

ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА НА МЕДИУМСКОТО ОБРАЗОВАНИЕ ВО ОБРАЗОВНИОТ СИСТЕМ НА МАКЕДОНИЈА

Вон. проф. м-р Лазар Секуловски
УКИМ Факултет за драмски уметности - Скопје

1

За вовед во темата „Имплементацијата на медиумското образование во образовниот систем на Македонија“ можеби најсоодветен е текстот на авторот Дражен Бушиќ превземен од порталот www.dnevno.hr како илустрација за медиумското влијание и значење. Текстот започнува со сторија за човек кој го посетил својот пријател во болница. „Додека се распрашувал за одделението на кое лежел неговиот пријател се појавил чуден пациент кој замавнувал со рацете и викал: „Нервите, нервите...“. Човекот се заинтересирал за судбината на овој необичен пациент, кој за среќа се смирил и му ја раскажал неговата тажната приказна“.

„Во минатото пациентот имал многу голема диоптрија и речиси бил слеп. Не знаел што да прави, па и се обратил на една исцелителка за помош. Со нејзините инструкции и чаеви, видот му се подобрил, а сега му останале проблематични нервите. Веројатно ве интересира продолжението на приказната?! Кого не би интересирало толку интересна приказна, но за продолжението во некоја друга прилика, бидејќи овде сме пред сè за медиумите“. Бушиќ во продолжение ја двои од воведот исцелителката и прашува дали е таа медиум? Констатира дека е, бидејќи медиум значи посредник. „Таа посредува во лажното лекување, но не е масмедиум во класична смисла како што се новините, радиото, ТВ, интернетот, филмот... кои истовремено комуницираат со голем број корисници па затоа се викаат масмедиуми. Се случува со денови да бидеме бомбардирани со лоши и негативни вести, бидејќи добра вест за медиумите е лошата вест. Лошата приказна може да се продаде, добрата не“ - заклучува Дражен Бушиќ.

Ако е Бушиќ во право, можеме ли да претпоставиме што се случува со младите конзументи на медиумските содржини? Знаат ли што гледаат? Што читаат? Помислуваат ли дека тоа што доаѓа во нивниот телевизор или интернет пребарувач, весник или списание, филмски екран, музика и радио, социјални мрежи, видео игри и виртуелни светови е порака која е производ на комплексни сили - економски, државни, историски и технолошки?

Зошто во основните и средни училишта во Р.Македонија се изучуваат наставните програми по музичко и ликовно образование, а не се изучува медиумското образование? Колкав е процентот на ученици чија професионална оријентација е насочена кон музичката или ликовната уметност? Доколку аргументацијата на претходново прашање не е во прилог на причините за изучување на претходно споменатите наставни програми во образовниот систем на Р.Македонија, веројатно само по себе се наметнува прашањето: а колкав е процентот на млади чија секојдневна активност е насочена кон медиумите и медиумското влијание? Разговараме за дигиталните домородци, за млади кои лесно и без проблем ја користат технологијата, но прашањето е дали тоа го прават паметно? Можат ли тие дигиталните домородци соодветно да ги восприемат, декодираат и прочитаат медиумските содржини како што писмена личност го чита текстот?

Проценката е дека наскоро, 2/3 од човештвото ќе биде вмрежено, а тенденциите јасно укажуваат на тоа дека дигиталните медиуми ќе станат доминантни и ќе ги заменат книгите, печатените медиуми, радиото и телевизијата, иако до сега не се случувало новиот медиум да го замени стариот.

Истражувањата и праксата во последниве две децении покажуваат дека младите сраснуваат со Интернет, новите медиуми и технологии. Во минатото било доволно да се знае кирилица и латиница за да може да се чита. Сега се неопходни технички знаења, но и сестрано образование за тоа што се медиумите и медиумските содржини. А тие се океан во кој мора да поседувате знаење за да пловите по него, океан кој е еден комплетен нов свет во кој поинаку се комуницира и кој менува сè.

Медиумите ги програмираат навиките на младите кога станува збор за нивното користење и начинот на гледање на светот, влијаат на очекувањата во поглед на меѓучовечките односи, личната привлечност, успешност, слава, здравје, проблеми и нивните решенија. Сите кои имаат ниско ниво на медиумска писменост знаат доволно за примање на медиумската порака, но недоволно за да можат да се заштитат од незабележителното, но постојано влијание при формирањето на ставовите во животот. Кога медиумите со постепено влијание ќе им го одредат значењето во животот на луѓето, тоа значи дека однесувањето, ставовите и емоциите на тие луѓе ќе бидат во склад со таквата определба. Повисокото ниво на медиумска писменост ќе им овозможи на младите да се одбранат од медиумските одредници, да ги избришат кодовите кои медиумите се обидуваат да ги вградат во нивната свест и медиумското програмирање ќе го заменат со сопствени идеи.

Светските истражувања и податоци укажуваат дека децата се меѓу најверните гледачи на телевизиските содржини (просек од околу 4 часа) и активни корисници на Интернет содржините, иако со оглед на својата сетилна, физичка и когнитивна способност се најмалку подготвени за неа. Затоа, многу развиени земји започнале да го вклучуваат медиумското образование во наставните програми за основните и средни училишта пред повеќе од десетина години.

Уште во 1964 година UNESCO ја поттикнал идејата за медиумското образование, кое би го зголемило разбирањето на медиумите и би ја развило критичката свест за медиумите кај младите корисници. Патот кон демократското воспитание на децата е широко отворен и зацртан во многу европски документи и препораки кои се залагаат за демократско и цивилно општество кое ќе го штити правото на граѓаните и децата да бидат информирани и заштитени од неконтролираната медиумска продукција.

Европскиот центар за медиумски компетенции упатува на фактот дека термините „медиумска писменост“ и „медиумски компетенции“ денес често се користат како синоними. Медиумската писменост понекогаш се однесува на вештините поврзани со некој конкретен медиум, како што е компјутерската писменост или за група медиуми како што се технолошката или дигиталната писменост, додека медиумските компетенции ги вклучуваат сите овие различни видови на писменост, т.е. не само вештините, туку и знаењето и упатеноста. Медиумската компетенција, која често се третира како културна техника, значи „способност за движење во светот на медиумите на критичен, рефлексивен и независен начин, со чувство за одговорност, користејќи ги медиумите за независно и креативно изразување итн“. Тоа е клучната вештина во работата, образованието, како и во слободното време и важна за сите целни групи во општеството.

Образовните политики на развиените држави во глобала поаѓаат од ставот дека училиштето е клучната институција за посредување на знаења и вештини за основите на медиумската писменост, медиумските функции, моментните медиумски трендови и развојот на меѓународната медиумска сцена, како и општествениот развој, а кои можат да ги научат децата на критичен однос кон медиумите и им помогнат да ја развијат сопствената визија за себе.

Какви се светските и регионални искуства?

Факт е дека интеграцијата на медиумското образование во развиените земји и покрај сите напори, останува на почетно ниво. Показателите укажуваат дека

училишните политики се насочени повеќе кон вклучување на медиумското образование во средните училишта, отколку во основните, веројатно затоа што првите учат полесно бидејќи се когнитивно позрели, имаат основно знаење и многу подобро ги познаваат и користат технолошките медиуми, отколку вторите, односно учениците во основното образование.

Деталната анализа укажува дека државите може да се поделат во неколку групи. Првата група ги вклучува државите кои најуспешно го интегрирале медиумското образование во националниот, односно регионалниот училишен наставен план и во која спаѓаат Австралија, Канада, Велика Британија, Финска, Норвешка, Шведска и Германија. Во овие држави, медиумското образование е вклучено во различни предметни програми, но го наоѓаме и во облик на посебни изборни и задолжителни предмети. Официјалната училишна политика во овие држави е позитивно насочена кон медиумското образование, а во некои од нив медиумското образование е дел и од содржината на завршниот испит.

Во втората група спаѓаат САД, Австрија, Данска, Ирска, Италија и Холандија. Вклученоста на медиумското образование во овие земји зависи пред сè од мотивираноста на одредени наставници и од поддршката на неслужбени институции. Во овие држави, официјалната училишна политика не го препознава значењето за медиумско образование и не ја нуди важната финансиска поткрепа.

Во последната група држави спаѓаат оние кај кои медиумското образование е релативно слабо развиено. Во оваа група можеме да ја вклучиме дури и Франција која има долгогодишна традиција во областа на медиумското образование, пред сè на полето на филмот, иако нејзиното медиумско образование е во облик на вон наставни активности.

Државите од англиското говорно подрачје (Велика Британија, Канада, Австралија и САД), медиумското образование го вклучиле во англискиот јазик, модел кој е насочен пред сè кон медиумскиот текст. На овој модел му недостасува културен и поширок општествен пристап. Од друга страна, повеќе европски земји го вклучуваат медиумското образование во општествените и хуманистичките студии, обидувајќи се да креираат општествен фокус на масовното комуницирање.

Податоци за регионалните искуства се погрижи да обезбеди Г. Слободан Беличански, раководител на Секторот за спречување на пиратерија и заштита на авторското право и сродните права, во состав на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

Истражувања за состојбата со медиумската писменост во Република Хрватска, во рамките на проектот *Медиумската писменост за 21 век*, финансиран од Европската унија, говорат дека медиумската писменост, односно култура во оваа земја е дел на општото образование и се изучува во основните училишта (во предметот *хрватски јазик*, со акцент на театарската и филмската уметност). Притоа се констатира дека не се покриени важните подрачја на медиумската писменост, бидејќи фокусот е на уметничките компетенции, а не вклучува критичка анализа на медиумските пораки.

Во Република Србија, од страна на Бирото за општествени истражувања, е направено истражување за медиумската писменост во оваа земја, чии резултати се публикувани во 2013 година. Во заклучоците од истражувањето е потенцирано дека едукацијата за медиумско описменување им е неопходна на младите консументи на медиуми, на оние кои се задолжени да ги обучуваат, односно образуваат тие консументи, па сè до идните и сегашните новинари. Во Медиумската стратегија на Србија, позната под опширниот наслов Стратегија за развојот на системот на јавно информирање во Република Србија до 2016 година, се предлага воведување на посебен предмет *медиумска писменост* во процесот на образование. Инаку, досега медиумското градиво е вклучувано во факултативниот предмет *граѓанско воспитување*.

И во Република Босна и Херцеговина се истражува проблематиката на медиумската писменост (Регионална конференција за медиумската писменост, со зборник на трудови објавени во јануари 2013 година). Заклучено е дека во наставните планови и програми за средно и основно училишно образование веќе постои простор за медиумско образование и дека тоа нуди добра стартна позиција за натамошен развој и унапредување на медиумското образование. Во однос на високото образование е констатирана нужноста да се поддржува воведување на медиумската писменост во редовните наставни програми, а во меѓувреме да се организират вонредни едукативни активности за пополнување на постојната празнина. Во истражувањето е содржан и еден интересен податок, а имено дека во оваа Република невладините организации се поактивни од другите субјекти во активностите за промовирање на медиумската писменост.

Од увидот во материјалот на Заводот за школство на Република Црна Гора, објавен во 2009 година, се гледа дека медиумската писменост се појавува како едногодишен избран предмет во вториот и третиот клас на тамошните гимназии. Во

општите цели на програмата по тој предмет, покрај другото, е наведено дека една од неговите цели се поттикнување и смислено и продуктивно вклучување на елементи на медиумската писменост и во останатите гимназиски предмети, посебно во наставата по јазик и литература, социологија, психологија, филозофија и историја.

Република Словенија е првата земја во централна и источна Европа, која во 1994 година го вовеле медиумското образование во основните училишта. Во средните училишта во оваа земја медиумските содржини се вклучени во предметите *словенечки јазик, социологија, психологија и историја на уметноста*. Во првиот број на списанието *Современа педагогија* од 2010 година се објавени податоци од поединечни научни истражувања за нивото на медиумска писменост на децата и младите во Република Словенија од авторот д-р Кармен Ерјавец, професор на Факултетот за општествени науки при Љубљанскиот универзитет. Во Словенија не се запоставени и научните истражувања за формите на медиумско образование на возрастите, во рамките на сè поизразената определба на денешниве општества за „доживотно учење“ и „неформално образование“ на возрастната популација.

Каква е состојбата кај нас? Во Македонија, младите наместо активно да ги употребуваат медиумите за да осознаваат и се информираат, пасивно ја примаат пораката, а за вистинското значење често не се свесни. Ако им веруваме на психолозите дека врз медиумските навикни на децата влијаат навиките на нивните родители, тогаш е застрашувачки тоа што повеќето родители се неинформирани или беспомошни во обидот да го адаптираат своето сопствено животно и професионално искуство со енормниот број на информации со кои се преплавени нивните деца. Од друга страна, фактите укажуваат дека децата во училиштата се обично компјутерски пописмени од своите наставници.

Медиумско образование во Р. Македонија, според податоците од Бирото за развој на образованието на Министерството за образование и наука, наведени во Предлог - стратегијата за развој на радиодифузната дејност во Република Македонија за периодот 2013-2017 година е присутно во наставните програми за македонски, албански, турски и српски јазик.

Според Бирото за развој на образованието, медиумското образование во рамките на наставните програми за македонски, албански, турски и српски јазик во основно образование за 9-то одделение се изучува со 10 часа, во кои учениците треба да ги восприемат следните содржини и поими: говор, глума, музика, звучни ефекти, маски и шминка. Во силабусот за медиумското образование, за само 10 часа,

учениците треба да се запознаат со изразните средства кои ги користи филмската уметност и да се согледа значењето на овие изразни средства за посlikовитo прикажување на филмската идеја, синопсисот и сценариото пред филмската публика. Во наставните програми за средно стручно, гимназиско и средно уметничко образование, медиумското образование воопшто не е застапено.

Имајќи ја во предвид ваквата состојба, имплементацијата на медиумското образование во образовниот систем на Македонија е нужност која ќе го амортизира општиот медиумски империјализам и неговите ефекти: обликување на вредностите во најширок смисол, влијание врз јазикот, стилот на живеење, секојдневниот политички, општествен и културен живот, влијанието врз обрасците за медиумска потрошувачка итн. Медиумската писменост во Р. Македонија треба да ја развие способноста на младите за разбирање, читање и проникнување во сржта на медиумските содржини и да им овозможи на различни начини да ја согледуваат, анализираат, евалуираат и креираат медиумската порака.

Имплементацијата на медиумското образование во образовниот систем во Р. Македонија е нужно и поради следниве факти:

- медиумите создаваат реалност, бидејќи се одговорни за искуствата врз кои корисниците ги градат личните сфаќања на светот и неговото функционирање;
- корисниците пронаоѓаат значење во медиумите во зависност од индивидуалните фактори: личните потреби и стравови, задоволства, проблеми, расни и полови ставови и друго;
- медиумите содржат идеолошки и вредносни пораки, кои се експлицитни или имплицитни за природата на доброто живеење, потрошувачката, улогата на жената итн.
- имаат општествени и политички импликации;
- секој медиум има своја граматика и ја кодифицира реалноста на свој особен начин. Различни медиуми поинаку изветуваат за ист настан;
- секој медиум има единствен естетски облик.

Од исклучителна важност за медиумското образование кај нас е иницијативата во Предлог - стратегијата за развој на радиодифузната дејност во Р. Македонија изработена од Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиуми и медиумски услуги, во која е нотирано медиумското образование кое треба да се промовира како најголем интерес за македонското општество.

Факултетот за драмски уметности во Скопје е подготвен да развие механизми и креира интердисциплинарни студиски програми кои ќе ја покриваат оваа област, и ќе генерираат нови медиумски експерти за потребите на основното и средното образование. Но, за да стане ова реалност, потребни се заеднички иницијативи од медиумските професионалци, Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“, Факултетот за драмски уметности, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиуми и медиумски услуги, Бирото за развој на образованието, Министерството за образование и наука на Р. Македонија и Министерството за финансии. Синхронизираниот проактивен концепт на сите наведени чинители ќе ги продлабочи ограничените истражувања за оваа проблематика и ќе овозможи креирање на соодветно и компетитивно медиумско образование кое ќе има долгорочен и позитивен ефект за сите граѓани во Р. Македонија.

Скопје,
19.03.2014.