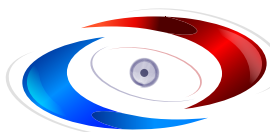




# Политика за медиумска писменост



<https://www.coe.int/en/web/freedom-expression>



**АГЕНЦИЈА ЗА АУДИО И  
АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ УСЛУГИ**

Reinforcing Judicial Expertise on Freedom of Expression and the Media in South-East Europe  
(JUFREX)

Funded by  
European Union  
and Council of Europe



Implemented by  
the Council of Europe



# ПОЛИТИКА ЗА МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ

Овој документ беше подготвен во рамките на заедничкиот проект на ЕУ и Советот на Европа „Закнување на судската експертиза за слободата на изразување и за медиумите во Југоисточна Европа (JUFREX)“

од Паоло Челот

март 2019 г.

Графички дизајн: МП Профил, Скопје

# Содржина

Вовед

5

Основи

7

Цели

9

Клучни области за примена

11

Компетенции за медиумска

13

писменост



15 17 19 21 23

1 Критичка свесност

2 Свест за емоциите

3 Дигитална добросостојба

4 Полноправно граѓанство

Улогата на Агенцијата



Во периодот помеѓу 2016 и 2018 година, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги одигра важна улога во поттикнувањето на медиумската писменост во Република Северна Македонија. Нејзините активности се одвиваа според посебна Програма<sup>1</sup>, ангажирајќи ги подеднакво и релевантните субјекти и граѓаните.

Целта на овој документ е да појасни што понатаму. Тој ги потврдува резултатите од веќе спроведените активности<sup>2</sup> и се заснова врз цврсто втемелени концепти кои се потврдени од меѓународната научна заедница и се вградени во политиките на Европската Унија и стандардите и постапките на Советот на Европа<sup>3</sup>.

## Вовед

Овде нема потреба да потсетуваме за стратешката важност на вештините за медиумска писменост и на индивидуално и на национално ниво. На интернет постои лесно достапна обемна библиографија на студии и документи за меѓународни политики. Всушност, скорешниот технолошки и економски напредок и крупните меѓународни општествени и политички настани, на медиумската писменост ѝ припишуваат уште посуштествена улога кога станува збор за демократијата во нашите општества.

Понатаму, било луѓето да се гледаат како граѓани, гласачи, потрошувачи, родители или деца, потребата да се инвестира во нивните медиумски способности брзо се зголемува. Како пример ќе го наведеме феноменот на дезинформации преку социјалните медиуми кој битно се одрази врз резултатите од важни меѓународни избори; потоа, новите техники на суптилна пропаганда кои се сè потешки за забележување; навиките на населението, вклучувајќи ги тука и децата, да поминуваат многу часови пред екранот што потенцијално може да резултира со зависност, како и фактот дека, со цел да се полнат новите бизнис модели, луѓето и нивните лични податоци се следат постојано, влијаејќи на тој начин врз нивната приватност и безбедност.

Треба да се напомени дека во овој документ ниедно од овие прашања нема да биде разгледувано во детали, бидејќи целта е да се претстави еден концепт кој е доволно широк за да се примени на сите овие теми, вклучувајќи ги и афирмативните, како што е можноста да се креира и споделува содржина, да се поврзе со другите, и осмислено да се придонесува за општеството.

Бројот и важноста на погоре споменатите концепти и теми сè повеќе расте, и истите се во состојба на постојано менување. Со цел на Агенцијата да ѝ се дадат насоки за идни иницијативи, адаптирајќи ги меѓународно признатите концепти на карактеристиките на самата земја, ќе се сосредоточиме врз најновиот природ развиен од заедницата за медиумска писменост, кој се заснова врз иновативна визија и темелни истражувања.

1 „Програма за поттикнување на медиумската писменост во Република Македонија (2016-2018)“, достапна на: [http://mediumskapismenost.mk/media/2016/05/Programa\\_za\\_mediumska\\_pismenost-1.pdf](http://mediumskapismenost.mk/media/2016/05/Programa_za_mediumska_pismenost-1.pdf)

2 „Извештај за спроведување на Програмата за поттикнување на медиумската писменост во Република Македонија (2016-2018)“, достапен на: <https://bit.ly/2H557wI>.

3 Како, на пример, Препораката од Советот на Европа за плурализам во медиумите, транспарентност на медиумската сопственост и медиумска писменост.





Медиумската писменост е сè почесто препознавана како збир од способности кои придонесуваат во борбата против појави како што се дезинформациите и пропагандата, кибер - насилството и следењето, и кои овозможуваат подобра употреба на технологијата. Овој документ ги признава и ги зема предвид европските политики и стандардите и иницијативите на Советот на Европа, како и активностите на други меѓународни организации на оваа тема.

Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги<sup>4</sup>, донесен во 2013 година, е дефинирачката политика во Република Северна Македонија којашто ги опишува одговорностите во однос на медиумската писменост. Како такви, основата и мотивацијата за овој документ остануваат исти. Ставот на Агенцијата е да промовира и охрабрува медиумски писмено општество преку цела палета од активности.



Како дел од нејзините одговорности, според претходно споменатата Програма и со оглед на она што веќе е направено<sup>5</sup>, Агенцијата има за цел да го разјасни местото на медиумската писменост и да ја предводи нејзината прилагодена имплементација.

Затоа, за да ги постигне зацртаните цели и да ги поттикне релевантните вештини и ставови, овој документ ќе ги посочи компетенциите што ќе ги насочат иницијативите на Агенцијата за унапредување и обликување на вештините и ставовите кои ќе придонесат за промовирање на медиумската писменост, и ќе даде широк преглед на она што ја дефинира медиумската писменост.

4 Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, 2013, „Службен весник на Република Македонија“, бр. 184/13, 13/14, 44/14, 101/14, 132/14, 142/16, 132/17, 168/18, 248/18 и 27/19, достапен на: <https://bit.ly/2HQndnJ>.

5 Види, на пример, [www.mediumskapismenost.mk](http://www.mediumskapismenost.mk); „Извештај за примената на Програмата за поттикнување на медиумската писменост во Република Македонија (2016-2018)“, достапен на: <https://bit.ly/2H557wl>; „Медиумската писменост во Македонија: Алката што недостасува за активно граѓанство“, достапна на: [https://respublica.edu.mk/attach/Mediumska\\_pismenost\\_komplet\\_FINAL.pdf](https://respublica.edu.mk/attach/Mediumska_pismenost_komplet_FINAL.pdf); „Медиумската писменост во Македонија – обид за имплементација во основното образование“, достапно на: <http://www.medium.edu.mk/attach/Mediumskata-pismenost-vo-Makedonija-obid-za-impelementacija-vo-osnovnoto-obrazovanie-MKD.pdf>.



*Сеопштата цел е да се поттикне медиумската писменост во македонското општество земајќи ги предвид граѓаните како крајни корисници.*

Поконкретно:

Да се оспособат луѓето од различни возрастни групи и сегменти (постари луѓе, возрастни, деца, млади жени итн.), делувајќи во различни својства и контексти (потрошувачи, гласачи, граѓани и така натаму), да извлечат корист од медиумското опкружување во кое живеат.



Затоа, предвидените активности вклучуваат еден широк дијапазон можности и можат да бидат или:

- директно насочени, како на пример информативни кампањи за подигање на свеста и други конкретни иницијативи, или
- активности за поддршка, за олеснување на гореспоменатите процеси на индиректен начин, како што е поттикнувањето на истражувања или ставањето ресурси на располагање на наставниците.

Агенцијата посебно треба да го потпомогне следново:

- Да придонесе граѓаните да ја разбираат медиумската писменост и да ја зголеми нејзината видливост и препознавање (*подигање на свеста*);
- Да соработува со меѓународни организации, министерствата и други чинители преку вмрежување, консултации и извештаи (*соработка и консултации*);
- Да ги подобри условите за граѓанско и демократско учество, вклучувајќи го и вградувањето на медиумската писменост и нејзините инспиративни принципи во релевантните национални политики и стратегии, вклучувајќи ги тука и медиумската слобода и плурализам (*политики и трендови*).



SOCIAL

26/03

SOCIAL  
EVENTI

SOCIAL

14/03

SOCIAL

15/03

KEY RESEARCH

WAC/SMS

TESTI  
SOCIAL

KEY RESEARCH

SOCIAL

Медиумската писменост трансверзално се применува во економската, општествената, културната и образовната сфера. Затоа, во рамките на еден добро промислен приод, може да се распоредат многу различни иницијативи за спроведување активности на едно или на повеќе од овие полиња. Конкретно, иницијативите може да се протегаат врз еден широк дијапазон од можности за да:

- ги поттикнат создавањето и распределбата на образовни ресурси и информативни материјали,
- се вршат истражувања, испитувања и анализи,
- се организираат обуки за различни групи, вклучувајќи ги и медиумските професионалци,
- се утврдат и да се рашират добрите практики,
- се развива вмрежувањето меѓу клучните чинители,
- се организираат и за да се учествува во државни и меѓународни настани,
- се прилагодат школските наставни програми,
- се поттикне квалитетно новинарство,
- се олесни вклучувањето на медиумската писменост и во регулативата и во кодексите на однесување.

## Клучни области за примена

Секоја активност може да има национална или локална димензија.

### Чинители

Намерата овде е релевантни чинители и главни актери да бидат сите јавни или приватни организации кои се активни на полето на национални или меѓународни политики или финансирање, во формалното и неформалното образование и во медиумскиот или во граѓанскиот сектор.

### Политика

За потсетување, медиумската писменост е присутна во Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.<sup>6</sup> Во рамките на својата улога на регулаторно тело, Агенцијата има должност да ги организира и да ги спроведува активностите за медиумска писменост.

<sup>6</sup> Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, 2013 г., „Службен весник на Република Македонија“, бр.184/13, 13/14, 44/14, 101/14, 132/14, 142/16, 132/17, 168/18, 248/18 и 27/19, достапен на: <https://bit.ly/2HQndnJ>.



Уште од првата студија<sup>7</sup>, спроведена за потребите на Европската комисија, медиумската писменост беше дефинирана како збир од поединечни компетенции (техничка, когнитивна и партиципативна) и фактори од опкружувањето (како што се законите и медиумското образование), како контекстуални фактори кои влијаат врз развојот на вештините од областа на медиумската писменост. Следеа слични рамки, кои во суштина се повикуваа на истите принципи.

Во 2015 година<sup>8</sup>, Агенцијата ги следеше овие важечки концепти. Сепак, како што се менува светот, постојат јасно видливи понови медиумски трендови и случувања во кои новите технологии брзо се одразуваат врз начинот на кој луѓето комуницираат со медиумите.

## Компетенции за медиумска писменост

Како пример, општествените и политичките опкружувања се погодени од дезинформациите, препознавањето на „економијата на внимание“ илустрира како комерцијалните компании остваруваат огромни профити од „бесплатните“ услуги, а меурите на социјалните медиуми овозможуваат политичките пораки да се насочат и да целат кон истомислениците, а на тој начин учеството во дебати и во општеството станува поларизирано.

Накучо, граѓаните сега населуваат еден сосема нов медиумски еко-систем и треба да научат како да живеат во него со цел да ги искористат сите придобивки од употребата на медиумите. Ова е медиумската писменост.

Истата организација која придонесе за актуелното разбирање на медиумската писменост во Европа сега предлага една подобрена, посеопфатна перспектива. Таа има за цел да го олесни разбирањето на она врз што медиумската писменост треба најпрво да се фокусира. Документот ги разгледува овие концепти со цел поинклузивно да се соочи со реалните секојдневни проблеми.

Документот следи една визија за медиумската писменост која не е само збир од вештини што треба да се стекнат, туку и одреден број на подлабоки лични ставови и приоди кои треба да се развијат.

Структуриран е во четири различни компоненти:

1. Критичка свесност;
2. Свест за емоциите;
3. Дигитална добросостојба;
4. Полноправно граѓанство.

<sup>7</sup> “Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels: A comprehensive view of the concept of media literacy and an understanding of how media literacy levels in Europe should be assessed” (Студија за критериумите за проценка на нивоата на медиумска писменост: Сеопфатен поглед врз концептот на медиумска писменост и сфаќање за тоа како треба да се оценуваат нивоата на медиумска писменост во Европа), достапна на: [https://eavi.eu/wp-content/uploads/2010/06/eavi\\_study\\_on\\_assessment\\_criteria\\_for\\_media\\_literacy\\_levels\\_in\\_europe.pdf](https://eavi.eu/wp-content/uploads/2010/06/eavi_study_on_assessment_criteria_for_media_literacy_levels_in_europe.pdf).

<sup>8</sup> „Програма за поттикнување на медиумската писменост во Република Македонија (2016-2018)“, достапна на: [http://mediumskapismenost.mk/media/2016/05/Programa\\_z\\_a\\_\\_mediumska\\_pismenost-1.pdf](http://mediumskapismenost.mk/media/2016/05/Programa_z_a__mediumska_pismenost-1.pdf).





Главна особина на медиумската писменост, онаква каква што ја познаваме, е критичкото размислување. Тоа останува клучниот концепт, когнитивен, логички процес, за сфаќање на примената информација. Конечно е прифатено дека критичкото мислење, а не само техничките вештини, е јадрото на медиумската писменост.

Сепак, многу луѓе не ги стекнуваат вештините кои им се потребни за да можат да ги оценат вестите, да ја разберат пропагандата, да го забележат рекламирањето или соодветно да реагираат на содржините со говор на омраза.

За потполно да се разбере една медиумска порака, всушност не е доволно човек само да може критички да ја прочита информацијата, ниту пак само да изгради рационален капацитет за да ја анализира медиумската порака.

## 1 Критичка свесност

Наместо тоа, она што е потребно за подлабоко да се разбере медиумската содржина, како и контекстот од кој потекнува, е *да се примени квалитативно размислување како личен став и цврсти вредности како клуч за читање.*

Затоа, вештините за критичко размислување мора да се потпираат врз способноста за развивање добри мисли и фини вредности како што се интегритетот, етиката, емпатијата и праведноста.

За да се овозможи погоре споменатото, искуствата на корисниците со медиумите треба да се опкружени со содржини и луѓе вредни за развивање на корисни размислувања. На пример, може да се охрабрат луѓето да ги отстранат од своите социјални медиуми содржините и контактите кои не им се од корист.

Пишувањето статус или напис, исто така, нè тера да ги фокусираме мислите многу повеќе отколку кога читаме нечија туѓа содржина. И истражувањето на интернет е добар метод за збогатување на искуството, под услов луѓето да научат како и што да бараат и да се способни да им одолеат на содржините на интернет што им го одвлекуваат вниманието.

Во суштина, својството критичка свесност се состои од вештини за критичко размислување и, како предуслов, од лични ставови и вредности. Додека пак, поздравото медиумско искуство ќе ги поттикне и збогати личните компетенции за медиумска писменост и ќе ги оспособува луѓето да стекнат вистинско знаење.

Инаку, ризикот е да се стекне, ако ништо друго, тогаш само едно површно знаење и празни информации. Да се има пристап до сè без да се научи што било.



Кај медиумската писменост не се работи само за рационално, логично размислување. Емоционалната интелигенција, креативноста, интуицијата и свесноста за сопственото однесување на интернет се квалитети кои треба да се негуваат, за да се користат медиумите како вистински личен ресурс.

Потребниот прв чекор за решавање на кој било проблем е човек да е свесен за него. Користејќи ги медиумите, мора да бидеме свесни дека сме подложни на пропаганда или дека на интернет трошиме часови и часови. Исто така, треба да сме свесни и дека е илузорно да мислиме дека ние сме тие кои навистина сме одбрале кој е следниот филм што ќе го гледаме на телевизија оваа вечер.

## 2 Свест за емоциите

*Развивањето свест е суштинска компонента од станувањето медиумски писмена личност.*

Најважно е да се биде свесен дека на интернет постојано ни го отргнуваат вниманието со причина, заради нечиј туѓ комерцијален или политички интерес. Корпорациите на социјалните медиуми ги базираат своите стратегии врз бихевиористичките науки за да ги искористат слабостите на луѓето. Зависноста од екранот и здравствените проблеми поврзани со неа се друг пример за потребата од промена на одредени бихевиорални ставови кога сте во интеракција со медиумите.

За да живееме подобро со медиумите, од суштинско значење е да станеме свесни за тоа што правиме и како се однесуваме на интернет. Способноста да го набљудуваме нашето сопствено однесување е првиот чекор кон сузбивањето на негативните резултати. Во оваа смисла, процесот за стекнување свест е учење да се обрне внимание.

Со други зборови, за да се стане медиумски писмен, потребно е и да се развие капацитет за препознавање на чувствата како лутина или задоволство, да се разбере зошто овие емоции влијаат врз нашите избори и така да се научи како да се развијат подобри рефлексии.



За да ги користат медиумите како вистински личен ресурс, луѓето треба да се способни добро да ги користат поединечните производи, услуги и технологии. Непотребно е да се спомене дека, во едно дигитално онлајн - опкружување, стекнувањето адекватни технички вештини е од суштинско значење.

Затоа, откако луѓето еднаш ги процениле користа и последиците од нивното користење на медиумите, тие *треба да се способни да ги користат тие технологии безбедно и сигурно за забава, за информации или за образовни цели.*

За да го направат ова, на луѓето им се потребни технички, дигитални вештини. Ова може да опфаќа сè, од способноста да ги вклучуваат и исклучуваат апаратите, да ги прилагодуваат поставките на социјалните медиуми или да одбијат согласност на трети лица да ги користат нивните лични информации и податоци.

## 3 Дигитална добросостојба

Со појавата на Интернетот на нештата и вештачката интелигенција<sup>9</sup>, кои ветуваат дека ќе внесат многу нови справи во нашите животи, во нашите возила, домови и на нашата облека, луѓето треба да поседуваат технички вештини за да можат целосно да владеат со овие технологии и затоа треба да се способни да решат што ќе прават со нив и како и кога сакаат да ги користат.

Бидејќи се прифаќа дека луѓето може да не се волни или да не се способни да стекнат комплексни технички вештини, пазарите и нивните досијеа со релевантни политики кои се занимаваат со погоре споменатото, треба да се осигурат дека давателите на производи и услуги им овозможуваат на корисниците на медиумите вистински да ги владеат нивните медиуми.

Затоа луѓето, овде гледани и како потрошувачи, треба да можат да ја користат технологијата за да ја зголемат својата добросостојба и за своја сопствена корист.

Технологијата, во овој контекст, треба да им служи на потребите на луѓето, а не обратно.

<sup>9</sup> Треба да се забележи дека Советот на Европа обемно ја истражува вештачката интелигенција, вклучително и од аспект на човековите права, [www.coe.int/en/web/artificial-intelligence](http://www.coe.int/en/web/artificial-intelligence).



Откако еднаш луѓето ги усовршиле своите индивидуални вештини опишани погоре, треба да се охрабрат добро да научат како да придонесат за подобра комуникациска добробит.

Прво, корисниците треба секој посебно да научат како соодветно да се поврзуваат и да споделуваат содржини со другите. На пример, кога ќе се сретнат со говор на омраза или кибер - насилство, корисниците треба да имаат вештини да го препознаат како негативно и штетно и да одредат кое соодветно дејство да го преземат, доколку такво постои.

Второ, граѓаните треба да можат да учествуваат во општествата чијшто дел се самите тие. Денес, ова учество е главно преку медиумите, се протега вон државните граници и затоа е глобално. Граѓаните може да донесат одлука, на пример, да учествуваат во движења кои се однесуваат на климатските промени, светскиот мир или човековите права, како и во животот на нивната национална држава. Ова е учество, преку медиумите, кое позитивно се одразува врз развојот на глобалното општество.

## 4 Полноправно граѓанство

Прифаќаме дека во поттикнувањето на осмисленото учество важна улога играат унапредувањето на медиумскиот плурализам, слободата на медиумите и квалитетното новинарство. Затоа, образовните тела, политичките институции, медиумите и граѓанските организации, сите играат улога и имаат одговорност во олеснувањето на тој процес.

Гореспоменатите концепти потсетуваат на оние за дигитално граѓанство и дигитална демократија и се поврзани со неодамна нашироко разгледуваните прашања, како што се мешањето во изборни кампањи преку интернет, војувањето со информации и популизмот кој се шири преку социјалните медиуми.





Агенцијата ќе планира, иницира, поддржува и ќе известува, ќе води, извршува, координира или ќе овозможува конкретни активности со цел да им се помогне на македонските граѓани да се стекнат со компетенциите за медиумска писменост изложени на претходните страници.

Имајќи предвид дека ова е доживотен потфат, таа ќе ги насочува своите активности кон различни општествени групи, адаптирајќи се на актуелната реалност<sup>10</sup> и можности, врз база на претходното искуство.

## Улогата на Агенцијата

Ќе работи сама или во соработка со разни чинители – и оние кои се членови на Мрежата за медиумска писменост и оние кои не се. Ќе биде активна во меѓународните и во националните проекти и настани.

Секогаш ќе биде отворена кон новите случувања и трендови во областа на медиумската писменост како внатре во земјата, така и надвор од неа.

Агенцијата ќе работи на поттикнување на секоја директна или индиректна активност што би придонела за подобри вештини на граѓаните за медиумска писменост, за нивна медиумска добробит и учество во општеството преку медиумите.

<sup>10</sup> „Истражување за медиумската писменост меѓу возрасната популација во Република Македонија“ (2016), достапно на: <http://mediumskapismenost.mk/istrazuvanja-avmu/>.

Македонското медиумско регулаторно тело – Агенцијата за аудио и аудио-визуелни медиумски услуги, ги црпи својата надлежност и обврска за поттикнување на медиумската писменост во Република Северна Македонија од Законот. Ова резултираше со потребата за креирање на овој сеопфатен документ за политики за медиумска писменост. Намерата беше документот да даде општ преглед на начините за унапредување на работата во областа на медиумската писменост, истовремено укажувајќи на спецификите на работата на медиумското регулаторно тело во ова поле.

Документот за политики особено го дефинира следното:

- Главните цели кои треба да бидат достигнати, од страна на Агенцијата како и други чинители, во областа на медиумската писменост во Северна Македонија;
- Клучните домени од примарно значење, каде заложбите најмногу би помогнале да се достигнат тие цели;
- Компетенциите во областа на медиумската писменост кои треба да бидат развиени во разни општествени групи.

Овој документ ја зема предвид пошироката рамка на Европските политики за медиумска писменост, истовремено фокусирајќи се конретно на активностите/ искуството на Агенцијата и останатите чинители во Северна Македонија.

МК

