

ИСТРАЖУВАЊЕ

КРИТИЧКОТО МИСЛЕЊЕ И МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ КАЈ МЛАДИТЕ ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



Издавачи:

„ЕвроТинк“ – Центар за европски стратегии
Фондација за интернет и општество „Метаморфозис“

За издавачите:

Љупчо Петковски, извршен директор, „ЕвроТинк“
Бардил Јашари, извршен директор, „Метаморфозис“

Автор:

Александар Стојановски

Графичко уредување:

Драган Додевски

Лектура:

Елеонора Стојковска Попетреска

Превод на албански јазик:

Валон Абдиу

CIP – Каталогизација во публикација

Национална и универзитетска библиотека "Св. Климент Охридски", Скопје

159.955-053.6(497.7)"2018/19"(047.31)

37:316.774-053.6(497.7)"2018/19"(047.31)

СТОЈАНОВСКИ, Александар

Истражување критичкото мислење и медиумската писменост кај младите

во Република Северна Македонија [Електронски извор] / [автор Александар Стојановски].

– Скопје : Метаморфозис : Центар за европски стратегии ЕвроТинк, 2020

Начин на пристапување (URL): <https://www.metamorphosis.org.mk>.

– Текст во PDF Формат, содржи 63 стр., илустр. – Наслов преземен од екранот. –

Опис на изворот на ден 26.03.2020. – Белешки: стр. 61–63. –

Библиографија: стр. 58–60

ISBN 978-608-263-032-8 (Метармофозис)

ISBN 978-608-66235-8-6 (Евротинк)

1. Гл. ств. насл.

а) Млади – Критичко мислење – Македонија – 2018–2019 – Истражувања

б) Млади – Медиумска писменост – Македонија – 2018–2019 – Истражувања

COBISS.MK-ID 112436746

Истражувањето е изработено во рамките на проектот „Со критичко мислење до граѓани со медиумска умешност – КриТинк“, имплементиран од Фондацијата за интернет и општество „Метаморфозис“ и ЕВРОТИНК – Центар за европски стратегии, а финансиски поддржан од Европската Унија.

Содржината на оваа публикација е единствена одговорност на ЕВРОТИНК – Центар за европски стратегии и на ниту еден начин не ги одразува гледиштата на Европската Унија.

Содржина:

За истражувањето	6
Предговор	7
Вовед	8
Медиумската писменост и критичкото мислење на ниво на политики и нивното значење ...	9
Критичкото мислење и медиумската писменост во контекст на политиките за образование на ЕУ	9
Борбата против дезинформаци - ЕУ политики и пристап	14
Медиумската писменост во Република Северна Македонија.....	15
Истражување: Медиумската писменост и критичката мисла кај младите во Република Северна Македонија	20
Методологија на спроведување на истражувањето	21
Структурирани интервјуа	21
Фокус-групи	22
Анкетни прашалници	23
Наоди од истражувачките алатки	24
Способност за критичка мисла - ставови за процесот на (критичко) мислење кај младите	24
Логички тестови	42
Медиумска писменост – односот кон медиумите и информирањето кај младите	44
Заклучоци и препораки	54
Библиографија	58
Белешки	61

За истражувањето

Во рамките на овој документ ќе имате прилика да дознаете повеќе за модерните трендови и јавните политики поврзани со медиумската писменост и критичкото мислење во ЕУ и во Република Северна Македонија. Ќе бидат изложени наоди од три истражувачки алатки насочени кон целната група што е избрана за ова истражување – млади лица. Истражувањето е спроведено во рамките на проектот „Со критичко мислење до граѓани со медиумска умешност“ од страна на Фондацијата „Метаморфозис“ и „Евротинк“ – Центар за европски стратегии во 2018 и 2019 година.

Преку ова истражување, проектот „Со критичко мислење до граѓани со медиумска умешност“ има цел да ја анализира моментната состојба во делот на афинитетите и ставовите што целната група (младите) ги има кон процесот на мислење и критичко мислење. Освен овој аспект, вниманието на истражувањето е исто така насочено кон навиките за информирање, користењето на медиумите и различните форми на информативни алатки кај младите во Република Северна Македонија.

Во документот пред Вас, покрај наодите од истражувањето, ќе биде претставена и моментната поставеност на домашните политики и регулативата, која е тесно поврзана со формалното образование на младите како еден од одлучувачките фактори што влијае на начинот на размислување. Освен тоа, постојните европски политики поврзани со медиумската писменост се исто така анализирани во рамките на ова истражување.

Предговор

Повод за изработка на ова истражување е имплементацијата на европскиот проект со наслов „Критинк: Со критичко мислење до медиумска умешност“. Проектот во рамките на својата тригодишна имплементација предвидува три посебни истражувања насочени кон три посебни целни групи граѓани, (младите, медиумските работници, односно новинарите, и општата јавност). Во ова истражување, фокусот е ставен на младите лица во Република Северна Македонија.

За потребите на ова истражување беа спроведени три посебни истражувачки алатки, покрај истражувањето на домашни и меѓународни документи, преку кои е даден преглед на моментните домашни и европски политики поврзани со областите на медиумската писменост и критичкото мислење.

Причините за изработка на ова истражување се повеќеслојни. Досега, во Република Северна Македонија, истражување фокусирано кон навиките за информирање и ставовите што лицата ги имаат за процесот на критичка мисла, не е спроведено. Следна причина се глобалните трендови, кои укажуваат на секојдневен раст на достапни информации преку различни форми на медиуми. Во последните години, социјалните медиуми и различните нови електронски медиуми го забрзаа појавувањето на непроверени и неточни вести и информации. Појавата на лажните вести и инструментализацијата на лажните информации за пропагандни цели доведоа до зголемено внимание за причинско-последичните врски, кои доведоа до овој глобален проблем. Овие процеси, секако, го засегаат целокупното население во Северна Македонија. Имено, анализата на Индексот за медиумската писменост во Европа покажа дека во 2018 година балканските земји се одликуваат со најмала отпорност кон феноменот на поствистина, а Република Северна Македонија е на самото дно, т.е. таа е земја со најголема „ранливост“ за лажни вести поради најнискиот степен на квалитетното образование и слобода на медиумите.

Оттаму, ова истражување е спроведено со цел да се генерираат нови информации за состојбите кај целната група (младите) за нивните навики, ставови и перцепции поврзани со темата на критичката евалуација на информациите и начините на информирање. Анализата на политиките, на национално и на европско ниво, придонесува наодите од трите истражувачки алатки да бидат интерпретирани соодветно, но и да добијат контекстуализација.

Препораките од овој истражувачки труд се насочени кон државните и недржавните чинители што имаат директна или индиректна врска со креирање политики во делот на образованието и медиумите.

Александар Стојановски,
Скопје, 2019 година

Ако иднината им припаѓа на младите, од огромно значење е да направиме сè што е во наша моќ на тие млади да им биде овозможена средина што ќе поттикнува развој, раст и напредок. Учење вештини и способности што, во најмала рака, ќе дозволат следење на трендовите и на глобалниот цивилизациски развој. Алатки што ќе овозможат развој, а во исто време ефективна заштита, на индивидуално ниво; Практики што ќе гарантираат слобода на мисла и изразување, кои ќе придонесат за градење колективен отпор од регресивни трендови во делот на информирање и комуницирање, на колективно ниво.

Република Северна Македонија нема долга традиција со медиумската писменост, уште повеќе кога станува збор за младата генерација и нејзината изложеност на медиумско влијание. Терминот „медиумска писменост“ грубо може да го дефинираме како одреден критички однос при пристапување до медиумот, кој им овозможува на граѓаните од сите возрасти да ги консумираат модерните форми на „вести“ и да носат т.н. информирани одлуки.¹

Во анализата за критичкото мислење и медиумската писменост кај младите, која се темели на проектот „Со критичко мислење до граѓани со медиумска умешност“, ќе бидат претставени три истражувачки алатки имплементирани на територијата на нашата земја во периодот март 2018 – јануари 2019 година. Проектот е имплементиран од Фондацијата „Метаморфозис“ и Центарот за европски стратегии „Евротинк“. Прегледот на литературата, актуелните национални и меѓународни политики и извештаи за начинот на спроведување на интервјуата, анкетите и фокус-групите дозволи ова истражување да генерира единствени и досега неагрегирани информации, каде што фокусот е ставен на младите. **Хипотезата на ова истражување е: Степенот на медиумската писменост (умешност) е условен од употреба на критички пристап (критичко мислење) при информирањето и разбирањето на информациите.**

Истражувачките алатки беа конструирани со цел да дадат слика за состојбата и ставовите поврзани со медиумите, начините на информирање, односот кон одредени феномени од медиумската сфера, когнитивните предрасуди во врска со мисловниот процес, односно ставовите кон критичката мисла, како и способноста за практична употреба на критичката мисла во процесот на информирање и интеракција со медиуми.

Медиумска писменост и критичко мислење на ниво на политики и нивното значење

Критичкото мислење и медиумската писменост во контекст на политиките за образование на ЕУ

Во примарните документи на Европската Унија², образованието се објаснува како политика за која се задолжени државите-членки. Сепак, образованието е област во која улогата на ЕУ е да создава „европска додадена вредност“ преку размена на добри практики и координација на политиките поттикнувајќи подлабока интеграција.

Образовните програми имаат тенденција да бидат широки во својот опфат во смисла на покривање на четирите компетенции: ефективна и конструктивна интеракција, критичко мислење, однесување на социјално одговорен начин и демократско делување. Скромната регулатива која го унапредува и утврдува аспектот на сите четири постулати на граѓанското образование е присутна во политиките на ЕУ и е вградена и на национално ниво.

Клучен столб на европската образовна политика е Референтната рамка за клучни компетенции за доживотно учење³. Компетенциите ЕУ ги дефинира како комбинација на знаење, вештини и ставови, кои се неопходни за граѓаните да делуваат во животните практики, кои се подложни на брзи промени предизвикани од притисоците на глобализацијата. Според логиката на ЕУ, на европското образование треба со оваа алатка да му се овозможи полесно прилагодување на животните предизвици во сите фази на животот, како во економските така и во останатите животни практики. Затоа, освен очигледните економски предизвици поврзани со трансформацијата на европските општества во економија базирана на знаење, што како цел е идентификувано во стратегијата Европа 2020⁴, развојот на компетенциите треба да одговори и политичките предизвици кои ги создава глобализираниот свет.

Клучни компетенции за доживотно учење на ЕУ



Приказ бр. 1

Во клучните европски документи поврзани со развојот на компетенциите, провејува идејата за разбирање на притисоците од глобализацијата врз економската благосостојба, кои лесно се трансформираат и во притисоци врз европските демократии. Развојот на компетенциите не е неопходен само за економско приспособување, туку и за заштита на либерално-демократските вредности, преку создавање граѓани што се отпорни на притисоците врз демократијата.

Меѓу другото, ЕУ преку својот Совет за образование го насочува своето внимание кон улогата на младите и секторот поврзан со млади како меѓусекторски пристап за да се бори против насилна радикализација на младите⁵. Исто така, ЕУ охрабрува развој на медиумска писменост и критичко мислење преку образование и тренинг⁶.

Во Референтната рамка усвоена во 2006 година⁷ и во најновите документи од 2018 година⁸ должно внимание им се посветува на вештини како **критичкото мислење**, креативноста, **медиумската писменост** итн. Во документот од 2006 година, критичкото мислење е спомнато двапати, и тоа како „тема што се аплицира низ сите компетенции на рамката“. Во документот од 2018 година, пак, критичкото мислење како „[вештина] што е вкоренета во сите осум компетенции“ се споменува дури девет пати. Во исто време, критичкото мислење е една од основните постулати на европската рамка за граѓанско образование.

Во рамките на Евридика-извештајот за училишта од 2017⁹, кој се однесува на граѓанско образование во рамките на училишните програми од 35 земји, образложена е концептуалната рамка, која се простира на 4 области, односно цели.

Клучните области, односно цели се:

1. Ефективна и конструктивна интеракција со други лица
2. Критичко мислење
3. Општествено прифатливо однесување
4. Демократско однесување

Во оваа концептуална рамка посебно место ѝ е доделено на областа **критичко мислење**, која е дефинирана како процес што вклучува: мислење и анализа, медиумска писменост, знаење и откривање нови знаења, како и употреба на извори на информации.

Критичкото мислење е тесно поврзано со елементите што ја конституираат медиумски писмената индивидуа. Медиумските производи, почнувајќи од раните фази на нивното постоењето, па сè до денешните модерни трендови кои нудат разновидност и дигитализација на една медиумска порака, растат во комплексноста и во обемот во кој се публикуваат.

Терминот „писменост“, како составен дел на формулацијата **медиумска писменост**, дозволува олеснето толкување на значењето на концептот: медиумски писмен граѓанин. „Писмен“ граѓанин, толкувано во најтесна смисла, би требало да биде во можност да интерпретира знаци-букви, да разбира зборови/облици на комуникација и да може истите да ги интерпретира, анализира, односно пренесе. Терминот: „медиум“ може да го дефинираме како кој било формат на порака, информација или алатка за пренос на информации.

Формата на пренос на една порака во текот на 20 век преминува од традиционална во дигитална. Пишаниот или печатен збор како основна порака еволуира во слика, снимка, интернет. Изворите на пораките и медиумските производи, односно пораки, варираат. Од централизирани извори на масовно информирање, понудата на извори станува децентрализирана и неконтролирана; таа станува масовно индивидуализирана и во последно време високоперсонализирана преку следење навики и профилирање со помош на алгоритми за микротаргетирање за комерцијални и други цели.

Концептот „медиумска писменост“ во смисла на оваа анализа ќе го дефинираме како вештина што вклучува лингвистичка писменост, аудиовизуелна писменост, дигитална, односно информатичка писменост. Американскиот институт „Аспен“ во 1992 година ја даде најцитираната дефиниција за медиумска писменост¹⁰ и таа гласи: „медиумска писменост е способност за пристап, анализа, евалуација и комуницирање на информации во сите нивни форми“. Оваа дефиниција е жива и ги опфаќа дневните нови и експериментални форми на технологија и платформи за комуникација, интеракција и социјализација. Медиумски писмен човек е дефиниран како: човек што може да декодира, анализира и оцени, но и да продуцира печатени и електронски медиуми.

Следејќи ја дефиницијата за медиумска писменост, терминот „медиумска писменост“ е објаснет на следниот начин: „Медиумска писменост е систем на вештини, знаења и разбирање што им дозволуваат на корисниците ефективно и безбедно да употребуваат медиуми“. Медиумски писмените граѓани се способни да носат информирани одлуки, да ги разбираат природата и содржината на информациите, а во исто време да го користат целиот опсег на можности што ги нудат новите комуникациски технологии. Овие граѓани се способни да се заштитат себе и своите семејства од штетни и навредувачки содржини. Од овие причини, развојот на медиумската писменост во сите сегменти на општеството треба да биде активно промовиран.

Според извештајот на истражувањето на EAVI (European Association for Viewers Interests) од 2014 за „Формално медиумско образование во Европа“¹¹, концептот на медиумската писменост во денешно време е доминантно дефиниран: во контекст на политики, педагошки мерки, истражување и во рамките на јавниот дискурс како способност за: 1) пристапување до медиуми; 2) разбирање и критичко пристапување на различни аспекти на медиумски содржини и установи-институции; 3) креирање комуникации во различни контексти.

Медиумска писменост значи способност за употреба и разбирање на медиумите како средство за еден вид самозаштита и безбеден избор на медиуми и во еден дел способност за креирање медиуми, со цел самореализација, самоизразување, активно граѓанско учество со информирани, морално исправни и правно дозволени одлуки и постапки. Ова е поврзано со Член 19 од Универзалната декларација за човековите права на Обединетите нации. Во него се гарантираат правото и слободата „на мислење и изразување, што го опфаќа и правото да не се биде вознемируван за своето мислење, како и правото да се бара, прима и шири информации и идеи со кои било средства и без оглед на границите“¹². Според ова, ООН смета дека „медиумската писменост“ е предуслов за граѓаните на светот да можат во целост да ги ползуваат и уживаат правата гарантирани во Член 19 од Универзалната декларација за човековите права.

Во оваа насока, директивата на Европската комисија за аудиовизуелни медиумски сервиси го отвора прашањето за медиумската писменост на високо ниво како приоритет. Од ова се гледа дека проблемот на медиумската писменост е третиран како важно прашање на агендите на Европската комисија, Европскиот парламент, Советот на Европската Унија и Комитетот на регионите.

Медиумската писменост како поим е препознаена и е дел од преамбулата на Директивата на ЕУ за аудиовизуелни медиумски сервиси.¹³

Препораката на Европскиот парламент и Советот донесена на 20 декември 2006 година, која се однесува на заштитата на малолетните лица и човечкиот дигнитет во врска со конкурентноста на Европската аудиовизуелна информациска индустрија, содржи серија можни мерки за промовирање на медиумската писменост. Таквите мерки вклучуваат: континуирано образование на наставници и едукатори, конкретни форми на тренинг заснован на интернет насочен кон младите на рана возраст, отворени сесии наменети за родителите, односно организации што ќе спроведуваат кампањи насочени кон граѓаните на национално ниво при што ќе ги опфаќаат сите видови комуникации и медиуми, со цел да обезбедат информации и препораки за безбедно и одговорно користење на интернетот“.

Според извештајот „Евридика“ 2017, примената на способноста за расудување е посочена како најчеста компетенција/способност во рамките на ИСЦЕД 1.¹⁴ Во рамките на терминот „способност за расудување“ се опфатени критичко мислење, резонирање и вештините на анализа, како и медиумската писменост. Во ИСЦЕД 2 критичкото мислење е издигнато на многу повисоко ниво, споредено со примената на способноста за расудување и способноста за разбирање на модерниот свет околу нас, кои се на второ место по способноста за критичка мисла. Како трета област е откривањето нови знаења и употребата на извори на информации. Во ИСЦЕД 3 способноста за критичка мисла повторно води, на второ место е примената на способноста за расудување и разбирање на модерниот свет, а на трето место се способноста за резонирање и способноста за анализа. Во рамките на ИВЕТ (иницијално вокациско образование и тренинг)¹⁵, редоследот по значење на вештините е следен: критичко мислење, резонирање и способност за анализа и, на крајот, способност за расудување.

Во извештајот „Евридика“ 2017 напоменато е дека: „повеќето национални образовни системи имаат тенденција да вградуваат елементи на слични вештини и способности во наставните програми, додека некои држави во своите образовни системи високо ги вреднуваат овие вештини и ги имаат вградено во наставните програми на сите степени на образование“.¹⁶

Борбата против дезинформации – ЕУ-политики и пристап

Дезинформацијата е проверлива и неточна или погрешно наведувачка информација, која е креирана и лиферувана за економски цели или со цел намерно да ја измами публиката. Дезинформацијата може да има далекусежни последици, може да предизвика јавна штета, може да биде закана за демократските и политичките процеси. Дезинформацијата може да ја доведе во прашање заштитата на здравјето на граѓаните на ЕУ, нивната безбедност и околината во која живеат.¹⁷

Дезинформацијата ја еродира довербата во институциите, дигиталните и традиционалните медиуми, додека во исто време ги повредува демократиите со тоа што ја намалува можноста на граѓанинот да носи одлука заснована на точни информации. Понатаму, може да ги поларизира дебатите непотребно, да креира или да ги зголеми тензиите во општествата, да ги поткопа изборните системи и да предизвика штета за европската безбедност. Со ова, дезинформациите нанесуваат удар врз слободата на мислата и изразување која е фундаментално право загарантирано со Повелбата на ЕУ за основни човекови права.¹⁸

Институциите на ЕУ ги разбираат дезинформациите како комплексен проблем кој има корен во брзи и драстични социо-економски промени. Повеќето демократии се одликуваат со силни социјални јазови со појавна форма на „поделеност“, и тоа по повеќе основи. Оваа „поделеност“ е приликата што некои малициозни актери сакаат да ја искористат или ја користат. Иако „поделеноста“ не претставува ништо ново, технолошкиот развој придонесе дезинформацијата да остане моќна, евтина, профитабилна алатка, односно метод за влијание врз широк спектар на општествени актери. Овие општествени актери според видот може да варираат од цели држави до мали екстремистички групи.

Бидејќи дезинформациите како феномен се вкоренети во комплексни општествени динамики и интереси, задачата за борба против нив е тешко да се одреди на кои чинители им припаѓа. Од тука, потребна е соработка помеѓу различни институции и агенции, како во рамките на самите држави, така и билатерално, регионално и во меѓународни рамки. Европската Унија како (ко)регулатор има важна улога во оваа динамика на чинители. Од 2018 годинанаваму Европската Унија и нејзините институции ги зголемија своите амбиции, но и активностите на ова поле.¹⁹ Според последниот план на Европската комисија за борба против дезинформациите од декември 2018 година, постигнати се значителни подобрувања. ЕУ е свесна дека превенирањето на новите дигитални можности на дезинформации е извонредно важно за граѓаните. Ако не се превенираат во раната фаза, девијациите може да ги еродираат општествените вредности, а во некои случаи да достигнат сериозни облици на организиран криминал, вклучително и сајбер-криминал. Заканите од дезинформациите ЕУ ги препознава како приоритет во своите програмски цели и за тоа го удвојува буџетот за справување со дезинформации, пред сè, во создавање претпоставки за нивно спречување. Во 2018 година ЕУ-буџетот за борба против дезинформации беше 1.9 милион евра и е зголемен на 5 милиони евра за 2019 година.

Европскиот совет во два наврата во текот на јуни²⁰ и октомври²¹ 2018 година ја повикува Европската комисија да предложи координиран одговор на предизвиците присутни како резултат на постоењето на насочени и координирани кампањи на дезинформации низ општествата на членките на ЕУ и непосредното соседство на ЕУ. „Кодексот на практики во врска со дезинформации“²² е првиот чекор во реализација на барањата на Европскиот совет. Понатаму, Европската комисија, во декември 2018 го изложува „Акцискиот план против дезинформации“²³.

Хронологија на преземени чекори за борба против дезинформациите од страна на ЕУ



Приказ бр. 2

Моментните напори на ЕУ во борбата со дезинформациите се насочени на следните клучни процеси:

- Да се подобри откривањето, анализата и последиците од изложеноста на дезинформациите;
- Засилена соработка и заеднички одговор на дезинформациите;
- Мобилизирање на приватниот сектор за справување со дезинформациите;
- Подигнување на свеста и зголемена општествена отпорност кон последиците од дезинформациите.

Овие цели се остваруваат преку конкретни мерки што акцискиот план ги предвидува, а за чие остварување веќе постојат извештаи²⁴

Првата мерка, **„Подобрување на можностите и засилување на заедничкиот одговор“**, во пракса значи зголемен ангажман на ЕЕАС (European External Action Service), поточно неговото тело за стратешки комуникации (EEAS East Stratcom Task Force) и воспоставување на РАС (Rapid Alert System) во март 2019. Зголемениот ангажман на ЕЕАС резултира со 1000 откриени случаи на дезинформации во периодот јануари–јуни 2019, наспроти 434 случаи во истиот период во 2018. Понатаму, повеќе од двојно е зголемен годишниот буџет за ЕЕАС East Stratcom Task Force во 2019 година. Предвидени се повеќе од 50 нови вработувања на стратешки персонал во рамките на ЕЕАС и другите тела на Европската комисија во текот на 2019 година. Со воспоставувањето на РАС е овозможена соработката со партнери како што се Г7 и НАТО. Олеснета е соработката меѓу платформите на интернет за да идентификуваат и да сузбијат кампањи на дезинформации. Бројот на меѓусебните интеракции меѓу властите на меѓународно ниво е во пораст. Оваа алатка станува референтна за борбата против дезинформациите.

Втората мерка, **„Спроведување на Кодексот на практики во врска со дезинформации“**, во периодот јануари – мај 2019 година успева да наметне новини во работата на социјалните медиуми. Имплементирани се истраги што резултирале со одлуки за прекршување на политики на социјални медиуми. Подигнат е стандардот за интегритет на услугите што ги нудат социјалните медиуми преку воведување механизми за проверка на изворите на вестите. Воведена е нова форма на транспарентност за финансиерите на политички огласи на социјалните медиуми спроти изборите за Европскиот парламент во 2019 година.

На крајот, предвидена е мерка што има цел: **„Подигнување на свеста и зголемена општествена отпорност“**. Оваа цел во рамките на акцискиот план е адресирана преку:

- Промоција на медиумската писменост во рамките на земјите на ЕУ и соседството;
- Зајакнување на свеста за проблемите предизвикани од дезинформациите;
- Подобрена комуникација на политиките на Европската Унија;
- Зголемување на капацитетот на ЕУ-институциите за реакција кон дезинформациите;
- Поддршка на квалитетно новинарство и независна проверка на фактите.

Во Извештајот за имплементација на „Акцискиот план против дезинформации“ од јуни 2019, наведено е дека останува да се воведат следните механизми од страна на онлајн-платформите:

- Да се овозможат информации што ќе дозволат идентификација на актерите што се вклучени или земјите членки на ЕУ на кои се однесува информацијата;
- Да им се овозможи на корисниците полесно да ги препознаат дезинформациите;
- Да ја зголемат соработката со сервисите за проверка на факти во сите земји членки;
- Да овозможи увид во дополнителни бази на податоци (дата-сетови) на истражувачката заедница, запазувајќи ги правилата за заштита на лични податоци.

Овие наоди, објаснети во контекст на духот на времето на дезинформациите, доловуваат каква е политиката на Европската Унија за овој феномен. Во морето на достапни извори на информации, т.е. медиуми, Акцискиот план на ЕУ ја дава најновата слика за сегашната состојба со актуелните политики и конкретните мерки што се преземени. Овие мерки дозволуваат примена на концептот на „активно граѓанство“ во земјите на ЕУ преку ефектуирање на вештините на критичко мислење и медиумска писменост кај индивидуите, но во заедничка акција со институциите на национално и меѓународно ниво. Во исто време, приватниот сектор е регулиран со новите правила за транспарентност и имплементација на алатки и стандарди, кои го прават корисникот активен чинител во сузбивањето на дезинформативните кампањи. Целта е граѓаните да имаат можност за контрола, како крајни корисници, односно консументи на информациите.

Медиумската писменост во Република Северна Македонија

Република Северна Македонија има релативно краткотраен однос со проблематиката на медиумската писменост. Гледано формално, преку домашното законодавство и институционалната поставеност, почетоците и хронологијата на правната регулација на медиумската писменост се јавуваат во следните политики и акти:

Прв документ на јавна политика што треба да се наведе е Националната стратегија за е-вклучување 2011-2014,²⁵ донесена од страна на Министерството за информатичко општество и администрација во 2011 година. Во овој документ прв пат во нормативните акти се сретнува изразот „дигитална писменост“, додека целта на стратегијата е намалување на „дигиталниот јаз“. Дефиниција на терминот „дигитална писменост“ во рамките на овој документ, не е дадена.

Понатаму, во 2012 година донесена е Стратегијата за развој на радиодифузната дејност за периодот 2013-2017,²⁶ во која има посебно поглавје за медиумската писменост. Во рамките на оваа Стратегија, постои акциски план за нејзина имплементација.

Во акцискиот план, предвидени се две клучни мерки:

- Вклучување на концептот на медиумската писменост во медиумската политика;
- Обезбедување натамошен развој на медиумската писменост во образованието;

Стратегијата за развој на радиодифузната дејност за периодот 2013-2017 останува единствениот јавен документ на Северна Македонија во кој е дадена основна дефиниција на терминот „медиумска писменост“, и тоа повикувајќи се на Комуникација на Европската комисија до Европскиот парламент од 2007 година.²⁷

Следен важен момент во правната рамка на Северна Македонија во поглед на медиумската писменост е носењето на Законот за аудио и аудиовизуелните медиумски услуги (ААВМУ)²⁸ во 2013 година. Во него, прв пат во текст на закон, се пропишува терминот „медиумска писменост“, како резултат на хармонизацијата на домашното законодавство со Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги на ЕУ.²⁹

Во Законот за ААВМУ, во член 2 се сретнува изразот „развој на медиумската писменост“, како една од целите. Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги се идентификува како одговорен субјект за „поттикнување на медиумската писменост“ во член 6 и член 26 од Законот. Во член 110, Македонската радио и телевизија (МРТ) е идентификувана како јавен сервис кој „создава и емитува програми што се однесуваат на поттикнување медиумска писменост“. Индикативно е дека во Законот за АВМУ недостасува дефиниција за терминот „медиумска писменост“ по примерот на дадени дефиниции за други специфични термини и формулации.

Значајно е да се каже дека во рамките на Стратегијата за образование 2018 -2025 на Министерството за образование и наука, терминот „медиумска писменост“ е изоставен во целост. Терминот „дигитална писменост“ е застапен само петпати. Светла точка е постоењето на терминот „критичко мислење“, кое се сретнува прв пат во еден документ на јавни политики, спомнат дури четири пати во Стратегијата за образование 2018-2015.³⁰

Во поглед на јавните политики на Северна Македонија, важно е да се напомене дека во рамките на владиниот Нацрт-текст за Стратегијата за едно општество и интеркултурализам³¹ од 2019 година, терминот „медиумска писменост“ е застапен како израз што искажува состојба на која веќе ѝ е посветено внимание преку АВМУ и Мрежата за медиумска писменост.

Со Акцискиот план на Владата за одлучна акција против ширење дезинформации и против напади врз демократијата од 2019 година, предвидена е мерка што директно се однесува на медиумската писменост. Во делот Проактивни мерки стои: „(12) Владата ќе започне процес на креирање Национална стратегија за медиумската писменост во чии рамки ќе бидат опфатени активности на институциите, медиумите и граѓанскиот сектор, како и вклучување на медиумската писменост во образовните програми на Министерството за образование и наука. Владата ќе поддржува и ќе биде активен партнер на граѓанскиот сектор во спроведување програми и тренинзи за медиумска писменост и ќе спроведува и едукација за медиумска писменост на вработените во државната администрација“.³²

При споредба на политиките на Европската Унија во делот на **медиумската писменост** и **критичкото мислење** со домашните јавни политики и домашната законска регулатива, очигледни се разликите. Европските јавни политики и мерки конзистентно го следат неразделниот однос меѓу критичкото мислење и медиумската писменост. Освен тоа што е посветено време развивајќи политики и програми (курикулуми) за изградба на овие вештини, ЕУ го следи развојот на технологиите и предизвиците од новите форми на примена на овие вештини. Овие две вештини се дополнуваат и се предуслов за успешно имплементирање на клучните компетенции. Европската концептуална рамка за клучни компетенции го демонстрира тоа на дело. Нејзините почетоци датираат од 2006 година.³³ Истата идеја за развој и заштита на определбата за континуирано доживотно учење и развој на граѓаните опстојува до ден-денес, но е значајно осовремената.³⁴ Крајната цел на ваквите политики е овозможување активен и информиран граѓанин како граѓанска единка на секое (европско) демократско општество.

Кај националните документи што се идентификувани како тесно поврзани со „медиумска писменост“ од домашното законодавство, воочливи се недоследноста и недостатокот на визија за унифицирано и темелно планирање на клучни вештини, по примерот на оние што ЕУ се стреми да ги постигне преку своите јавни политики. Спорадичното нафрлање на термини како „медиумска писменост“ без претходно терминологи да бидат дефинирани, дозволува Законот за АВМУ да биде неколку чекори пред образовните политики на државата. Националната програма за развој на образованието 2005-2011, слично како Националната стратегија за е-вклучување 2011-2014 го спомнуваат „компјутерското описменување“ како важна компетенција на младите и возрасните во сферата на трудот и општествено-политичкиот живот. Имајќи го предвид ова, компетенциите што се предмет на интерес во извештајот „Евридика 2017“³⁵, а се предуслов за успешно граѓанско учество, се малку застапени во системот на основното и средното образование во Република Северна Македонија. Во домашниот контекст, според „Евридика 2017“, применет е единствен пристап, односно постои посебен наставен предмет: Граѓанско образование, без интегрирање со друг задолжителен предмет. Истиот се изучува само во две наставни години и е застапен со низок просечен број на часови на годишно ниво. Предметот Граѓанско образование не подлежи на оценување, според националната образовна рамка.

Истражување: Медиумската писменост и критичката мисла кај младите во Република Северна Македонија

Потрагата по слобода на информирање, развојот на полесна комуникација меѓу единките и групите во комбинација со технолошкиот развој донесе радикални промени во начинот, интензитетот и количеството на дистрибуирани информации. Растот на видовите извори за информирање (т.е. видови информациски медиуми во смисла на категории), како и самиот број извори (број на медиуми во вкупна смисла) придонесе квалитетот на понудата на информации, особено во нашето општество, да достигне нови димензии.

Со ова станува јасна ниската отпорност на општеството кон феноменот наречен поствистина (post-truth). Регионалниот контекст исто така укажува на фактот дека и околните држави трпат штета од лажните вести, поствистините, контролираните медиуми, недостатоците во образовниот процес и ниската доверба на ниво на општество.

Светската слава Северна Македонија ја достигна со лажните вести генерирани од група од Велес за време на кампањата за претседателските избори во САД 2015-та,³⁶ додека пред тоа, со години одредени показатели за состојбата на медиумите³⁷ укажуваа на ниска медиумска слобода. Во периодот 2017/2018 и одредени индекси на медиумската писменост³⁸ (добиени преку вкрстување на состојбата на медиумите³⁹ и резултати од PISA рангирања⁴⁰) даваат лоши заклучоци за состојбата на образованието и рангирањето на нашите млади во споредба со младите од други држави во светот.

Во првата година на проектот „Со критичко мислење до граѓани со медиумска умешност“, фокусот на истражувањето е ставен на целната група – млади. Како што индицира насловот на проектот, термините „медиумска умешност“ и „критичко мислење“ се изразени како експлицитни области на интерес.

Истражувањето има цел:

- Да даде слика за ставовите кон мисловниот процес кај младите;
- Да даде слика за навиките на информирање кај младите;
- Да даде слика за ставовите кон различните видови извори на информации кај младите.

Истражувачките алатки беа конструирани со цел да дадат слика за состојбата и ставовите поврзани со медиумите, начините на информирање, односот кон одредени феномени од медиумската сфера, когнитивните предрасуди во врска со мисловниот процес, односно ставовите кон критичката мисла, како и способноста за практична употреба на критичката мисла во процесот на информирање и интеракција со медиуми кај младата популација.

Ова истражување треба да прикаже дека степенот на медиумската писменост (умешност) е директно условена од употребата на критичкиот пристап (критичкото мислење) при информирањето и разбирањето на информациите.

Методологија на спроведување на истражувањето

Истражувањето почна во март 2018 година. Последните истражувачки алатки беа имплементирани во јануари 2019 година, и тоа во градовите Скопје и Тетово. Испитаниците што се опфатени со алатките се со потекло од различни региони на земјата, и затоа наодите се однесуваат на Република Северна Македонија. Беа спроведени 6 структурирани интервјуа, 4 фокус-групи и анонимна теренска анкета на примерок од 301 испитаник. Според етичките стандарди во академските истражувачки методи, малолетни лица не може да учествуваат во ваков вид истражувања без согласност од нивните родители/старатели, па затоа такви лица не беа опфатени со истражувачките алатки.

Истражувачките алатки имаат цел да обезбедат различен вид сознанија и информации во врска со проблемот што е предмет на проектот. Две компоненти беа идентификувани како клучни: 1) способноста за критичка мисла и односот кон мислењето како когнитивен процес и 2) медиумската писменост, т.е. односот кон медиумите и интеракцијата со различните видови медиуми и информации.

Секоја од истражувачките алатки се фокусираше на едната или обете компоненти. Заедно, сите истражувачки алатки имаа цел да обезбедат една композитна слика за состојбата во овие области кај младата популација во Северна Македонија.

Структурирани интервјуа

Структурираните интервјуа во ова истражување се имплементирани како истражувачка алатка што има цел да собере релевантни ставови од едукатори со различен профил и од различни стадиуми на образовниот процес. Главен критериум беше едукаторите да поседуваат значителен стаж во образовниот процес, кој би бил изразен со барем 10 години искуство. Структурираните интервјуа се конструирани за да ја лоцираат врската на критичкото мислење кај младите и статусот на критичкото мислење во образовниот процес.

Структурирани интервјуа беа спроведени со пет лица; од нив три се едукатори од високо образование, додека едно лице е со долгогодишно искуство како професор по мајчин јазик и литература во средно образование и едно лице е наставник од основно образование. Изборот на овие лица беше направен од страна на проектниот истражувач. Критериумот за избор на овие лица беше да имаат непосреден контакт, вршејќи едукативна дејност со млади лица до 22 годишна возраст и минимум 10 години искуство во образовниот процес.

Оваа алатка беше имплементирана на почетокот на истражувањето и имаше цел да обезбеди ставови од едукатори кои непосредно работат со млади лица, матуранти во средно училиште или бруцоши на факултет. Овие интервјуирани лица имаа три главни теми на кои дадоа свои мислења: 1) Дефиниции за медиумската писменост и критичкото размислување; 2) Важни фактори за медиумска писменост/вештини за критичко размислување; 3) Општи размислувања за младинска медиумска писменост и вештини за критичко размислување.

Фокус-групи

Беа спроведени три фокус-групи со млади лица и една, посебна фокус-група со едукатори, сите во Скопје. Вкупно со оваа истражувачка алатка беа опфатени 26 млади лица и 6 лица – едукатори.

Учесниците на три фокус-групи беа избрани по случаен избор по пријавување на јавен повик кој резултира со неколку стотици пријавени лица. Според критериумот, учесниците да припаѓаат на што е можно помлада возрасна група, од дата-базата на пријавени заинтересирани лица на повик на „Евротинк“, кои беа на возраст од 19 до 27 години, беа избрани 26 лица. Средната возраст на учесниците во фокус-групите е 21.5 години. Половата застапеност на учесниците е 12 женски и 14 машки лица. Потеклото на учесниците е рамномерно распоредено од урбани и рурални средини. Образовната подготовка на учесниците беше исто така рамномерно застапена – средни стручни и гимназиски дипломци. Ѓ беше посветено внимание на правичната застапеност според регионот на потекло, пол, етничка припадност и образовна област.

Фокус-групите со млади беа спроведени со цел да се обезбедат непосредни информации за навиките на информирање, односот кон различните видови информации и медиуми и ставовите на младите кон медиумскиот контекст во Северна Македонија. Беа користени проективни техники, односно прикажување видеоклипови и фотографии што содржат: говор на омраза, лажни вести, десничарски популизам, национализам и лажна историја/идентитетски прашања, маркетинг за суплементи и алтернативна медицина, мулти-левал маркетинг, сензационализам, кампањи за оцрнување, брзи пари/брза заработка.

Фокус-групата со едукатори од основно и средно образование беше спроведена за да обезбеди изворни ставови на едукаторите во врска со трендовите на размислување и способноста за критичка мисла што наставната програма им ја овозможува на младите во рамките на постојните образовни програми.

Едукаторите што учествуваа во посебната фокус-група имаат долгогодишно искуство во повеќе степени на образовниот процес (наставници од основно образование, професори од средни училишта, советници за образование) како и од различни научни области. Двајца од опфатените едукатори се наставници во основно училиште, а четворица биле или сè уште се професори во средно гимназиско училиште. Учесниците на четвртата фокус-група беа избрани според нивниот профил и искуство во областа што е предмет на интерес во ова истражување.

Анкетни прашалници

Прашалникот за анкетата беше подготвен по повеќемесечно истражување на европска стручна, академска и практична литература, но и извештаи и официјални документи од релевантни европски институции, а поврзана со: медиумска умешност, вештини поврзани со примање и испраќање информации и масовни комуникации, когнитивен процес, критичко мислење како процес, критички осврт и дискурс како едукативна целина, проактивно и информирано носење одлуки базирано на актуелни факти и реални информации во време на поствистина.

При конструирањето на анкетниот прашалник беа користени истражувачки алатки што се однесуваат на потребата од процесот на мислење од областа на социјална психологија, односно потребата од размислување, развиени од страна на Коен, Стотланд и Волф во 1955 година.⁴¹ Понатаму, беше искористена логика од истражување на Reboot Foundaton⁴², организација од САД, која спроведува истражување за навиките и односот при употребата на медиуми и е поврзано со ставови за критичко мислење. Со ова спојување на концепциските целини од истражувачкото прашање, во еден сет тврдења што имаат цел да извлечат информации за навиките на информирање и употребата на различни видови интернет информативни сервиси и социјални медиуми, но и традиционални медиуми, анкетниот прашалник има цел да овозможи давањ слика за врската меѓу критичкото мислење како предуслов за медиумска писменост кај младите. Освен овие две области, кои беа застапени со поголем број прашања, во рамките на анкетата беа вклучени и логички тестови, кои имаа цел да дадат јасна слика за способноста за логичко и критичко читање и размислување кај младите. Логичките тестови беа базирани на Cognitive Reflection Test,⁴³ со тоа што беа адаптирани на локалниот контекст.

Примероци од анкетен прашалник, информативен лист и формулар за добивање согласност за учество од секој испитаник беа претходно одобрени од управите на Правниот факултет „Јустинијан Први“ при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, Факултетот за безбедност во Скопје при Универзитетот „Св. Климент Охридски“ Битола и Универзитетот на Југоисточна Европа во Тетово.

Анкетата беше спроведена во периодот декември 2018 – февруари 2019 година на трите универзитети. Средната возраст на испитаниците е 19.5 години, додека возраста на испитаниците опфатени со примерокот е од 18 до 23 години. Половата застапеност на испитаниците е 49% машки и 51% женски. Примерокот на анкетата е 301 лице, избрани по случаен избор, со тоа што анкетниот прашалник беше имплементиран на македонски и албански јазик.

Анкетата беше составена за да покрие три клучни области од интерес за истражувањето:

- 1) Способност за критичка мисла и ставови кон когнитивниот процес кај испитаниците;
- 2) Логички тестови, од општ карактер;
- 3) Медиумска писменост, односно навиките за информирање и однос кон извори на информации кај испитаниците.

На крајот на анкетниот прашалник, беа собрани податоци од демографска природа во врска со испитаниците. Обработката на добиените одговори е направена во програмата SPSS.

Наоди од истражувачките алатки

Младите се дефинирани како главна целна група на истражувањето. Специфичноста на предметот и целната група, ги дефинираа и самите алатки. Во продолжение, ќе бидат претставени резултатите од истражувачките алатки. При анализа на наодите од истражувачките алатки, погледот треба да биде насочен на две области: 1) способноста за критичка мисла и односот кон мислењето како когнитивен процес кај младите и 2) медиумската писменост, т.е. односот кон медиумите и интеракцијата со различните видови медиуми. Анализата на наодите, ќе биде поделена тематски според двете области, опфаќајќи ја секоја алатка посебно.

Способност за критичка мисла – ставови за процесот на (критичко) мислење кај младите

Каква е состојбата со критичката мисла кај младите, според едукаторите и професорите?

Структурираните интервјуа, кои беа спроведени со едукатори, овозможија добивање ставови од релевантни лица во врска со способноста за критичка мисла и нејзината важност во образовниот процес, но и значењето на оваа вештина во текот на целиот живот на едно лице.

Што е критичко размислување?

„Критичко размислување е метод на дисекција на едно тврдење или логичка конструкција што примателот на тоа тврдење би можело да ја разбере, контекстуализира и анализира во правилен формат.“

„Критичко размислување е способност за обработка на информација, сензација или порака што лицето ја прима од својата околина.“

„Примателот на информацијата критички и претпазливо да ја прими и да ја обработи дојдовната информација или порака.“

Какво значење има критичкото мислење во образовниот процес?

„Критичката мисла и образовниот процес на универзитетите се непосредно поврзани и неопходна е примената на креативна критичка мисла при искористување на теоретската рамка во нејзината примена во реалниот свет. Ако едно лице во своето професионално делување не умее да пристапи критички кон она што како знаење го репродуцирало на испит, образовниот процес не успеал во целост.”

На прашањето што се однесува на причините „...зошто едукаторите треба да дадат посебен осврт на процесот на критичката мисла при наставниот процес”, беа добиени следните одговори:

- Заради подигнување на интелектуалните способности на целната група;
- За да се развијат навиките за аргументиран и цивилизиран судир на мислења кај учениците;
- За да се развијат логички и аналитички способности кај младите индивидуи;
- Со достапноста на информации и извори на информации, која е поголема од кога било во човечката историја, критичката мисла и процесот на примена на критичкото мислење се неопходна алатка за да може да се воочи разликата помеѓу вистинската и погрешната информација.

Интервјуираните лица беа замолени да наведат клучни вештини што учениците и студентите треба да ги развијат за да поседуваат просечна способност за критичко размислување, но со тоа и одреден добро изграден однос кон примени и испратени информации. Наведени беа следните вештини:

- Развиени аналитички способности да се прочита и разбере текстот;
- Препознавање на пораката на текстот, вклучително и на суптилниот дел од содржината;
- Препознавање на мотивот зошто е објавена таа информација;
- Вештина да се искоментира текстот на начин што покажува дека текстот е разбран и оти објавата е добра или лажна;
- Да може да пристапи до една информација;
- Да организира мисловен процес во врска со една информација;
- Да анализира една информација;
- Да може да процени – да даде мислење за една информација;
- Да испрати порака во врска со некоја појава/информација;
- Способност за анализа;
- Способност за евалуација – процена;
- Способност за групирање/сортирање информации
- Способност за дедукција
- Способност за индукција

На прашањето: „**Зошто е важно едукаторите да работат на овие вештини – аспекти?**“ беа добиени следните одговори:

- Доколку овие вештини се присутни кај лицата што се предмет на образование, во подоцнежните стадиуми би придонеле за полесно ефективно примање и интерпретација на материјата од наставната програма;
- Доколку овие вештини се предмет на континуирана употреба и надградба, ќе дозволат раст и носење со новите времиња и околности во оваа област;
- Трансферот на знаење и едукативниот процес ќе одат полесно и со поголем ефект врз студентот/ученикот;
- Заради подигање на интелектуалните способности на целната група;
- Да се развијат навиките поврзани со обработката на информации кај целната група;
- За да се развијат аналитички способности;
- Важно е учениците од основно образование да ги разбираат индиректно различните форми на медиумски производи што ги консумираат;
- Важно е да се крева степенот на комплексност при запознавањето и обработката на задачите и предизвиците од областа на информирањето кај младите лица;
- Когницијата на младите лица ќе се зголемува и ќе остане на високо ниво во текот на подоцнежниот дел од животот.

Индикативна е напомената од еден интервјуиран универзитетски професор дека:

„Во последните 5-6 години е забележливо опаѓањето на писменоста генерално кај овие категории (н.з. млади), отсуствува интеракција за теми што се од најопшт интерес и значење. Како резултат на тоа, може да се каже дека нема критичко размислување кај младите и отсуствува интерес за вклучување во општествените дебати за прашања од (најголем) општествен интерес“.

Следно, како практична причина што ја поврзува неопходноста од критичката мисла во образовниот процес, интервјуиран вонреден професор на универзитет го наведе следното:

„Способност да се најде врската помеѓу објавеното и да се препознае колку тоа е засновано на факти, што би изнудило реакција на одобрување или спорење на објавеното. Моето искуство е во однос на препознавање на препишан текст, кој нема никаква конзистентност во темата за која е напишан, нема аргументи што би требало да ги поддржат ставовите објавени во текстот и слично. Кај целната група со која работам (студентите) имам забележано дека отсуствуваат овие две работи, што е резултат на отсуство на когнитивни способности и капацитет да се размислува критички на некоја тема, па и за стручни теми поврзани со нивниот образовен профил.“

Од одржаната фокус-група со едукатори, за моментната состојба во наставно-научните програми поврзана со проблематиката на критичкото мислење, беа добиени остри заклучоци за падот на квалитетот на самите курикулуми во оваа област.

„...многу чекори во минатото доведоа до ситуација децата да немаат можност, да немаат самодоверба да можат јавно да го искажат својот став и своето мислење. Писмените тестови во училиштата се сведени на заокружување и на дополнување. Нема искажување со целосни мисли, есеите или писмените работи почнуваат да ги пишуваат некаде од 6-7-8 одделение, кога веќе е доцна. Порано, тоа го правевме од 3-4 одделение, на таа возраст веќе имавме кратки состави што придонесуваат децата да се изразуваат, па дури и да го искажуваат своето мислење.”

Друг учесник на фокус-групата изнесе пример: „...наставните програми за 6-7 и 8 одделение барат раскажување и прераскажување, а не барат критичко мислење. И сега, како очекувате деца во средно, а уште повеќе на факултет, да дојдат со развиен начин на критичкото размислување?“

Во текот на дискусијата, еден од едукаторите напомена дека моментните трендови во образовниот процес не го охрабруваат критичкото мислење кај учениците: „...Критичкото размислување кај нас, за жал, со ретки исклучоци, не се негува на часовите. Критичкото размислување е нешто што треба да се поттикне уште од прво одделение и така се вежба тоа. Значи, кај нас критичкото размислување се смета како лошо издание на одреден ученик ако тој самостојно критички размислува за нешто и ти 'лупне' некоја глупост на час и ти го седнуваш и му викаш: '...чекај ти што зборуваш глупости?'“

Во продолжение, како пример за ваква ситуација, едукаторот дообјасни:

„...ако детето каже нешто: 'ова е зелено', и па тоа му велиш: зелено' како, тоа е црно бело', 'не зелено е', значи не го оставаме да каже зошто е зелено за него, односно не му дозволуваме да каже став и да аргументира“.

Како младите гледаат на процесот на размислување и колку се подготвени да размислуваат поинаку?

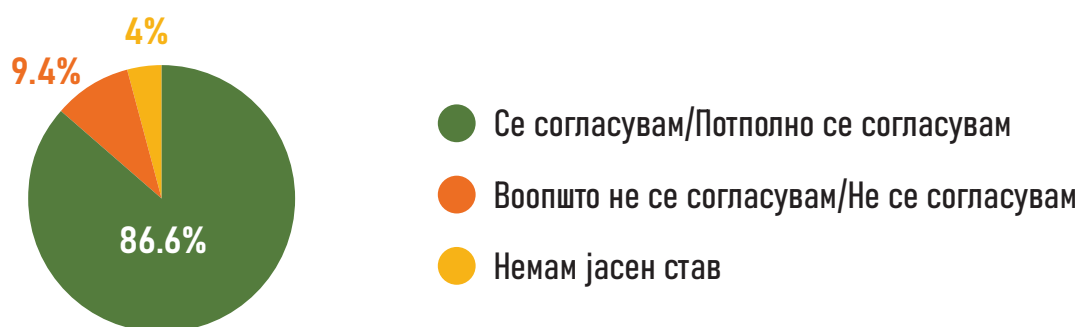
„Критичката мисла и образовниот процес на универзитетите се непосредно поврзани и неопходна е примената на креативна критичка мисла при искористување на теоретската рамка во нејзината примена во реалниот свет. Ако едно лице во своето професионално делување не умее да пристапи критички кон она што како знаење го репродуцирало на испит, образовниот процес не успеал во целост.“

Во следната истражувачка алатка, анкетниот прашалник, беа поставени 19 тврдења поврзани со способноста за критичка мисла и ставови кон когнитивниот процес.

Првите 19 прашања, односно тврдења, содржани во анкетниот прашалник се насочени кон утврдување на субјективната слика за нешто што во психологијата се нарекува „потреба од когниција“. Ова е карактерна особина, односно индивидуална варијабла кај секоја индивидуа и се однесува на тоа колку една единка доброволно и свесно пристапува кон размислување, односно когниција. Тврдењата во еден дел се однесуваат на способноста за критичка мисла и ставовите кон процесот на мислење со кои испитаниците треба да изразат степен на согласување/несогласување. Испитаниците имаа избор од пет можни одговори распоредени во Ликертова скала за овие тврдења: (1) **воопшто не се согласувам**, (2) **не се согласувам**, (3) **немам јасен став**, (4) **се согласувам**, (5) **потполно се согласувам**.

При обработката на податоците беа групирани можните одговори каде што испитаниците изразуваат несогласување, односно согласување со тврдењето. Резултатите за (1) воопшто не се согласувам и (2) не се согласувам се собрани во една категорија, која изразува несогласување и (4) се согласувам и (5) потполно се согласувам во една категорија, која изразува согласување со тврдењето.

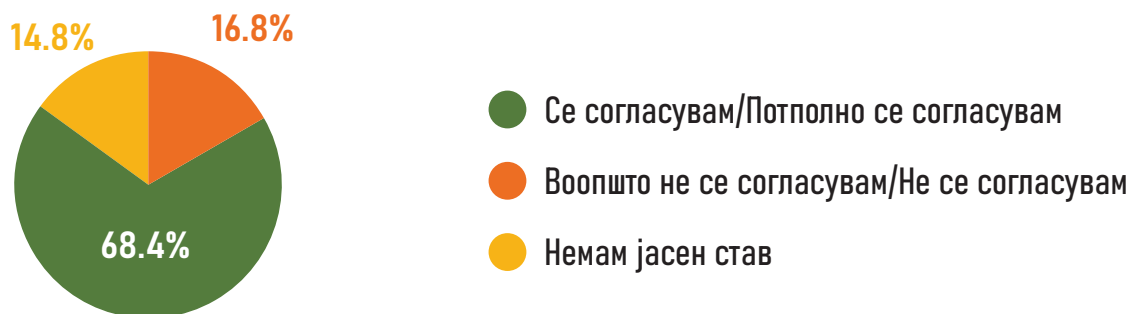
П.1 Задоволство ми е да решавам проблеми за кои треба да се изнајдат нови решенија



Графикон бр. 1

На првиот графикон прикажаните резултати од одговорите на ова тврдење не укажуваат на наоди надвор од она што би очекувале од млади лица, студенти. Евидентно е дека речиси 9 од 10 испитаници гледаат позитивно на предизвикот да решаваат проблеми за кои е потребно да се изнајдат нови решенија или нови начини за нивно решавање .

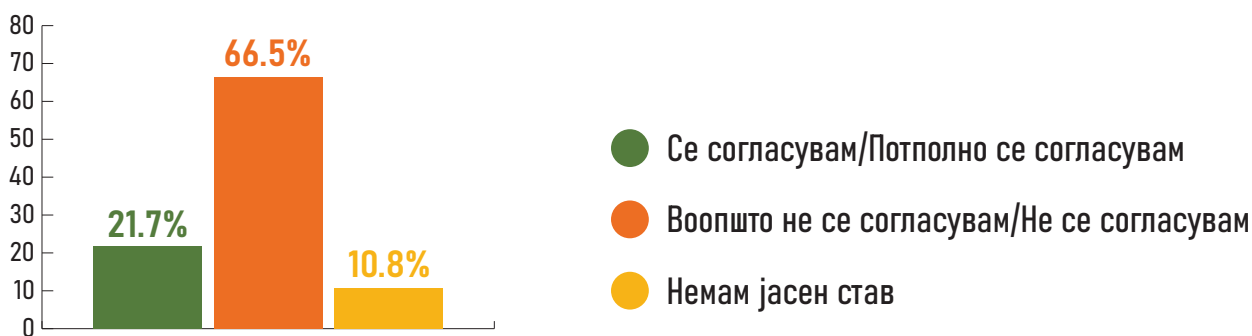
П.2 Кога правам нешто што ме збунува, го оставам и го заборавам



Графикон бр. 2

Тврдењето што е поврзано со податоците од Графикон бр.2 ни дава до знаење дека 7 од 10 млади декларираат упорност и не се откажуваат од, за нив, комплексни, односно тешки процеси. Од овие проценти би можеле да заклучиме дека повеќе од 2/3 од испитаниците се подготвени да се зафатат со решавање и да решат процеси или задачи што содржат доза на комплексност. Ваквиот наод е делумно загрижувачки, имајќи предвид дека профилот на испитаниците налага, во текот на комплетирањето на студискиот циклус, во одреден момент секој студент неизбежно да се најде исправен пред задача или процес што бара поголем ментален и когнитивен напор за да биде успешно завршен.

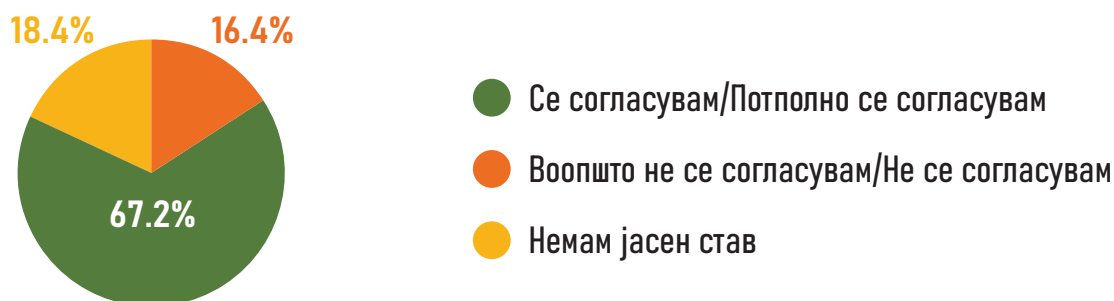
П.3 Најчесто сакам да не размислувам/решавам за проблеми кои претходно се оценети како „тешки“



Графикон бр. 3

Тврдењето прикажано со Графиконот бр. 3 е многу слично со тврдењето од Графиконот бр. 2. Разликата во случајот со ова тврдење е тоа што на испитаниците им се дава можност да се изјаснат каков е нивниот став за проблеми што однапред се идентификувани како „тешки“. И во овој случај, 2/3 од испитаниците се изјасниле дека се подготвени да се зафатат со размислување/решавање на процеси или проблеми што биле категоризирани како комплексни, односно тешки. И во овој случај може да се заклучи дека младите академски граѓани со сигурност во текот на своите студии ќе се соочат со некој процес или задача што била категоризирана како тешка. И повторно, индикативно е дека 1/3 од испитаниците имаат изјавено оти не гледаат поволно на таквиот предизвик.

П.4 Учењето нови начини на размислување не ме привлекува премногу

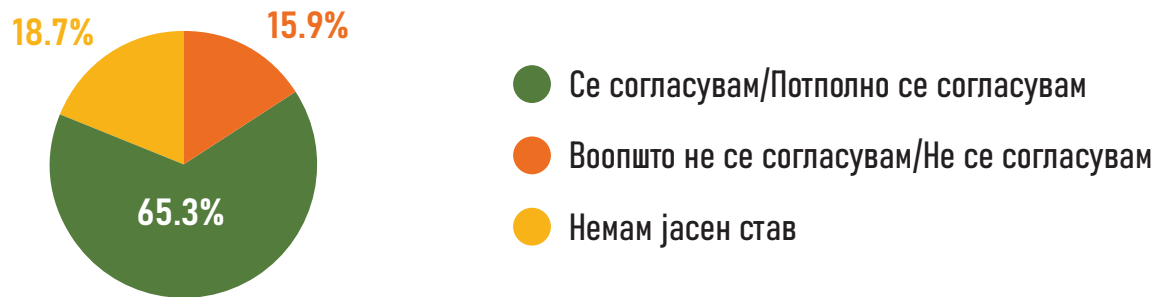


Графикон бр. 4

Тврдењето претставено во Графикон бр. 4 е со многу слични проценти како тврдењата содржани во претходните графикони, 2/3 од испитаниците позитивно гледаат на предизвикот да учат нови начини на размислување, додека речиси 20% од испитаниците немаат став во врска со тврдењето. Загрижува и процентот на студентите што одговориле дека не ги привлекува учењето нови начини на размислување.

Наодите од одговорите од првите 4 тврдења на анкетниот прашалник во голем дел се во согласност со искажаните ставови од страна на едукаторите што беа опфатени со структурираните интервјуа и фокус-групата со едукатори. Имено, очигледно е дека постои незанемарлив дел од младата популација што не гледа позитивно на когнитивно предизвикувачки задачи. Овој сегмент од младата популација е критичната маса за која беше говорено во претходните две истражувачки алатки. Речиси една третина од испитаниците имаат различен светоглед кон размислувањето како процес од своите врсници, односно колеги.

П.5 Претпочитам да ги оставам работите/процесите да се одвиваат, отколку да се обидам да разберам од кои причини работите/процесите се такви какви што се



Графикон бр. 5

Тврдењето прикажано во Графикон бр.5 дава слика за тоа како испитаниците гледаат кон сознавањето на процесите и генерално сознавање на тоа како светот, природата и општеството функционираат. 2/3 од младите одговориле дека сакаат да ја разберат епистемологијата на процесите со кои доаѓаат во контакт. 18% немаат јасен став во врска со оваа дилема, а скоро 16% се индиферентни по однос на овој предизвик. Резултатите од одговорите дадени на ова тврдење повторно се во линија со процентуалната застапеност на испитаниците што гледаат поволно на когницијата, односно размислувањето и неговите придружни процеси што беа воочени при анализа на претходните графикони. Две третини изјавиле дека сакаат да се впуштат во мисловен процес што би им ги направил сфаќањата за процесите и проблемите со кои се соочуваат, подлабоки.

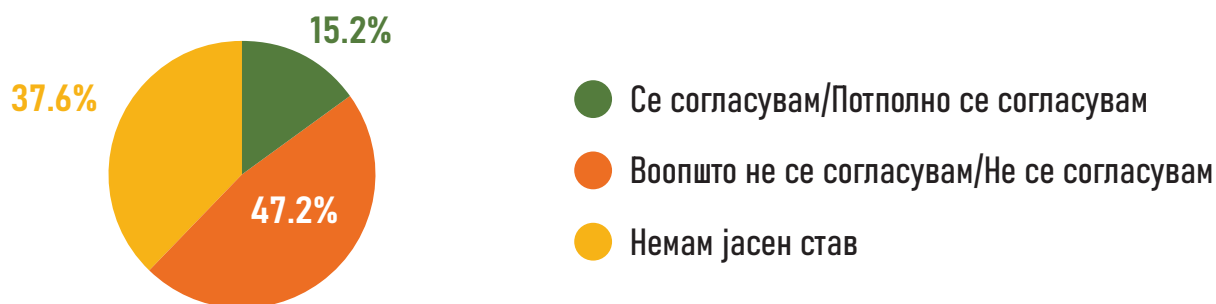
П.6 Се чувствувам особено задоволен кога ќе завршам важна задача/процес за која треба многу размислување и ментален напор



Графикон бр. 6

Во Графиконот бр. 6 воочливо е дека огромен процент испитаници се согласиле со тврдењето дека за нив претставува лично задоволство затворањето на задача или процес што бара интензивно размислување или ментален напор. Ова е прво во серијалот тврдења поврзани со когницијата што добива согласност од високи 95% од анкетираниите студенти. Она што е важно да се напомене е дека поинакви проценти на вакво тврдење би биле или крајно нелогични или надвор од бихевиоралните норми на популацијата каква што е опфатена со оваа истражувачка алатка.

П.7 Апстрактното размислување не ме привлекува



Графикон бр. 7

На тврдењето прикажано во Графикон бр. 7 видливо е дека речиси половина од испитаниците немаат проблем со апстрактно размислување, но тоа што е интересно е тоа што повеќе од една третина од студентите немаат став во врска со ова тврдење. Тоа укажува на фактот дека речиси една третина од младите што беа опфатени со оваа истражувачка алатка немаат афинитет кон конкретно или кон апстрактно размислување. Од ова може да заклучиме дека таа една третина од испитаниците што на претходните тврдења провејуваат како помалку склони кон когниција и размислување, во овој случај се јавува под категоријата испитаници што немаат јасен став какво размислување повеќе им одговара.

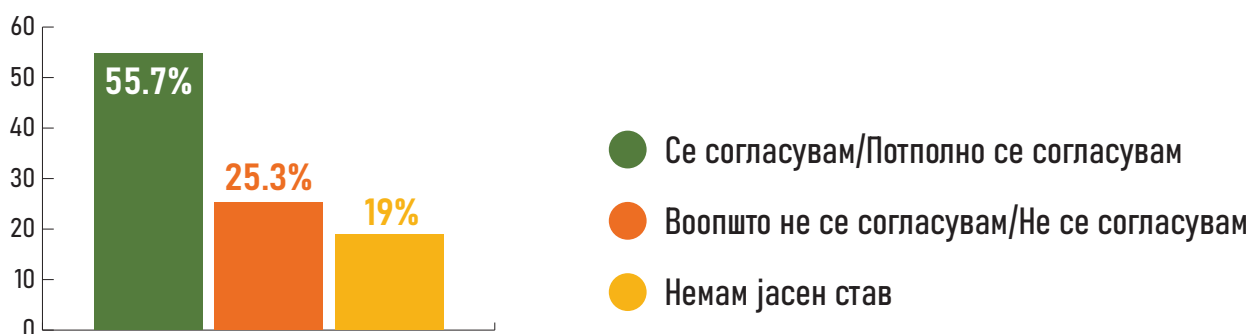
П.8 Не сакам да размислувам повеќе од она што треба



Графикон бр. 8

На тврдењето со реден број 8 во анкетниот прашалник, 71% од студентите не се согласиле, односно повеќе од 2/3 од испитаниците се изјасниле дека сакаат да размислуваат повеќе отколку што треба. Со овој наод може да се дојде до заклучок дека размислувањето останува позитивен предизвик и процес што оваа група академски граѓани има волја да го практикува. Од друга страна, загрижува бројката од речиси 21% од испитаниците што се согласиле со тврдењето дека не би размислувале повеќе од потребно, доколку е тоа можно. Ако ова го поврземе со ставовите на едукаторите што беа добиени преку другите истражувачки алатки, може да се заклучи дека има еден сегмент на младата популација, која е недоволно мотивирана да размислува.

П.9 Не размислувам најдобро кога сум под притисок



Графикон бр. 9

Тврдењето прикажано со Графикон бр. 9 дава една поинаква слика за тоа како младите што беа опфатени со оваа истражувачка алатка гледаат на мисловниот процес што треба да го применат додека се наоѓаат под притисок. Само една четвртина од студентите изјавиле дека не се согласуваат со ова тврдење. Повеќе од половина од испитаниците декларирале дека не размислуваат добро кога се во ситуации што се перцепирани како стресни, односно моменти во кои чувствуваат доза на притисок. Ова е интересен, но донекаде и загрижувачки податок. Особено, имајќи предвид дека се работи за студенти што во текот на студиите неминовно ќе се наоѓаат во стресни моменти при полагање испити, запазување рокови со студиите итн.

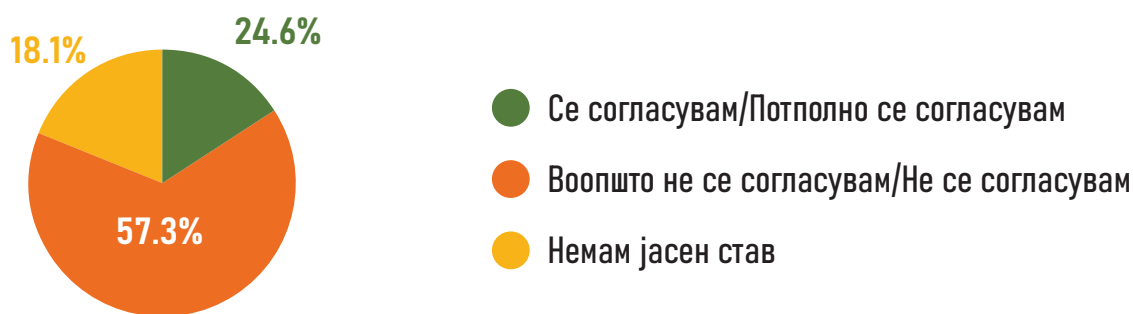
П.10 Почесто разговарам со други лица за причините и можните решенија на општествени проблеми, отколку за трачеви и озборувања во врска со познати луѓе и славни личности



Графикон бр. 10

Со тврдењето дека почесто водат дискусии за причини и решенија на општествени проблеми отколку за озборувања, речиси три четвртини од студентите се согласиле. Ако наодите од ова тврдење ги споредиме со 65% од испитаниците што „не претпочитаат да ги остават работите/процесите да се одвиваат, отколку да се обидат да разберат од кои причини работите/процесите се такви какви што се“, односно тврдењето бр. 5 од анкетниот прашалник, може да заклучиме дека процентите на испитаниците што одговориле дека почесто разговараат за причините и можните решенија на општествени проблеми е во согласност со претходното тврдење.

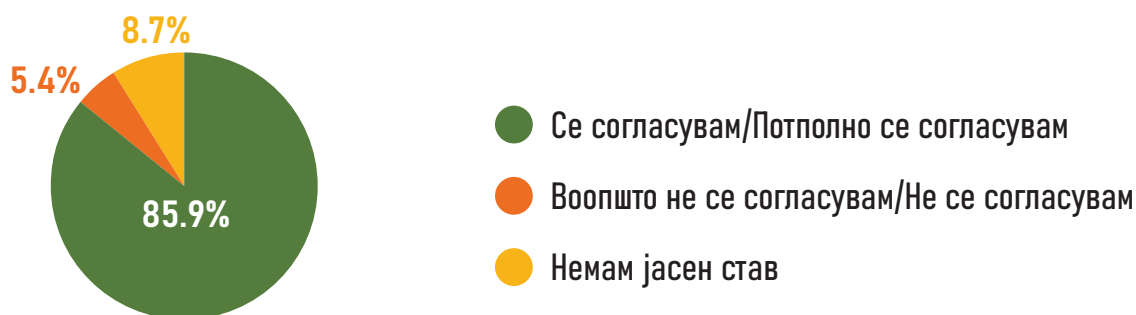
П.11 Повеќе размислување најчесто води до повеќе грешки



Графикон бр. 11

Речиси две третини од испитаниците не се согласуваат со тврдењето дека повеќе размислување најчесто води до повеќе грешки. Ова е во сооднос со трендовите што беа видливи кај првите тврдења од анкетата. Повторно, значителен е процентот на испитаниците што одговориле дека немаат став во врска со ова тврдење. Речиси една петтина од студентите спаѓаат во оваа група. Процентот на студенти што сметаат дека повеќе размислување води до повеќе грешки е исто така загрижувачки висок. Близу 25% од анкетираниите се согласиле со тврдењето.

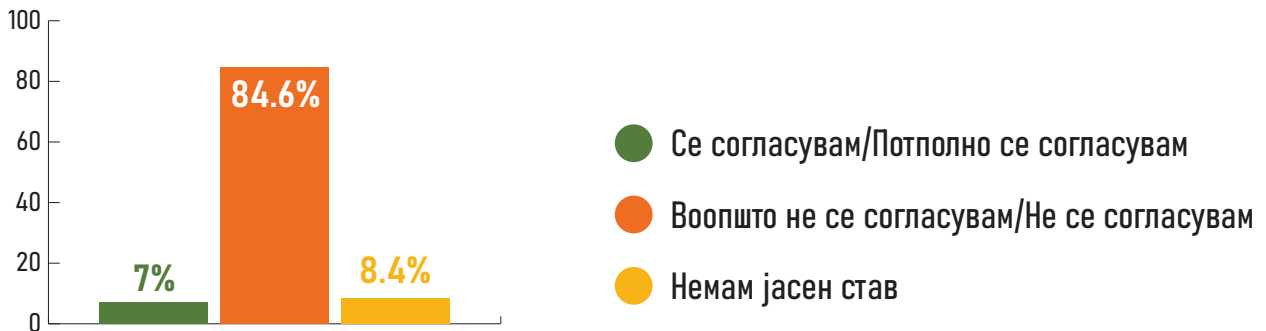
П.12 Претпочитам да ги откријам своите силни и слаби страни од мојот начин на размислување



Графикон бр. 12

На тврдењето прикажано во Графикон бр. 12, процентите што се прикажани даваат една охрабрувачка слика за тоа како испитаниците гледаат на (само)евалуацијата врз начинот на кои размислуваат. Над 85% од студентите одговориле дека претпочитаат да ги откријат силните и слабите страни на начинот какоразмислуваат. Овој податок донекаде се коси со податокот добиен од тврдењето прикажано во Графикон бр. 4, каде што 16% од испитаниците се согласиле дека „Учењето нови начини на размислување не ги привлекува премногу“. Логички е да се заклучи дека учењето нови начини на размислување е тесно поврзано со откривање силни и слаби страни на начинот на размислување кај една единка.

П.13 Размислувањето за мене не е забавно и не претпочитам да го правам



Графикон бр. 13

Охрабрувачки се наодите од тврдењето прикажано во графикон бр.13 каде што скоро 85% од студентите не се согласиле со тврдењето дека “размислувањето за нив не е забавно и не претпочитаат да размислуваат”. Со оглед на фактот дека испитаниците се студенти, 8,4% од испитаниците кои немаат јасен став по однос на ова тврдење и 7% кои се согласуваат со тврдењето, е делот кој до некаде загрижува.

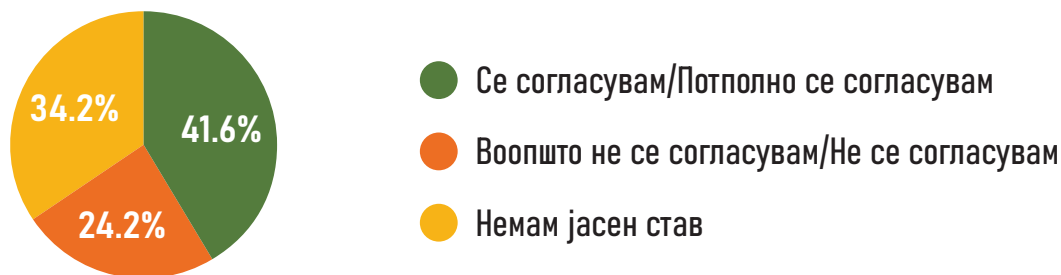
П.14 Не би сакал да размислувам за тоа што би требало да правам со себе во животот



Графикон бр. 14

Тврдењето содржано во графикон бр.14 е повеќе философско. На ова тврдење несогласување искажале скоро 5/6 од студентите. 5.7% одговориле дека немаат јасен став по однос на тоа дали би сакале да размислуваат и што би требало да прават со себе во животот, додека 9.7% се согласиле со тврдењето.

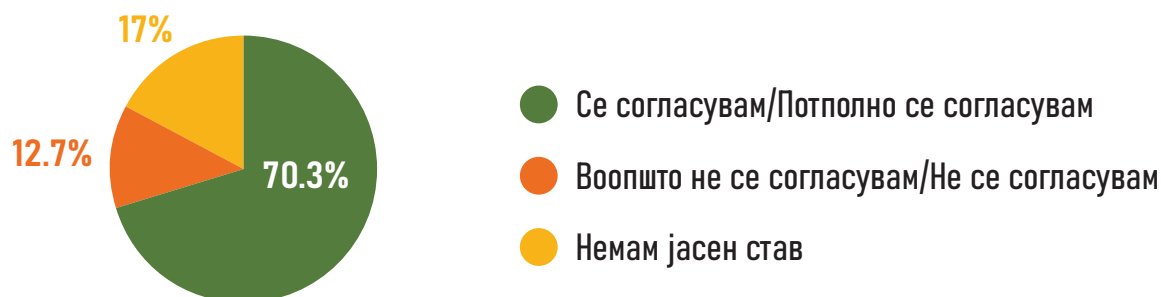
П.15 Повеќе сакам да гледам образовни и документарни содржини отколку забавни содржини



Графикон бр. 15

На дилемата дали повеќе претпочитаат да гледаат образовни и документарни содржини отколку забавни содржини, испитаниците беа релативно поделени. Над 41% одговориле дека се согласуваат, над 24% одговориле дека не се согласуваат, додека над 34% немаат јасен став. Овој податок ќе биде детално анализиран во делот што се однесува на навиките за информирање што постојат кај испитаниците.

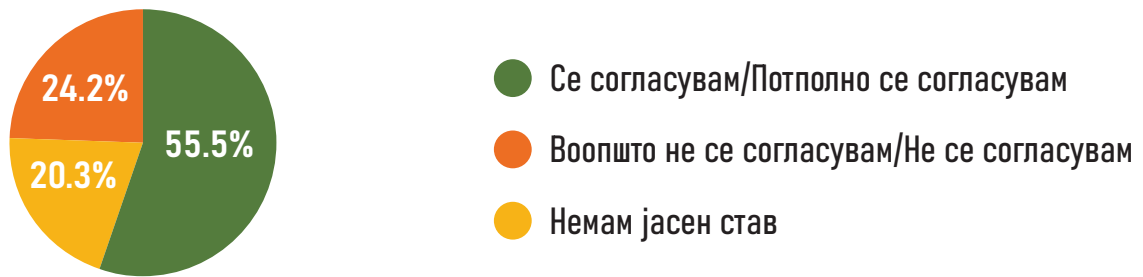
П.16 Подобра мислам кога луѓето околу мене се интелегентни



Графикон бр.16

Над 70% од испитаниците се согласиле со тврдењето дека подобро мислат кога луѓето во нивното опкружување се интелегентни. Речиси 13% не се согласуваат со ова тврдење, додека 17% немаат јасен став. Ова тврдење укажува дека речиси една третина од студентите или таквото опкружување го сметаат за неповолно за нив или имаат проблем со опкружување што е релативно интелегентно. Овој наод укажува на забелешките дадени од страна на едукаторите во структурираните интервјуа и фокус-групата.

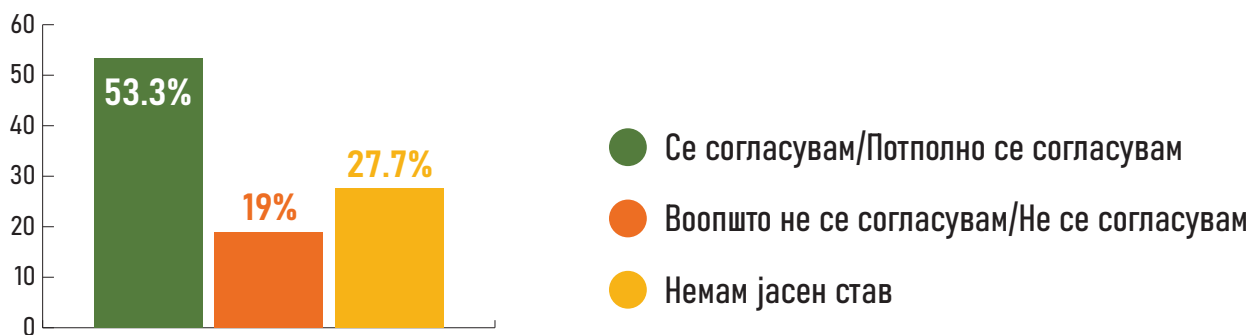
П.17 Сакам животот да ми биде исполнет со загатки што треба да ги решавам



Графикон бр. 17

На тврдењето прикажано во Графикон бр. 17, над 55% од испитаниците изразиле согласност. Интересно е дека речиси една четвртина од испитаниците немаат јасен став по однос на тврдењето дека „сакаат животот да им биде исполнет со загатки што треба да ги решаваат“. Веројатно, кај одреден дел од примерокот недостасува предвидливост, сигурност и стабилност во секојдневието, па така еден значителен дел од младите очекува животот да биде предвидлив и без изненадувања.

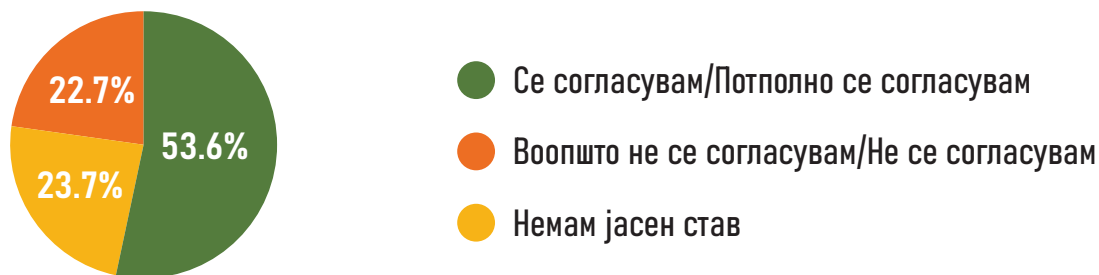
П.18 Повеќе би сакал/а да решавам комплексни проблеми, отколку едноставни проблеми



Графикон бр. 18

На тврдењето „Повеќе сакам да решавам комплексни проблеми, отколку едноставни проблеми“, повеќе од половина од студентите се изјасниле дека се согласуваат. 27.7% од студентите ова тврдење ги остава индиферентни. 19% од студентите не се согласуваат со тврдењето. Може да се каже дека податокот за групата испитаници што изјавиле дека нема јасен став и младите што претпочитаат да решаваат едноставни проблеми е индикатор дека комплексни проблеми не се предизвик или предмет на интерес кај речиси половината од примерокот. Повторно, може да се заклучи дека едукаторите што беа опфатени со претходните две истражувачки алатки, своевремено укажаа на ваквиот тренд кај учениците и студентите со кои доаѓаат во контакт.

П.19 Кога решавам проблем, поважно е она што јас го гледам како решение на проблемот, отколку тоа што другите го гледаат како решение на проблемот



Графикон бр. 19

Тврдењето содржано во Графикон бр. 19 дава слика за тоа колку од испитаниците се сигурни во својот начин на размислување во врска со решенија на проблеми. Над 53% од испитаниците одговориле дека за нив е поважно нивното гледање и размислување при барање решение за проблем. Тоа укажува на поголема сигурност во сопствените когнитивни постапки кај повеќе од половина од студентите. Близу една четвртина од студентите би го земале предвид туѓото решение на проблемот. Тоа укажува на одредена доза отвореност кон алтернативни решенија на хипотетички проблем со кој се соочиле.

Овие проценти укажуваат на дискрепанција од близу 30% со наодите содржани во Графиконот бр. 12, кој е прикажан погоре. На тоа тврдење, над 85% од студентите одговориле дека претпочитаат да ги откријат силните и слабите страни на начинот како размислуваат.

По индивидуалното претставување и анализирање на 19 тврдења од анкетниот прашалник, следно ќе биде анализиран групирани приказ на тврдењата, според димензијата. Со цел полесно воочување на трендовите на одговорите, тврдењата се групирани во две категории. Една група се тврдења со позитивна димензија на тврдењето, а друга група се тврдења со негативна димензија. Одговорите на тврдењата со позитивна димензија се претставени во Табела бр. 1, додека одговорите на тврдењата со негативна димензија се претставени во Табела бр. 2

Тврдења со позитивна димензија	Процент на испитаници што се согласуваат со тврдењето
Повеќе сакам да гледам образовни и документарни содржини отколку забавни содржини.	41.6%
Повеќе би сакал/а да решавам комплексни проблеми, отколку едноставни проблеми.	53.3%
Кога решавам проблем, поважно е она што јас го гледам како решение на проблемот, отколку тоа што другите го гледаат...	53.6%
Сакам животот да ми биде исполнет со загатки што треба да ги решавам.	55.5%
Подобро мислам кога луѓето околу мене се интелегентни.	70.3%
Почесто разговарам со други лица за причините и можните решенија на општествени проблеми, отколку за озборувања...	73.6%
Претпочитам да ги откријам своите силни и слаби страни од мојот начин на размислување.	85.9%
Задоволство ми е да решавам проблеми за кои треба да се изнајдат нови решенија.	86.6%
Се чувствувам особено задоволен кога ќе завршам важна задача/ процес за која/кој треба многу размислување и ментален напор.	95%

Табела бр. 1

Одговорите добиени од овој блок прашања укажуваат на тоа дека примерокот на испитаниците, генерално, има позитивен однос и поволно гледиште кон когнитивниот процес. Во голем дел, кај тврдењата со позитивна димензија прикажани во Табела бр. 1, испитаниците доминантно се согласуваат дека:

- Решавањето на комплексните проблеми е нешто со кое сакаат да се зафатат – 53%,
- Дека сакаат предизвици – 55%,
- Се чувствуваат добро во присуство на интелегентни лица – 70%,
- Дека сакаат да разговараат за реални проблеми и за нивни решенија – 73%,
- Дека да ги откријат силните и слабите страни на својот начин на размислување – 85%
- Чувствуваат задоволство кога ќе успеат да решат комплексна задача или проблем – 95%.

Со оглед на фактот дека горенаведените тврдења се со позитивна димензија во поглед на процесот на размислување и се формулирани да изразуваат позитивен однос на испитаниците кон мислењето како процес, охрабруваат процентите што се претставени. На прв поглед може да се заклучи дека голем дел од анкетираниите студенти имаат афинитет кон мислење. Од друга страна, при преглед на групирањето на тврдењата со негативна димензија, има одредени наоди од одговорите на анкетата што загрижуваат.

Кај тврдењата со негативна димензија испитаниците со просечно помал процент на согласување се согласуваат дека повеќе размислување води до повеќе грешки – 24%, дека не сакаат да се зафаќаат со размислување/решавање на проблеми што се претходно оценети како тешки – 21%, дека не сакаат да размислуваат повеќе од тоа што треба – 21%, дека чувствуваат индиферентност и претпочитаат процесите да ги остават да се одвиваат сами по себе – 15%. Интересно е што со тврдењето дека апстрактно размислување не ги привлекува се согласиле – 15%.

Тврдења со негативна димензија	Процент на испитаници што се согласуваат со тврдењето
Не размислувам најдобро кога сум под притисок.	55.7%
Повеќе размислување најчесто води до повеќе грешки.	53.3%
Најчесто сакам да не размислувам/решавам за проблеми што претходно се оценети како „тешки“	53.6%
Не сакам да размислувам повеќе од она што треба.	55.5%
Учењето нови начини на размислување не ме привлекува премногу.	73.6%
Претпочитам да ги оставам работите/процесите да се одвиваат.	85.9%
Апстрактното размислување не ме привлекува.	86.6%
Кога правам нешто што ме збунува, го оставам и го заборавам.	95%
Не би сакал да размислувам за тоа што би требало да правам со себе во животот.	95%
Размислувањето за мене не е забавно и не претпочитам да го правам.	95%

Табела бр. 2

Гледајќи ги овие податоци, може да се заклучи следното:

Голем дел од испитаниците не размислуваат најдобро под притисок. Со оглед на фактот дека само за мал дел од испитаниците размислувањето не е забавно, може да заклучиме дека за другите размислувањето е привлечно и немаат аверзија кон истото. Апстрактно размислување не го привлекува само еден од шест испитаници. Еден од десет испитаници не би сакал да размислува што би требало да прави со себе во животот. Еден од шест испитаници е волен да ги остави процесите да се одвиваат какви што се.

Овие наоди укажуваат на присуство на летаргија, индиферентност, недостаток на волја за граѓанско учество, недостаток на имагинација и идеи кај одреден дел од младата популација. Имајќи го предвид фактот дека, сепак, ова сестуденти, овие проценти треба да бидат интерпретирани како своевидно потфрлање во развојот и изградбата на овие млади лица.

Во текот на дискусијата што се одвиваше на фокус-групата со едукатори, беше поставено прашањето „...дали медиумската писменост, односно вештините за критичко размислување присутни во образовната програма во РСМ се еднакво достапни и овозможени под исти услови помеѓу различните заедници односно групи? Со други зборови, дали сите во ова општество добиваат ист квалитет на образование од овие области?“

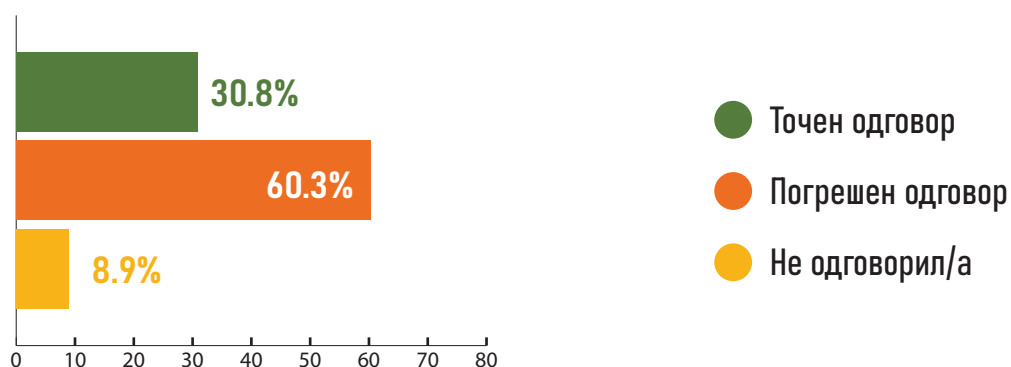
На оваа дилема, еден од едукаторите изјави: „Сè зависи од наставниот кадар. Колку, пред сè, наставниците се медиумски писмени и настроени на критичко размислување. Припадноста кон различни заедници не е најбитна, туку оспособеноста на наставникот“. На истото прашање, друг едукатор одговори: „Да, со тоа што развивањето на сознајните вештини не е формално вградено во системот на образование, туку се остава на самите студенти да „инвестираат“ во себе“.

Овие поенти до некаде ги објаснуваат екстремите видливи во некои од наодите преку процентуалната застапеност на млади што претпочитаат да не размислуваат за комплексни проблеми, да не размислуваат апстрактно и да бидат без мотивација да научат нови начини на размислување или да ги дознаат слабостите на сопствените начини на размислување

Логички тестови

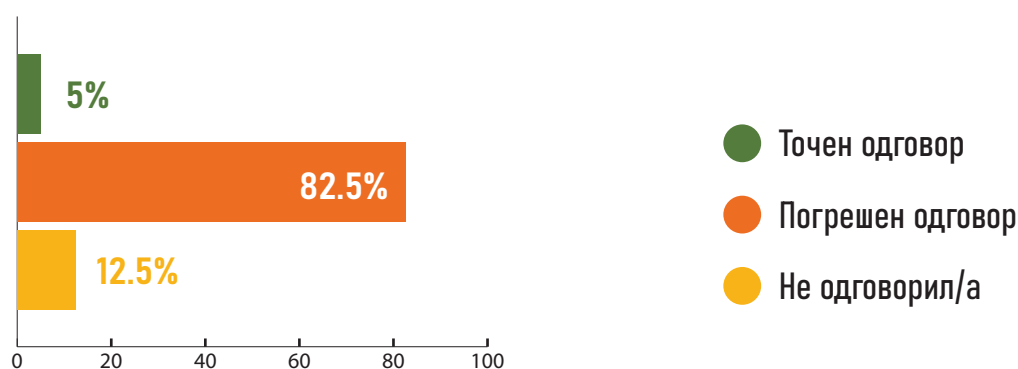
Освен субјективното гледање за мисловниот процес, кое можеше да биде анализирано преку 19 тврдења со кои испитаниците се согласуваат или не се согласуваат, во прашалникот имаше и логички тестови, кои имаат цел да дадат слика за тоа колку испитаниците се вложиле во давање точен одговор на секоја од задачите/тестовите. Овие логички тестови беа своевидна проверка на способноста за анализа и дедукција кај испитаниците... Целта на овие логички тестови беше да се тестира способноста на младите за разбирање на прашање и давање одговор по пат на дедукција, која се базира на дадените параметри во самиот тест. Одговорите на овие логички тестови не беа дадени како можни опции, освен П.29, каде што беше понуден одговор точно/неточно.

П.26 Ако се потребни 5 машини за 5 минути да направат 5 додатоци, колку минути се потребни за 100 машини да направат 100 додатоци? - (точен одговор – 5 минути).



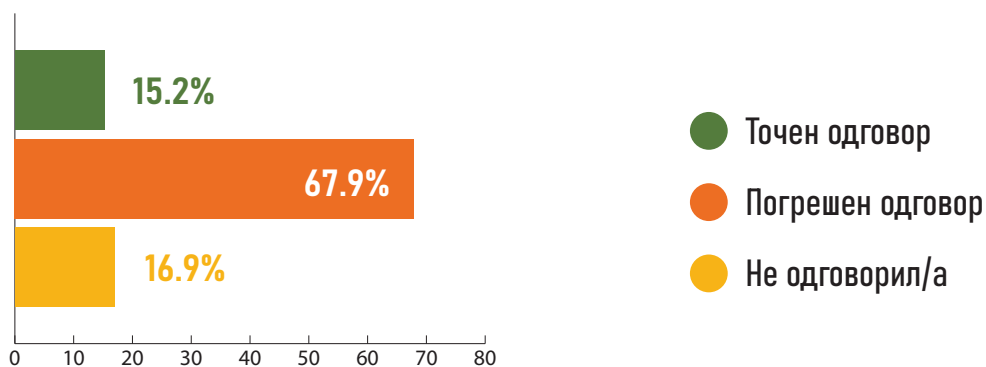
Тест бр. 1

П.27 Тениски рекет и топка чинат 1.10 евра вкупно. Тенискиот рекет чини 1 евро повеќе од топката. Колку чини топката? - (точен одговор – 0.05 евра).



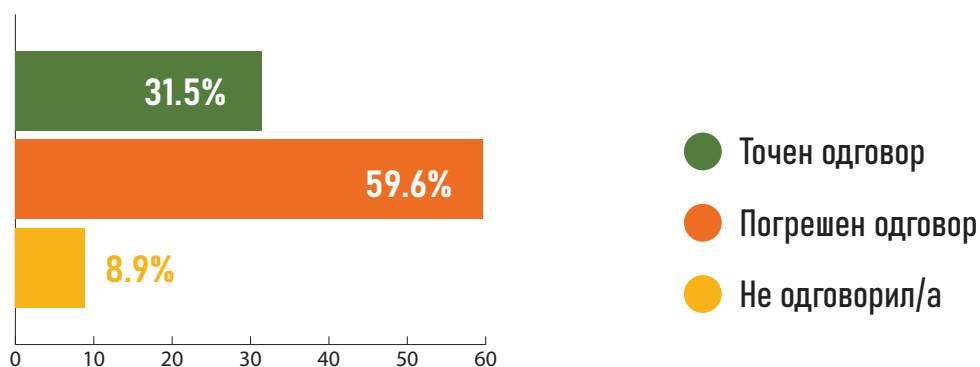
Тест бр. 2

П.28 Во езерото има латици од лотос. Секој ден, латиците се зголемуваат двојно. Ако се потребни 48 дена за да се покрие целото езеро, колку време е потребно за латиците да покријат половина езеро?. – (точен одговор – 47 дена)



Тест бр. 3

П.29 Некои празнични денови се врнежливи. Сите врнежливи денови се досадни. Затоа, облачните денови се досадни. – (точен одговор – не е точно тврдењето)



Тест бр. 4

Анализата на добиените одговори, на овие 4 логички теста, групирани за сите четири логички теста за целиот примерок на анкетирани испитаници, даде загрижувачки резултати. Имено, само 1% од испитаниците успеале точно да одговорат на сите 4 логички теста. Во апсолутна бројка тоа се само 3 лица од 301 испитаник. На 3 од 4 логички теста, точно одговориле само 2,3% од испитаниците, додека на два или помалку од два логички теста, точно одговориле 96,6% од испитаниците.

Медиумска писменост – односот кон медиумите и информирањето кај младите

Овој дел од документот е посветен на вториот сегмент од истражувањето, медиумската писменост и навиките за информирање кај младите. Опфатени се односот кон информацијата, причини за сомнеж во вистинитоста на информацијата, начин и навик на пребарување, потрага по извори на информации, „Википедиа“, навик на информирање, однос кон дезинформација и перцепции за неа. Во продолжение ќе бидат изложени наодите од анкетниот прашалник, додека паралелно, наоди од фокус-групите со млади ќе бидат цитирани за да ја комплементираат сликата и да придонесат со контекст.

П.21 Главните причини зошто се сомневаат во информација што ја прочитале на социјалните мрежи

Недостиг од детали за изворот на информации	50.4%
Тенденција на авторот да претерува или да преувеличува, односно да искривува информации во свои претходни текстови	45.1%
Мислење, наместо фактички информации	42.6%
Политичката природа на информациите	40.8%
Очигледен слаб квалитет на методологијата за истражување (на пр.: примери, процедури, мерки и друго.)	35.6%
Заклучоци што не се совпаѓаат со изворните податоци	35.6%
Правописни и\или граматички грешки	27.8%
Информации што не се во согласност со моите верувања	24.3%
Недостаток на авторитет кај авторите	19.0%

Табела бр. 3

Во Табела бр. 3 се прикажани причините за сомнеж во информација што испитаниците ја сретнале на социјалните мрежи. Испитаниците имаат можност да изберат повеќе од една причина за сомневање во вистинитоста на една информација. Во овој приказ, според процентуалната застапеност, водечки причини за сомнеж се:

- Недостиг од детали за изворот на информации
- Тенденција на авторот да претерува или да преувеличува, односно да искривува информации во свои претходни текстови
- Мислење, наместо фактички информации

Ако ги анализираме овие водечки причини за сомневање во информации и објави што се сретнуваат на социјалните мрежи, може да заклучиме дека младите имаат критериуми за идентификување и заштита од невистинити или недоволно поткрепени објави. Критериумите се слични како тие што се применуваат во оцена на вистинитоста на информации и во други видови медиуми, како што се печатените и електронските форми на медиуми.

Од друга страна, како најмалку застапени причини за сомнеж во вистинитоста на информација што ја сретнале на социјални медиуми се:

- Заклучоци што не се совпаѓаат со изворните податоци
- Правописни и/или граматички грешки
- Информации што не се во согласност со нивните верувања
- Недостаток на авторитет кај авторите

При анализата на најмалку застапени причини за сомнеж во вистинитоста на објави на социјални медиуми, може да се заклучи дека испитаниците повторно имаат слични критериуми за процена како тие што се применуваат за објави од традиционалните медиуми. Она што е интересно е што авторите и нивните претходни натписи, како и нивниот авторитет играат улога при оцената на вистинитоста на една информација. Понатаму, „слабиот квалитет на методологијата за истражување“ е исто релевантна причина за сомневање во информација што младите ја наоѓаат на социјалните медиуми.

Во рамките на фокус-групите, беа поставувани директни прашања до учесниците за да се открие нивниот став кон процесот на црпење и обработка на информации од медиумите. На пример, на прашањето поставено во текот на дискусија во фокус-група: „...од кои причини некој креира лажна вест?“, беа добиени следните одговори:

- „За да се добие на популарност“;
- „...Ставаат лажни информации за провокација, да допре до група таргетирани приматели на информацијата“;
- „Со 10.000 кликови се продава реклама што ќе донесе 1.000 евра, при тоа се добива познат сајт и лесна заработка, измислувајќи лажни вести“.

П.22 При типично интернет-пребарување користејќи пребарувач како Google, Yahoo или Bing, како ги прегледувате резултатите?

Обично, ги читам без да ги отворам резултатите, пред да отворам некој од понудените линкови	8.9%
Обично, ја читам првата страница со резултати и отворам некои од понудените линкови, а потоа одам на следната страница	27.5%
Обично, ги отворам линковите што сакам да ги проверам додека ги читам резултатите	37.1%
Обично, ги отворам сите линкови на првата страница со понудени резултати	18.2%
Не одговорил/а	8.3%

Табела бр. 4

На прашањето со реден број 22, кое има цел да даде увид во навиките и постапките на испитаниците при едно типично интернет-пребарување доминантна постапка што ја практикуваат над една третина од анкетираниите е: „Паралелно отворање на линковите од резултатите што се од интерес, додека ги читаат резултатите од пребарувањето“. Оваа постапка укажува присуство на свест за плуралитет на информации и постоење желба кај овие испитаници да ги прегледаат сите можни резултати во врска со пребарувањето што го изведуваат. 27% од испитаниците одговориле: „Обично, ја читам првата страница со резултати и отворам некои од понудените линкови, а потоа одам на следната страница“. Овој податок укажува дека сепак еден дел од испитаниците имаат јасна слика за тоа кои од понудените резултати се релевантни, односно потекнуваат од извори што се со поголема веродостојност или релевантност од други понудени резултати и извори на информација. Речиси 9% од испитаниците најпрво површно ги прегледуваат резултатите, па потоа носат одлука кои од понудените резултати ќе ги отворат. Близу еден од пет од испитаниците ги отвора сите резултати од првата страница на резултати што пребарувачот ќе ги прикаже.

П.23 58% од испитаниците би отвориле или би кликнуле за да го видат целосниот оригинален извор за да ги потврдат информациите што ги читаат додека пребаруваат

Податокот од прашањето со реден број 23 укажува на тоа дека, доколку е лесно достапен изворот на информацијата што ја бараат, испитаниците во речиси две третини од случаите би направиле дополнителен чекор за да ја потврдат информацијата за која се интересираат. Ова е податок што остава впечаток дека самата информација што е објавена, не се зема здраво за готово од мнозинството испитаници. Новите технологии овозможуваат еволуција во проверката на вистинитоста на изворот на информации и тоа е можност што повеќе од половина од младите ја користат, односно би ја користеле.

П.24 Кои од следниве изјави најблиску ги отсликува вашите верувања?

„Википедија“ е суштински модерна енциклопедија, но базирана само на интернет	27.5%
„Википедија“ може или не може да ги обезбеди истите информации како традиционална енциклопедија, во зависност од статијата или терминот на пребарување	42.1%
„Википедија“ е фундаментално различна од традиционалната енциклопедија, покрај тоа што е базирана на интернет.	12.3%
Немам мислење	13.6%
Не одговорил/а	4.6%

Табела бр. 5

Во анкетниот прашалник беше поставено прашање за природата и релевантноста на „Википедија“ како современ извор на информации од open source природа. Поставувањето на ова прашање беше мотивирано од потребата да се добие слика за тоа како целната група ги разбира квалитетот и релевантноста на „Википедија“ како извор на информации. Загрижува фактот дека речиси една третина од младите сметаат оти „Википедија“ е еквивалент на модерна енциклопедија, која е достапна само на интернет. Загрижувачки е и податокот што над 13% од испитаниците немаат мислење во врска со ова прашање. 42% од младите сметаат дека „Википедија“ може или не може да ги обезбеди истите информации како традиционална енциклопедија.

П.30 Кои од следните видови медиуми најчесто го користите за информирање

Телевизија	7.6%
Печатени медиуми (дневни весници, неделници, магазини, списанија)	1.0%
Интернет (електронски верзии на телевизији, дневни весници, портали)	38.4%
Интернет (социјални медиуми Facebook, Twitter)	31.8%
Не одговорил/а	21.2%

Табела бр. 6

Доминантно, испитаниците се информираат преку интернет. Над една третина користат електронски верзии на телевизии, дневни весници и портали за информирање. Речиси 32% од анкетираниите своите информации ги добиваат преку социјалните медиуми Facebook и Twitter. Телевизијата е следна според тоа колку често се користи – со над 7%. Печатените медиуми се застапени со само 1%. Ова значи дека печатените медиуми се јавуваат како извор на информирање кај само 3 лица од примерокот. Од 21% од анкетираниите нема одговор.

На фокус-групите со млади, беше дискутирано за навиките на присутните за информирање. Така, Маја, студентка од Тетово, изјави: „Се информирам од интернет, но на интернет ги немаме сите информации... На интернет има многу информации што се пренесуваат од човек на човек да речеме за пракса или нешто. Во реалниот живот, многу млади не знаат дека постојат можности за кои не се информирани. Така, ако не се социјалните медиуми, нема да можат да стигнат до нив, нема сè на интернет..., а дури и да има, треба да знаеш каде да ги бараш...“. Во понатамошната дискусија Блерим од Скопје дополни: „Збирните информации ги наоѓам на Time.mk, агрегатор за вести што е на интернет. Го користам бидејќи има збирни информации, групирани по тема од различни медиуми, со тоа се нудат повеќе опции за информирање...“. Оттука може да се разбере контекстот на наодите од следното прашање: Од каде точно на интернет се информираат младите?

П.31 Ако го земеме само интернетот како средство за информирање, најчесто се информирате од:

Електронски верзии на дневни весници	21.2%
Електронски верзии на телевизии	9.3%
Социјални мрежи (Facebook, Twitter)	32.1%
Други интернет-портали	22.2%
Не одговорил/а	15.2%

Табела бр. 7

На прашањето со реден број 31, добиена е слика за преферираното средство за информирање кај испитаниците ако го анализираме само интернетот како средство за информирање. Водечко место заземаат социјалните медиуми каде за една третина од испитаниците Facebook и Twitter се најчести извори на информирање. Електронските верзии на дневните весници се во тесна трка со другите интернет-портали за втор најчест извор на информирање за младите. Телевизиите и нивните интернет-изданија се најчесто средство за информирање за помалку од 10% од испитаниците. На ова прашање не одговориле 15% од анкетираниите.

П.33 Што најчесто правите кога ќе се посомневате во некоја вест?

Го проверувам изворот на веста, барам докази за неа	27.5%
Го споредувам тоа за кое се сомневам дека е вистина со други извори	42.1%
Не правам ништо во насока на проверка на вистинитоста на сомнителната вест	12.3%

Табела бр. 8

Прашањето со реден број 33 е поставено со цел да се добие слика за постапките што испитаниците ги преземаат во ситуации кога ќе се посомневаат во вистинитоста на некоја вест. На ова прашање, понудени беа 3 можни одговори. Охрабрува наодот дека повеќе од половина од испитаниците се изјасниле оти го проверуваат изворот на веста во која се сомневаат и дека проверката е проследена со дополнително пребарување за изворот и за вистинитоста на информацијата. Над една третина од испитаниците одговориле дека прават споредба со други извори за да ја проверат вистинитоста на веста. 13% од младите одговориле дека не преземаат чекори за проверка на вистинитоста на сомнителна вест.

П. 34 Мислења за веројатноста за ширење дезинформации, според видот на медиумот (рангирање, од поголема веројатност за ширење дезинформации кон помала веројатност за ширење дезинформации)

1. Социјални мрежи
2. Интернет-изданија на медиуми
3. Телевизија
4. Печатени медиуми
5. Радио

Тука, испитаниците ги подредија по веројатност видовите медиуми според перцепираната веројатност за ширење дезинформации. На прво место, според испитаниците, се наоѓаат социјалните медиуми, второрангирани беа интернет-изданијата на традиционалните медиуми, како трет вид медиум според веројатност за ширење дезинформации рангирана е телевизијата, следни се печатените медиуми и она што е интересно, најсигурен извор според испитаниците е радиото.

При дискусија за вистинитоста на информациите што може да се најдат на интернет, конкретно на социјалните медиуми, во текот на фокус-групата Мартин од Охрид изјави: „...Јас не би поверувал дека нешто е секогаш вистина, поради тоа што на социјалните мрежи има многу неистински и погрешни информации и ниту се преземаат мерки за овие вести да се отстранат или коригираат, не верувам на нешто додека не излезе на вести...“. Оваа изјава дава една слика за хиерархијата на доверба, но и перцепираната веродостојност на информациите, во зависност од тоа каде тие биле пласирани. Конкретно довербата во телевизијата е поголема од довербата во социјалните мрежи

П. 35 Каков вид телевизиски програми гледате најчесто?

Информативни содржини (вести, дебатни емисии)	22.3%
Едукативни содржини (документарни емисии, квизови)	20.4%
Забавни содржини (филм, серии, музика)	56.9%
Контактни емисии	4%

Табела бр. 9

Прашањето со реден број 35 е сродно со тврдењето под реден број 15 од првиот блок на анкетниот прашалник. На тоа тврдење 41% од испитаниците одговориле дека претпочитаа да гледаат образовни и документарни содржини отколку забавни содржини. Овие бројки се на линија со наодите од тоа тврдење.

П. 36 Во просек, испитаниците поминуваат околу 13 часа во неделата гледајќи телевизија

На прашањето колку часови неделно поминуваат гледајќи телевизија, добиениот просек е 13 часа. Со овој податок се добива слика за падот на популарноста на телевизијата како медиум што традиционално доминираше со информациите и забавата до неодамна.

Со оглед на популарноста и доминацијата на телевизијата како медиум, за време на фокус-групите со млади беа изведени проективни техники, односно прикажување телевизиски видеосодржини со:

- говор на омраза;
- лажни вести;
- десничарски популизам;
- национализам и лажна историја/идентитетски прашања;
- маркетинг за суплементи и алтернативна медицина;
- мултилевел маркетинг;
- сензационализам;
- кампањи за оцрнување;
- брзи пари/брза заработка.

На овие проективни техники, учесниците во фокус-групите покажаа степен на зрелост за природата на содржините и нивната намена. Видлива беше свеста кај присутните за природата на пораката од ваквите содржини и голем дел успешно ги идентификуваа намерата и целта на креаторот на ваквите содржини.

П.36-1 Од каква продукција е телевизијата што ја гледате?

Гледам телевизија само од домашна продукција	3.6%
Гледам телевизија само од странска продукција	9.9%
Гледам телевизија и од двете продукции, но доминантно повеќе гледам телевизија од домашна продукција	19.9%
Гледам телевизија и од двете продукции, но доминантно повеќе гледам телевизија од странска продукција	35.4%
Подеднакво гледам телевизија од домашна и од странска продукција	22.5%
Подеднакво гледам телевизија од домашна и од странска продукција	8.6%

Табела бр. 10

На прашањето во врска со потеклото на продукцијата на телевизијата што ја гледаат, младите одговориле дека гледаат доминантно телевизија од странска продукција, но гледаат и домашно продуцирани телевизиски содржини. Мал процент гледа ексклузивно само домашна продукција или само странска продукција.

П. 37 Во просек, испитаниците поминуваат околу 39 часа во неделата на интернет.

Овој податок укажува на тоа дека младите се доминантно ориентирани кон интернетот како алатка за информирање и комуникација, но и забава. Падот на популарноста кај телевизијата како главен извор на информации и забава, веројатно, се должи на неможност за двонасочна комуникација и интеракција што ја нуди интернетот. Оттука, можеме да заклучиме дека интернетот е новата ѕвезда во светот на медиумите и неприкосновен извор на забава, комуникација и информирање.

Во смисла на употреба на интернетот како комуникациска алатка, во текот на дискусиите на фокус-групите со млади, во врска со времето поминато на социјални медиуми и дали го користат за дискусија и интеракција со други лица, Богдан изјавени: „Јас избирам нешто да искумуницирам со некој во лице, бидејќи немам срам. Доколку сметам дека е тоа точно, немам проблем да го кажам. Дали некој ќе се навреди или не од мојот став не е одлучувачко, јас морам директно да кажам што имам 'тоа и тоа не ми се свиѓа и крај', а социјалните медиуми ги користам само за забава, додека дискусиите и дебатите ги водам само лице в лице“.

Со оглед на фактот дека не секогаш ги познаваме лицата со кои би влегле во дискусија на социјалните медиуми, Филип, бруцош на педагошкиот факултет во Скопје изјави: „Со пријатели секогаш влегувам во дискусија, дома поретко, вака со некој што воопшто не го знам не влегувам во дискусија“.

Марија, за својата употреба на социјалните медиуми истакна: „Ги користам социјалните медиуми, ама не јавно да кревам конфликти... дискусија водам само на Messenger. Сакам да кажам дека јас целам кон тоа да имам што најмал електронски code print. Не сакам по 10 години некој да ми цитира што сум пишувала на Фејсбук или каде било тоа да го користи против мене. Знам дека сајтовите собираат дата за мене, за тоа каде ставам лајк, и според тоа ми даваат реклами. Сето тоа не можам целосно да го контролирам... т.е. можам, делумно, но генерално се трудам најмалку можно информации да оставам на интернет“.

Евидентна е тенденцијата на младите да се информираат од нови медиуми (социјални мрежи, Youtube, интернет-портали). Кај некои лица постои претпазливост и рестриктивност во коментирање и соочување со други интернет-корисници од страна на групата испитаници. Тоа покажува висока свест кај поединци за тоа како интернетот функционира и за замките од оваа нова технологија.

П. 38 Во просек, испитаниците поминуваат околу 4 часа во неделата слушајќи радио

Младите слушаат радио во движење, додека пешачат, додека се во автобус или додека се наоѓаат во просторија каде што е пуштена некоја радио станица. Радиото не им е примарен или релевантен медиум на кој се потпираат за информирање или забава. Фактот дека само 4 часа неделно во просек е изложеноста на радиопрограма кај испитаниците, укажува дека медиумот – радиото има само пополнувачка, а не и водечка улога во нивната интеракција со медиумите.

За крај, на испитаниците им беше поставено прашање што треба да послужи како индикатор во врска со нивниот став дали треба да размислуваат критички.

П. 41 Треба повеќе или помалку критички да размислуваме?

Повеќе	74.4%
Помалку	25.6%

Табела бр. 11

Ова несекојдневно прашање, кое се однесува на дилемата дали треба повеќе или помалку критички да размислуваме, беше издвоено од групата прашања што се однесуваат на процесот на мислење и критичката мисла. Директно не беше поставено вакво прашање во блокот 19 тврдења поврзани со размислувањето, туку истото беше поставено во едноставна „црно-бела“ форма, каде што целта беше да добиеме еден од два одговора, без можност за неизразување став.

На испитаниците не им беше понудена можност да изберат друг одговор освен негативен или позитивен. Идејата беше да се добие слика за тоа како испитаниците го перципираат процесот на критичка мисла. Тројца од четворица млади мислат дека треба повеќе критички да се размислува.

Во делот на структурираните интервјуа, за проблематиката на медиумската писменост беше поставено едно прашање со едукаторите: „Кои би биле најдобрите методи што едукаторите може да ги искористат за развој и поттикнување вештини за медиумска писменост/критичко размислување?“. На ова прашање беа дадени следните предлози:

- Отворање дискусија за теми или содржини за кои се претпоставува дека се прочитани од страна на целната група. Дискусијата би се однесувала на тоа како се прима информацијата и како се разбира;
- Развивање сценарија што како основа го имаат различното толкување на објавата;
- Детектирање на аргументите во содржината и оценка на нивната одржливост;
- Да се осмисли како да се претстави поимот медиум; неговото значење и улога;
- Да се извлече од учесниците слика за тоа кои медиуми ги користат;
- Да се осмисли прашалник преку кој ќе се дознае колку умеат да ги користат медиумите (колку писмено ги користат);
- Интерактивни вежби и техники за (ниво препознавање): 1. Објава на вест во печатен или електронски медиум наспроти социјални мрежи; 2. Објава на текст-содржина во печатен или електронски медиум наспроти социјални мрежи; 3. Разликување индивидуален став (мислење) наспроти аргумент во дадена објавена содржина;
- Интерактивни вежби и техники за (ниво имплементирање): 1. Создавање лажни и точни вести од страна на учесниците (откривање преку вежби); 2. Создавање (пишување) став (мислење) од поединци без аргументирана основа на одредена тема (откривање преку вежби);

Заклучоци и препораки

Ако погледнеме подлабоко во терминот медиумска писменост, очигледно е дека денес под тој термин се подразбира и дигиталната писменост. Време е да ја прифатиме дигиталната писменост како сегмент/потсегмент на медиумската писменост, како уште една област на која треба да ги примениме истите постапки на критичката мисла. Дигиталната доба носи поголеми предизвици и замки од аналогната доба во која една радиодрама навидум предизвикала хаос во даден момент.

Во денешно време да се биде лишен од медиумска и дигитална писменост е слично како да немате доволно светлина (или чист воздух). Може да најдеме полни амфитеатри и училиници со дигитално писмени ученици, кои се наведени да размислуваат линеарно, додека се опкружени со технологија. Важно е целите на наставно-научните програми да бидат во согласност со концептот на зголемување на дигиталната и медиумската писменост. За ова да биде достигнуво, потребна е професионална надградба и тренинг на образовниот кадар. Во исто време потребни се современи политики, кои ќе бидат донесени од страна на релевантните чинители.

Препорака:

Министерството за образование и наука заедно со Бирото за развој на образованието да изготви план за ревидирање на наставно-научните програми во сите сегменти на образованието. Примена на методи и пристап што ќе стимулира креативно и критичко мислење во рамките на повеќе предметни области.

Од анализата на политиките што се актуелни во ЕУ, јасно е дека клучните компетенции што се дефинирани во сеопфатна рамка, директно го вклучуваат критичкото мислење како предуслов за активно граѓанство. Од тука, може слободно да ја забележиме цврстата врска што постои помеѓу способноста за критичко градење ставови и додадената вредност од овој аспект, кон негувањето активно граѓанство во европските земји. Со ова истражување, посредно се анализира способноста и афинитетите на младите за мислењето како процес, но и критичката мисла при контактот со информации и медиуми.

Препорака:

Владата преку ресорните институции да ги транспонира меѓународните инструменти и европските документи (директиви) што ја утврдуваат рамката во која ќе егзистира медиумската писменост. Правилното транспонирање на овие инструменти во националната регулатива (кои треба да бидат разбирливи за граѓанинот) и нејзино спроведување е задача пред сè на државните институции, кои треба да стимулираат инклузивен процес за медиумите, невладините организации, семејството и граѓанинот, а пред сè младиот човек.

Според ова истражување, младите, доминантно, позитивно гледаат на мислењето како ментален процес и декларираат афинитет кон него. 9 од 10 испитаници на анкетата гледаат позитивно на предизвикот – решавање проблеми за кои е потребно да најдат нови решенија или нови начини на решавање на проблемите. Две третини од анкетираниите, одговориле дека се подготвени да се зафатат со решавање процеси или задачи што содржат доза на комплексност. Ова е наод кој не треба да не остава рамнодушни, затоа што примерокот на опфатените млади со овие алатки е содржан целосно од студенти. Една третина од анкетираниите студенти одговориле дека не претпочитаат да учат нови начини на размислување и тоа не ги привлекува.

На тврдењето што се однесува на апстрактно размислување, половина од анкетираниите одговориле дека ги привлекува, додека 15% немаат јасен став. Во поглед на мотивираноста да размислуваат, односно дали сакаат да размислуваат повеќе отколку што треба, близу 20% од анкетираниите одговориле дека не сакаат да размислуваат повеќе отколку што е потребно. Делот за мерење ставови за мислењето во рамките на анкетата покажува дека младите велат оти сакаат да мислат. Од друга страна, само 1% од 300 испитаници успеаја точно да одговорат на сите четири логички теста. Ако ова го поврземе со тврдењето што се однесува на размислување под притисок, до некаде се гледа дека 55% од анкетираниите студенти се изјасниле дека не размислуваат најдобро кога се чувствуваат дека се под притисок. Понатаму, близу 70% од анкетираниите се согласиле со тврдењето дека подобро размислуваат кога се наоѓаат во друштво на интелегентни луѓе.

53% од анкетираниите декларирале дека повеќе сакаат да решаваат комплексни проблеми отколку едноставни проблеми. Другите, близу 28% изјавиле дека немаат јасен став по ова прашање. 19% одговориле дека не претпочитаат да решаваат комплексни проблеми. Тоа делумно укажува дека младите не умеат или не сакаат да мислат критички. Навиките за информирање се придвижени кон новите медиуми, доминира интернетот како алатка за комуникација и добивање информација. Оваа појава исто така укажува на падот на мотивацијата кај оваа демографска група да се информира преку традиционалните форми на информирање што доминираа пред појавата на интернетот.

Наодите од истражувањето укажуваат дека постојат недостатоци во наставно-научните програми што се во сила. Структурните интервјуа и фокус-групите, кои имаа цел да обезбедат ставови за квалитетот на образовните програми во контекст на критичкото мислење како вештина, идентификуваат пад на квалитетот на тие вештини кај младите. Во рамките на основното и средното образование очигледна е потребата од сеопфатна реформа на наставно-научните алатки и програми, за која е потребна подготовка на наставно-научниот кадар. На логичките тестови што беа поставени во рамките на анкетата само еден процент од испитаниците одговорија точно. Во апсолутна бројка тоа се само 3 лица од примерокот. На 3 од 4 логички теста одговориле само 2,3% од испитаниците. На два или помалку од два логички теста, точно одговориле 96,6% од испитаниците. Ова е наод што дава јасна корелација со ниското рангирање на ПИСА објавено за Република Северна Македонија.

Препорака:

Предуслов за развој на состојбата со медиумската писменост, во кој било сегмент од нашето опкружување, е меѓуресурска соработка на ова поле. За да може повеќе инстанци и засегнати страни да работат и да постигнат некаков резултат во делот на оваа проблематика, неопходно е најпрво да се постигне согласност за значењето и опфатот на терминот „медиумска писменост“.

Бирото за развој на образованието да изготви план за ревидирање на наставно-научните програми во сите сегменти на образованието. Примена на методи и пристап што ќе стимулира креативно и критичко мислење во рамките на повеќе предметни области.

Медиумската писменост е непосредно поврзана со способноста за критичка мисла. За медиумската писменост треба да има простор и во политиките на образовните установи и во политиките на аудиовизуелниот регулатор. На европско ниво овие проблеми се во фокусот на државите, кои навремено го идентификувале предизвикот на новите медиуми и нус-појавите од брзата дигитализација и лесните форми на комуникација.

Препорака:

Агенцијата за аудио и аудиовизуелни и медиумски услуги да обезбеди буџет наменет за стимулирање содржини, програми и активности што непосредно ќе се зафатат со третирање на медиумската писменост како клучен приоритет. Медиумската писменост е дел од регулаторната стратегија на АВМУ 2019/2023. Ова прашање е присутно во активностите и актите на ова регулаторно тело, сепак, важно е да се оформи финансиски механизам што ќе ја дополни Мрежата за медиумска писменост и ќе ѝ овозможи интензивна работа и материјални средства како дополнителен стимул за медиумите, медиумските работници и граѓанските организации да се занимаваат со оваа проблематика.

Во Законот за АВМУ недостасува дефиниција за терминот „медиумска писменост“ по примерот на дадени дефиниции за други специфични термини и формулации. Агенцијата за аудио и аудиовизуелни и медиумски услуги да предложи дополнување на текстот на законот со дефиниција за терминот „медиумска писменост“.

Како причини за сомнеж во вистинитоста на информацијата што ја добиваат од социјалните мрежи, младите ги наведуваат: Недостигот од детали за изворот на информации, тенденцијата на авторот на објавата да искривува или преувеличува, која е видлива во претходни објави и пласирање мислења наместо фактички информации.

Разни мерења спомнати на почетокот од оваа анализа имплицираат дека Република Северна Македонија заостанува зад европските текови на овој план. Сепак, тркалото е измислено. Важен е консензус за тоа дека тркалото е правиот избор за еден долг пат. Клучно е општеството, односно државата да одлучи какви идни граѓани сака. За да биде успешна една реформа, неопходно е да се базира на вредности, односно да биде реформа на вредности. Важен е креативен и критички однос кон процесите и околината. Таквиот пристап ќе овозможи само додадена вредност кон носењето информирани одлуки од страна на свесни граѓани.

Препорака:

Проблемот со медиумската писменост треба да стане државен приоритет. Подигнување на степенот на медиумската писменост треба да биде третиран како стратешка цел. Потребна е сеопфатна реформа на образовните програми. Важно е предучилишната возраст да биде опфатена со оваа реформа, покрај основното и средното образование. Министерство за образование и наука, како надлежно, треба да иницира постапка за ваквата реформа.

Библиографија

UNESCO, 'Media and Information Literacy, a critical approach to literacy in the digital world' 08 September 2017

Article 165 of the Treaty of the Functioning of the European Union, hereinafter "TFEU",

European Commission (Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture), 'Key Competences for Lifelong Learning' 08.07.2019,

EUROPE 2020 A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth

Council of the European Union, 'The role of the youth sector in an integrated and cross-sectoral approach to preventing and combating violent radicalisation of young people – Conclusions of the Council and of the Representatives of the Governments of the Member States, meeting within the Council (30 May 2016)'

Council of the European Union, Developing media literacy and critical thinking through education and training – Council conclusions (30 May 2016)"

Recommendation of the European Parliament and of the Council of 18 December 2006 on key competences for lifelong learning (2006/962/EC) OJ 2 394/10,

Council of the European Union, 'Proposal for a Council Recommendation on Key Competencies for Lifelong Learning – Adoption', Inter-institutional File 2018/0008 (NLE), 02.05.2018

Eurydice Brief: Citizenship Education at School in Europe – 2017

Aspen Institute, 'Media Literacy. A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy' 1993

OFI (Hungarian Institute for Education Research and Development), "Report on Formal Media Education in Europe (WP3)", February 2014

United Nations, Universal Declaration on Human Rights (1948)

Directive 2010/13/EU of the European Parliament and of the Council of 10 March 2010 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in member states concerning the provision of audiovisual media services (codified version), OJ L 95/1 of 15 April 2010.

UNESCO, 'International Standard Classification of Education ISCED' (UNESCO, 2018)

European Centre for the Development of Vocational Training, 'Terminology of European education and training policy, a selection of 100 key terms', publication 4064, 2009

European Commission, 'Tackling online disinformation' COM 2019

European Union, Charter of Fundamental Rights of the European Union, 26 October 2012, 2012/C 326/02

Samuel Stolton, 'EU Commission takes aim at disinformation, admits funding deficit', Brussels 3 January 2019

European Council, 'Final Conclusions' EC (2018) EUCO 9/18

European Commission, Code of Practice to fight online disinformation' COM (2018)

European Commission, 'EU Code of Practice' COM (2019)

European Commission, 'Action Plan Against Disinformation, report on progress' COM (2019)**достапно на:

Министерство за информатичко општество и администрација на Република Северна Македонија, „Национална стратегија за е-вклучување 2011-2014“, мај 2011

Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, Предлог-стратегија за развој на радиодифузната дејност за периодот 2013-2017, декември 2012

European Commission, 'Communication from the Commission to the European Parliament, The Council, The European and Social Committee and the Committee of the Regions' COM (2007) 883 final

Собрание на Република Северна Македонија, Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, објавен на 26.12.2013 во „Службен весник“ бр. 184 – стр.3

European Parliament and Council Directive 2010/13/EU of 10 March 2010 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive 2010 OJ L95/1)

Министерство за образование и наука, Стратегија за образованието 2018-2025 и Акциски план (нацрт)

Влада на Република Северна Македонија, Стратегија за развој на концептот за едно општество и интеркултурализмот (Верзија 2, јули 2019)

Влада на Република Северна Македонија, Предлог-план за одлучна акција против ширење дезинформации и против напади врз демократијата, објавено на 24.7.2019

Council Recommendation of 22 May 2019 on key competencies for lifelong learning (Text with EEA relevance) 2018 OJ 1 189/1

Barbara Matejčić, 'In Veles, meeting the producers of fake news' (Skopje, October 2017)

Freedom House, 'Freedom of the Press 2017' published by Freedom House 2017

The Media Literacy index (2018)

Reporters without Borders, 'North Macedonia'

PISA World Rankings, 'PISA World Rankings', published by OECD 2015

JT Caciaoppo, 'The need for cognition' 1982 in the 42/1 Journal of Personality and Social Psychology, n. 116-131.

Reboot, 'The State of Critical thinking' Reboot elevating critical thinking

Shane Fredrick, 'Cognitive reflection and decision making' 2005 in the 19/4 Journal of Economic Perspectives, n.25-42.

- 1 UNESCO, 'Media and Information Literacy, a critical approach to literacy in the digital world' објавено на 8 септември 2017, достапно на:
<https://en.unesco.org/news/media-and-information-literacy-critical-approach-literacy-digital-world>.
- 2 Article 165 of the Treaty of the Functioning of the European Union, hereinafter "TFEU", достапно на:
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:12012E/TXT&from=EN>
- 3 European Commission (Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture), 'Key Competences for Lifelong Learning', објавено на 8.7.2019, достапно на: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/297a33c8-a1f3-11e9-9d01-01aa75ed71a1/language-en>.
- 4 EUROPE 2020 A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth, достапно на:
<https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARRO-SO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf>
- 5 Council of the European Union, 'The role of the youth sector in an integrated and cross-sectoral approach to preventing and combating violent radicalisation of young people - Conclusions of the Council and of the Representatives of the Governments of the Member States, meeting within the Council (30 May 2016)', достапно на: <http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-9640-2016-INIT/en/pdf>.
- 6 Council of the European Union, 'Developing media literacy and critical thinking through education and training - Council conclusions (30 May 2016)', достапно на:
<http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-9641-2016-INIT/en/pdf>.
- 7 Recommendation of the European Parliament and of the Council of 18 December 2006 on key competences for lifelong learning (2006/962/EC) OJ L 394/10, достапно на:
<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:394:0010:0018:en:PDF>.
- 8 Council of the European Union, 'Proposal for a Council Recommendation on Key Competencies for Lifelong Learning - Adoption', Inter-institutional File 2018/0008 (NLE), 2.5.2018, достапно на:
<http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-8299-2018-INIT/en/pdf>.
- 9 Eurydice Brief Citizenship Education at School in Europe 2017, достапно на:
https://www.na.org.mk/tl_files/docs/eplus/eurydice/2018pub/Brief_CitizenshipEducation.en.pdf
- 10 Aspen Institute, 'Media Literacy. A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy', објавено во 1993, достапно на: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED365294.pdf>
- 11 OFI (Hungarian Institute for Education Research and Development), "Report on Formal Media Education in Europe (WP3)", објавено во февруари 2014, достапно на:
<https://eavi.eu/wp-content/uploads/2017/02/Media-Education-in-European-Schools-2.pdf>.
- 12 United Nations, Universal Declaration on Human Rights (1948), достапно на:
http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/eng.pdf.
- 13 Directive 2010/13/EU of the European Parliament and of the Council of 10 March 2010 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in member states concerning the provision of audiovisual media services (codified version), OJ L 95/1 of 15 April 2010.
- 14 UNESCO, 'International Standard Classification of Education ISCED' (UNESCO, 2018), достапно на:
<http://uis.unesco.org/en/topic/international-standard-classification-education-isced/>.
- 15 European Centre for the Development of Vocational Training, 'Terminology of European education and training policy, a selection of 100 key terms', publication 4064, 2009, достапно на:
[https://www.eqavet.eu/eu-quality-assurance/glossary/initial-education-and-training-\(ivet\)](https://www.eqavet.eu/eu-quality-assurance/glossary/initial-education-and-training-(ivet)).

- 16 Eurydice Brief Citizenship Education at School in Europe 2017. достапно на: https://www.na.org.mk/tl_files/docs/eplu/eurydice/2018pub/Brief_CitizenshipEducation.en.pdf
- 17 European Commission, 'Tackling online disinformation' COM 2019, достапно на: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/tackling-online-disinformation>
- 18 European Union, Charter of Fundamental Rights of the European Union, 26 October 2012, 2012/C 326/02, достапно на: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:12012P/TXT&from=EN>.
- 19 Samuel Stolton, 'EU Commission takes aim at disinformation, admits funding deficit', Brussels 3 January 2019, достапно на: <https://www.euractiv.com/section/digital/news/eu-commission-takes-aim-at-disinformation-admits-funding-deficit/>.
- 20 European Council, 'Final Conclusions' EC (2018) EUCO 9/18, достапно на: <https://www.consilium.europa.eu/media/35936/28-euco-final-conclusions-en.pdf>.
- 21 European Commission, 'Code of Practice to fight online disinformation' COM (2018) достапно на: https://ec.europa.eu/commission/news/code-practice-fight-online-disinformation-2018-oct-16_en
- 22 European Commission, 'EU Code of Practice' COM (2019), достапно на: https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=54454
- 23 European Commission, 'Action Plan Against Disinformation, report on progress' COM (2019) достапно на: https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/factsheet_disinfo_elex_140619_final.pdf
- 24 *ibid.*
- 25 Министерство за информатичко општество и администрација на Република Северна Македонија, „Национална стратегија за е-вклучување 2011-2014“, објавено мај 2011, достапно на: http://www.mioa.gov.mk/sites/default/files/pbl_files/documents/strategies/Strategija_za_e-vklucvanje.pdf
- 26 Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, Предлог-стратегија за развој на радиодифузната дејност за периодот 2013-2017, објавено декември 2012, достапно на: <https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/Predlog-Strategija-i-Akciski-plan.pdf>.
- 27 European Commission, 'Communication from the Commission to the European Parliament, The Council, The European and Social Committee and the Committee of the Regions' COM (2007) 883 final, достапно на: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0833:FIN:EN:PDF>
- 28 Собрание на Република Северна Македонија, Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, објавен на 26.12.2013 во „Службен весник“ бр. 184 - стр. 3 достапно на: https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/Zakon_za_audio_i_audiovizuelni_mediumski_uslugi_mkd_1.pdf
- 29 European Parliament and Council Directive 2010/13/EU of 10 March 2010 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive 2010 OJ L95/1) достапно на: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32010L0013&from=EN>.
- 30 Министерство за образование и наука, Стратегија за образованието 2018-2025 и Акциски план (нацрт), достапно на: http://www.mon.gov.mk/images/documents/Stratesh-ki_plan_MON/%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%98%D0%B0-%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5%D1%82%D0%BE/%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%98%D0%88%D0%90_%D0%97%D0%90_%D0%9E%D0%91%D0%A0%D0%90%D0%97%D0%9E%D0%92%D0%90%D0%9D%D0%98%D0%95%D0%A2%D0%9E_%D0%97%D0%90_2018-2025_-_D0%A4%D0%98%D0%9D%D0%90%D0%9B%D0%9D%D0%90_%D0%92%D0%95%D0%A0%D0%97%D0%98%D0%88%D0%90_7.02_so_track_11.docx

- 31 Влада на Република Северна Македонија, Стратегија за развој на концептот за едно општество и интеркултурализмот (Верзија 2 јули 2019), достапно на:
https://vlada.mk/sites/default/files/dokumenti/strategii/strategija_1opshtestvo_2_verzija_mkd.doc
- 32 Влада на Република Северна Македонија, Предлог-план за одлучна акција против ширење дезинформации и против напади врз демократијата, објавено на 24.7.2019 и достапно на:
<https://vlada.mk/node/18640>.
- 33 Supra note 7.
- 34 Council Recommendation of 22 May 2019 on key competencies for lifelong learning (Text with EEA relevance) 2018 OJ 1 189/1, достапно на:
[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01)&from=EN).
- 35 Eurydice Brief Citizenship Education at School in Europe 2017, достапно на:
https://www.na.org.mk/tl_files/docs/eplus/eurydice/2018pub/Brief_CitizenshipEducation.en.pdf
- 36 Barbara Matejčić, 'In Veles, meeting the producers of fake news' (Skopje, October 2017), достапно на:
https://www.etui.org/content/download/33207/308067/file/Hesamag_16_EN-31-35.pdf
- 37 Freedom House, 'Freedom of the Press 2017', објавено од Freedom House 2017, достапно на:
<https://freedomhouse.org/report-types/freedom-press>
- 38 Media Literacy Index 2018, достапно на:
http://osis.bg/wp-content/uploads/2018/04/MediaLiteracyIndex2018_publishENG.pdf
- 39 Reporters without Borders, 'North Macedonia', достапно на:
<https://rsf.org/en/republic-north-macedonia>.
- 40 PISA World Rankings, 'PISA World Rankings', објавено од OECD 2015, достапно на:
<https://i0.wp.com/factsmaps.com/wp-content/uploads/2018/02/PISA-worldwide-ranking-average-score-of-mathematics-science-reading.png>
- 41 JT Caciaoppo, 'The need for cognition', објавено 1982 во 42/1 Journal of Personality and Social Psychology 116-131.
- 42 Reboot, 'The State of Critical thinking' Reboot elevating critical thinking, достапно на:
<https://reboot-foundation.org/the-state-of-critical-thinking/>
- 43 Shane Fredrick, 'Cognitive reflection and decision making', објавено 2005 во 19/4 Journal of Economic Perspectives, p.25-42.

