медијана“ на ВШНОЈ. Види повеќе на: <http://www.medium.edu.mk/>.

онлајн-платформа,¹⁶ организира медиумски лаборатории и кампови за средношколци, како и традиционалниот „Медиумски ден“ при што средношколците посетуваат медиуми и се запознаваат начинот на кој тие произведуваат информации.

Фестивалот за креативен документарен филм „МакеДок“ е носител на една од пооригиналните иницијативи за афирмација на филмот и визуелната уметност кај средношколската популација. Оваа граѓанска организација, која работи од 2010 година, е единствената што успеала да ја вметне темата за изучување на документарниот филм во наставните програми (прирачник, обуки за наставници), а наедно организира и патувачко кино во селските области низ државата.

Онлајн „Сервисот за проверка на факти“ (2012-2017) на Фондацијата „Метаморфозис“ е еден од подолгорочните проекти наменет за медиумските професионалци и пошироката публика. Со цел да се зголеми јавното образование и да се поттикнат дебати за точноста во медиумските производи, Сервисот продуцираше стручни рецензии на новинарски текстови од страна на искусни новинари професионалци, кои ги проверуваа изнесените факти и евентуални отстапувања од професионалните новинарски стандарди во медиумските објави.

Граѓанските организации и образовни институции во континуитет ја истражуваат состојбата со развојот на МИП. Дел од наодите од истражувањата на ГО укажуваат дека медиумите и новинарите најчесто ја мешаат медиумската писменост со „јазична писменост“ и „новинарски вештини“, дека отсутствуваат активности за унапредување на медиумската писменост кај вработените во медиумите и кај граѓаните, а недостигаат и едукативни содржини што би ѝ помогнале на публиката да го надмине дигиталниот јаз.¹⁷

Во април 2018 година, за прв пат беше направено истражување на корисниците на социјалните мрежи¹⁸ во Македонија, при што беше утврдено дека една четвртина од испитаниците ретко бараат дополнителни информации кога ќе прочитаат некоја вест на социјалните медиуми, а речиси една третина од испитаниците само понекогаш проверуваат кој е изворот. Наодите од истражувањето се „сериозен индикатор за недоволно развиена критичка свест за проверка на содржините што консументите ги читаат онлајн.“¹⁹

Повеќемесечната медиумска кампања²⁰ на МИМ (2018), која преку серија кратки аудио и видео спотови, имаше за цел да ја едуцира и да и помогне на пошироката публика полесно да ги препознае пропагандата од новинарството, да ги разликува фактите од коментарите, лагите и манипулациите од вистината.

¹⁶ Види повеќе на: www.medium.edu.mk.

¹⁷ Шопар, В., Купева, Т. И Теменугова, А. 2016. „Медиумската писменост во Македонија: алката што недостасува за активно граѓанство“. Скопје: ВШОЈ. Достапно на: <http://www.medium.edu.mk/attach/Summary-of-MIL-research-in-Macedonia-ENG.pdf>.

¹⁸ Наодите од истражувањето се презентирани на панел дебатата „How to inform and be informed?“ организирана од ЕУ Делегацијата во Македонија, 14 септември 2018.

¹⁹ Александра Теменугова, експерт за медиумска писменост, Институт за комуникациски студии, на панел дебатата „How to inform and be informed?“ организирана од ЕУ Делегацијата во Македонија, 14 септември 2018.

²⁰ Медиумска кампања „Д-р Драган“ на МИМ. Види повеќе на: <https://mim.org.mk/mk/video>.

Кампањата која беше една од позабележителните промотивни активности за подигање на свеста на јавноста за значењето на МИП, преку традиционалните и интернет медиумите, успеа да допре до преку 150,000 граѓани.

Имајќи го предвид нивото на МИП на граѓаните и публиката во Македонија, активностите на граѓанските организации имаа повеќе едукативна улога, со цел да им отворат други перспективи на интерпретација на информациите, а особено на вестите, и да им помогнат да изградат сопствени ставови за одредени клучни прашања, меѓу кои и за влијанието на власта врз уредувачката политика, креирање и споделување лажни вести, како и манипулирање преку интернет медиумите.

1.4. Тематски фокус на истражување во Македонија: Развивање потенцијали за промовирање на МИП преку програмите на Македонската радио-телевизија

Македонската радио-телевизија (МРТ) треба да продуцира и да емитува разновидни програми од областа на медиумската писменост за различни сегменти од публиката, со што ќе им помогне на гледачите да ги разберат информациите и вестите, да ги анализираат и оценуваат пораките кои ги примаат преку различни медиуми (и не само преку јавниот сервис), да го бранат своето право на слободно информирање, да можат креативно се изразуваат и да реагираат, а на тој начин да ги практикуваат своите граѓански права и должности. И покрај законската обврска да создава и емитува програми кои се однесуваат на поттикнување на медиумската писменост, јавниот сервис не покажал иницијативи во оваа насока изминатите години.

Истражувањето во следните поглавја се фокусира на прашањето зошто е важно јавниот сервис МРТ да ја промовира МИП преку своите програми за различни сегменти од публиката. Ќе бидат разгледани законската рамка и другите постојни стратемиски документи, организациската поставеност и капацитетите (потребни новинари, технички и финансиски ресурси) во јавниот сервис, како предуслови за развивање на програми поврзани со МИП.

Преку компаративна анализа на позитивни примери од јавните сервиси во Велика Британија и во Белгија, целта е да се идентификуваат успешни практики и иницијативи што би претставувале насоки во кој правец и на кој начин МРТ може квалитетно да ги исполни законските обврски за промовирање на МИП меѓу публиката.