

ИСТРАЖУВАЊЕ  
НА МЕДИУМСКАТА  
ПИСМЕНОСТ КАЈ  
УЧЕНИЦИТЕ ВО  
ПРВА И ВТОРА  
ГОДИНА СРЕДНО  
ОБРАЗОВАНИЕ



Скопје, јуни 2024 година



АГЕНЦИЈА ЗА АУДИО И  
АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ УСЛУГИ

Наслов:

Истражување на медиумската писменост кај учениците во прва и втора година средно образование

Скопје, 2024 година

Издавач и носител на авторски права:

Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги

Адреса:

Палата Панко Брашнаров, ул. „Македонија“ бр. 38,

1000 Скопје

Тел.02/3103-400

www.avmu.mk

contact@avmu.mk

За издавачот:

Зоран Трајчевски, директор на АВМУ

Автори: м-р Никола Спасов, м-р Софија Ристова,

Симона Спасовска, проф. др. Ана Фрицханд

Уредник: м-р Емилија Петреска-Камењарова

Дизајн: КОМА

Печати: MAP-CAЖ

Тираж: 70 примерока



Истражувањето е спроведено од:

Друштво за менаџмент и консултантски

активности „АГЕНЦИЈА РЕЈТИНГСП-М“

ДООЕЛ Скопје

---

CIP - Каталогизација во публикација

Национална и универзитетска библиотека „Св. Климент Охридски“, Скопје

373.5-057.874:316.774(497.7)(047.31)

159.955:373.5-057.874]:316.774(497.7)(047.31)

ИСТРАЖУВАЊЕ на медиумската писменост кај учениците во прва и втора година средно образование / [автори Никола Спасов ...и др.]. - Скопје : Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, 2024. - 169 стр. : илустр. ; 24 см

Други автори: Софија Ристова, Симона Спасовска, Ана Фрицханд

ISBN 978-608-4605-37-9

1. Спасов, Никола [автор] 2. Ристова, Софија [автор] 3. Спасовска, Симона [автор] 4. Фрицханд, Ана [автор]

а) Медиумска писменост -- Ученици -- Средно образование -- Македонија -- Истражување б) Медиуми -- Критичко размислување -- Ученици -- Средно образование -- Македонија -- Истражување

COBISS.MK-ID 63887109

---

Ова истражување е овозможено со поддршка од американскиот народ преку Агенцијата на САД за меѓународен развој (УСАИД). Содржината е одговорност на ИРЕКС и АВМУ и не ги изразува ставовите на УСАИД или Владата на Соединетите Американски Држави.”



USAID  
ОД АМЕРИКАНСКИОТ НАРОД



## Содржина

**(1) ВОВЕД И ЦЕЛИ  
НА ИСТРАЖУВАЊЕТО**

4

**(2) МЕТОДОЛОГИЈА  
НА ИСТРАЖУВАЊЕТО**

12

**(3) КЛУЧНИ НАОДИ  
ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО  
ПО ТЕМИ**

18

**(4) АНАЛИЗА  
И РЕЗУЛТАТИ  
ОД ИСТРАЖУВАЊЕ**

24

1.1. Критичко  
размислување

25

1.2. Препознавање  
содржини и  
информации

43

2. Телевизија

50

3.1. Интернет

58

3.2. Социјални мрежи

85

4. Мобилен телефон

108

5. Општи информации  
и користење на  
електронска опрема

113

**(5) ЗАКЛУЧОЦИ  
И ПРЕПОРАКИ**

120

Заклучоци од  
истражувањето

121

Препораки

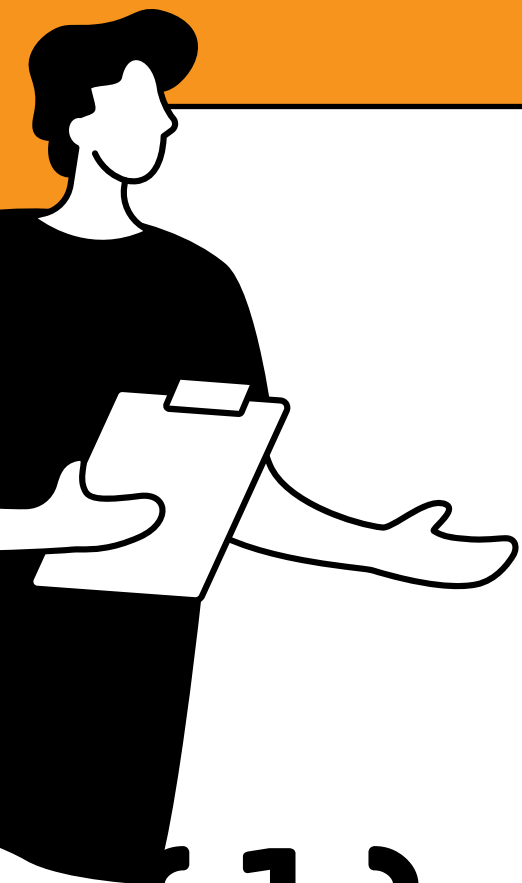
128

**(6) АНЕКС I -  
Демографија**

132

**(7) АНЕКС II -  
Анкетен прашалник**

138



**[ 1 ]**

# ВОВЕД И ЦЕЛИ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Институционални  
напори

Образовна  
интеграција

Активности на  
граѓанскиот сектор

Национална  
стратегија за  
млади (2023-2027)

Денови на медиумска  
писменост

Во динамичниот свет на медиумите и информациските технологии, младите се соочуваат со многу можности, но и предизвици. Оваа квантитативна студија спроведена помеѓу ученици на возраст од 14 до 17 години, запишани во прва и втора година во средно образование, во гимназии и стручни училишта во Северна Македонија, има за цел да го истражи и анализира нивното ниво на медиумска писменост и интеракција со медиумите. Медиумската писменост претставува суштинска компетенција во современиот свет, каде што способноста за разбирање, критичка анализа и создавање медиумски содржини е неопходност. Медиумската писменост не е само способноста да се читаат и разбираат медиумските содржини, туку исто така и критичко пристапување кон нив, како и способност за создавање содржини. Подигнувањето на медиумската писменост кај младите е важно не само затоа што ги подготвува да бидат информирани, одговорни и актив-

ни граѓани во општеството, туку и затоа што ги оспособува да се справат со предизвиците како што се дезинформациите и заштитата на личните податоци на интернет.

Најшироко дефинирана, медиумската писменост е способност да се пристапи до медиумите, да се анализира, да се вреднува и да се создава медиумска содржина, како и да се дејствува користејќи ги сите форми на комуникација. *Терминот медиумска писменост вклучува два поима: медиуми и писменост.* Под медиуми се подразбираат сите електронски или дигитални средства, печатени и уметнички визуелни содржини што се користат за пренесување информации или пораки до многубројна публика. Писменоста претставува способност да се кодираат и декодираат симболите и да се синтетизираат и анализираат пораките.<sup>1</sup> Ова истражување директно ги разгледува токму двата аспекти од овој поим преку процена на знаењето, ставовите и практиките на учениците запишани во

1 Национална асоцијација за образование за медиумска писменост на САД, достапно на: <https://namle.org/resources/media-literacy-defined/>

прва и втора година средно образование.

Северна Македонија е активна во подобрувањето на медиумската писменост, иако сè уште постојат предизвици, особено во интегрирањето на медиумската писменост во формалното образование. Во продолжение се прикажани дел од активностите, како и институционалните напори кои се спроведуваат во доменот на медиумската писменост кај младите во земјава:

## **1.**

### **Институционални напори:**

**Министерството за образование и наука, преку Бирото за развој на образованието,** во тесна соработка со Проектот на УСАИД за медиумска писменост „Младите размислуваат“ работи на воведување на медиумската писменост во повеќе предмети во основното образование. Овој проект го спроведуваат ИРЕКС,

Институтот за комуникациски студии, Македонскиот институт за медиуми и Младинскиот образовен форум.

**Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (АВМУ)** е посветена на унапредување на разбирањето и важноста на медиумската писменост. Ова вклучува поддршка на Мрежата за медиумска писменост, организирање на Деновите на медиумска писменост, почнувајќи од 2019. година, реализирање истражувања за нивото на медиумска писменост кај граѓаните, кампањи за подигање на свеста за критичката важност на медиумската писменост, работилници, обуки итн.<sup>2</sup>. Ингеренциите на регулаторното тело за медиуми на полето на медиумската писменост произлегуваат од членот 26 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги<sup>3</sup>. Важноста што регулаторното тело ѝ ја придава на медиумската писменост се

---

**2** Повеќе информации за активностите на Агенцијата може да се најдат на <https://mediumskapismenost.mk/>

**3** Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги („Службен весник на Република Македонија“ бр. 184/13, 13/14, 44/14, 101/14, 132/14, 142/16, 132/17, 168/18, 248/18, 27/19) и Закон за изменување на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги („Службен весник на Република Северна Македонија“ бр. 42/20, 77/21, 154/23 и 55/24).

огледува и во тоа што нејзиниот развој и унапредување се дел од мисијата што Агенцијата ја има утврдено во својот Стратешки план 2024-2028<sup>4</sup>. Актуелно истражување е трето кое го иницира регулаторното тело, а прво кое се однесува на оваа конкретна популација млади адолесценти. Со него, Агенцијата им дава конкретна поддршка на активностите кои се спроведуваат во рамки на проектот „Младите размислуваат“.

## 2.

### **Образовна интеграција:**

Бирото за развој на образованието донесе и објави Рамка за медиумска писменост за основно образование<sup>5</sup> врз основа на која, во претходниот период, медиумската писменост е интегрирана во предметот мајчин јазик од прво до шесто одделение. Во учебната 2023/2024 година, интеграцијата во предметите по мајчин јазик од седмо до деветто одделение сè уште

трае, но паралелно се одвива и во други предмети (историја, општество, информатика), согласно насоките во Рамката за медиумска писменост. Во иднина, оваа интеграција на медиумската писменост во основното образование може да создаде солидна основа и да им овозможи на наредните генерации ученици да развијат критички вештини за анализа и разбирање на медиумските содржини од рана возраст, а особено понатаму во средното образование, каде што тие се соочуваат со покомплексни предизвици и имаат поголема изложеност на различни медиумски платформи и содржини. Исто така, во следниот период ќе се работи на рамка со која медиумската писменост ќе може да се воведат и во средното образование и ова истражување треба да обезбеди почетни податоци за нивото на медиумска писменост, па при повторувањето по неколку години, ќе може да се увиди ефектот и влијанието.

<sup>4</sup> Стратешки план на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги 2024-2028 достапен на: <https://shorturl.at/bdwzN>

<sup>5</sup> Рамка за медиумска писменост во основното образование, достапна на: [https://www.bro.gov.mk/wp-content/uploads/2023/10/Ramka-za-mediumska-pismenost-vo-osnovното-obrazovanie\\_MK.pdf](https://www.bro.gov.mk/wp-content/uploads/2023/10/Ramka-za-mediumska-pismenost-vo-osnovното-obrazovanie_MK.pdf)

### 3.

#### **Активности на граѓанскиот сектор:**

Граѓанскиот сектор во Северна Македонија игра значајна улога во промовирањето на медиумската писменост преку различни проекти и активности. Широк е спектарот учесници во граѓанскиот сектор кои работат на зголемување на медиумската писменост во Северна Македонија и најголем дел од нив се членки на **Мрежа за медиумска писменост (ММП)** која во моментот на пишување на овој извештај брои 86 членки (институции, медиуми, граѓански организации, компании и поединци/експерти)<sup>6</sup>. Тие играат важна улога во едукацијата на младите и на јавноста во целина за критичкото размислување и вештините за оценување на медиумските содржини, особено во борбата против дезинформациите. Еден од најзначајните проекти во моментот, во поглед на воведувањето на медиумската

писменост во формалното образование, е Проектот на УСАИД за медиумска писменост „Младите размислуваат“<sup>7</sup>, кој работи директно со Министерството за образование и наука и Бирото за развој на образованието, со цел воведување медиумска писменост во наставните програми по мајчин јазик од прво до деветто одделение, како и во наставните програми на други предмети како општество, информатика и историја. Во следните две години проектот ќе продолжи да работи и на воведување медиумска писменост во средното образование. Паралелно продолжува и работата со високообразовните институции, со цел воведување теми од медиумската писменост во нивните програми, со особен фокус на институциите кои продуцираат наставен кадар во државата.

---

**6** Сите членки на Мрежата можат да се видат на:  
<https://mediumskapismenost.mk/clenki-na-mrezata/>

**7** Проект на УСАИД за медиумска писменост:  
<https://www.irex.org/project/youthink-media-literacy-north-macedonia>



#### 4.

### **Национална стратегија за млади (2023-2027):**

Оваа стратегија содржи посебно поглавје посветено на информирањето на младите, со стратешки цели за оспособување на младите со знаења и вештини за медиумска и дигитална писменост<sup>8</sup>.

#### 5.

### **Денови на медиумска писменост:**

Ги организира Мрежата за медиумска писменост со поддршка од Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, почнувајќи од 2019. година. Во изданието од 2023. година, беа организирани серија настани под мотото „Брз прст лажни вести носи“ кои вклучуваа панел дискусии, дебати, работилници, мултимедијална изложба и прикажување документарец.

Овие активности се одржуваат за време на Глобалната недела

на медиумска и информациска писменост на УНЕСКО<sup>9</sup>.

### **Цели на истражувањето**

Во контекст на реформите за вклучување на медиумската писменост како пристап во формалното образование, започнати од 2020. година, ова квантитативно истражување има за цел да направи таргетирана процена на состојбата кај младите во оваа област. Ова е важен чекор кон креирање соодветни образовни реформи и програми за средното образование кои ќе ја зголемат медиумската писменост кај младите.

Главната цел е истражување на мислењата, навиките и перцепцијата на учениците од прва и втора година средно гимназиско и стручно образование, со фокус на нивната способност за критичко размислување и сфаќање на медиумските пораки кои секојдневно се пренесуваат преку различни медиуми и канали за информирање. Ова

<sup>8</sup> Национална стратегија за младите (2023-2027) <https://ams.gov.mk/campaign/nacionalnata-strategija-za-mladi-2023-2027>

<sup>9</sup> Повеќе информации за Деновите на медиумска писменост 2023. се достапни на: <https://mediumskapismenost.mk/denovi-na-mediumska-pismenost-2023/>

вклучува разбирање на начинот на создавање, но и манипулација на информациите, како и способност за анализирање и интерпретирање на медиумските содржини. Важен аспект е и степенот на разбирање за разликата меѓу објективни и субјективни информации, како и разбирањето на важноста на независните и професионални извори на информации.

**Истражувањето, а со ова и прашалникот за анкетата, ги опфаќаат следниве теми:**

**I. Податоци за учениците (демографија):** Оваа област вклучува демографски информации за учениците опфатени со примерокот за истражувањето.

**II. Општи информации:** Собирање на општи информации за медиумските навики и перцепции.

**III. Критичко размислување:** Со овој дел од прашалникот се врши процена на способноста на ученикот да анализира, проценува точни и/или неточни информации од различен тип прашања - хипотетички ситуации.

**IV. Телевизија:** Што за младите претставува „гледање телевизија“, увид во навиките за гледање телевизија, претпочитана содржина и поминато време во гледање телевизиски програми.

**V. Интернет:** Собирање информации околу пристапот на учениците на интернет, нивните интернет навики, користење на социјални мрежи, преференци за содржина, онлајн игри, активности на интернет.

**VI. Мобилен телефон и користење електронски уреди:** Општи информации за фреквенцијата на вклучување во различни активности на мобилните телефони.





Примерок на  
истражување

Големина  
на примерок

Демографски  
карактеристики  
на испитаниците

**[ 2 ]**

**МЕТОДОЛОГИЈА  
НА  
ИСТРАЖУВАЊЕТО**

За спроведување на истражувањето беше употребена квантитативна истражувачка методологија на репрезентативен примерок составен од ученици запишани во прва и втора година средно стручно и гимназиско образование во Северна Македонија. Возрасната категорија на ученици е од 14 до 17 години. Истражувањето беше спроведено со PAPI техника (Paper-and-pencil interviewing) без асистенција (self administered survey), а по претходна добиена информирана согласност од страна на родителите. Со помош на софтверската програма SPSS (IBM SPSS Statistics Program), податоците беа обработени со метод на дескриптивна статистика. Истражувањето, обработката и анализата на податоците го спроведе Агенција Рејтинг.

За постигнување на целите на истражувањето, од страна на АВМУ и ИРЕКС, беше подготвен прашалник кој беше доставен до Агенција Рејтинг од страна на АВМУ. Со технички корекции на истиот, а со заедничка координација помеѓу двете страни, се изготви прашалник од 47 прашања од затворен и

отворен тип. За да се провери логичноста и јасноста на прашањата, прашалникот беше тестиран со пилот истражување по кое следуваа дополнителни корекции од техничка природа.

На администраторите ангажирани од Агенција Рејтинг им беше спроведена обука од страна на проф. д-р Ана Фрицханд, доктор на науки по психологија, при што им беше објаснет процесот и начинот на пополнување на прашалникот. Обуката им помогна да се запознаат со методологијата на истражувањето и прашањата од прашалникот. Доколку учениците имаа дилеми или прашања во текот на пополнување на анкетата, администраторот беше задолжен да им помага и да ги води во процесот на пополнување.

Селекцијата на испитаниците (учениците) беше по случаен избор од повеќе класови во прва и втора година во вкупно 40 средни училиштата во 19 општини (20 гимназиско образование, 20 стручно образование), со територијален опфат во сите осум статистички региони во земјава.

Табела 1. Регионален опфат на средни училишта	Во проценти
Скопски	31,4%
Североисточен	9,3%
Полошки	10,7%
Пелагониски	7,5%
Југоисточен	7,4%
Југозападен	17,4%
Источен	8,6%
Вардарски	7,7%

Примерокот беше составен врз основа на податоците за учениците запишани во прва и втора година средно образование, добиени од Министерството за образование и наука, и тој е репрезентативен за истражуваната популација, а дополнителни детални податоци за него може да се погледнат во Анекс 1 од овој Извештај. Истражувачките инструменти беа дистрибуирани од страна на администратори, а учениците самостојно ги пополнуваа прашалниците на класен час.

Контролата на анкетите се вршеше на лице место (во училиницата) од страна на администраторот и координаторот во истиот ден на анкетирањето, со цел да се види дали се целосно и правилно пополнети.

Обработката на податоци вклучуваше внес на податоци, кодирање на варијабли, логичко чистење на базата и изработка на општи и вкрстени резултати врз чија основа се интерпретираат податоците и се генерираат наодите.



## Примерок на истражување

За потребите на истражувањето беше дизајниран стратифициран примерок од три етапи за учениците запишани во прва и втора година во средните училишта (вкупно 34.246 ученици), со **два подпримерока** - еден за учениците од гимназиите и еден за учениците од средните стручни училишта. Истражувањето се однесува на учениците од прва и втора година на возраст од 14 до 17 години кои се запишани во државните средни училишта во Северна Македонија.



Односно:

**Табела 2.**  
Застапеност на учениците од гимназиите и од стручните училишта

Ученици од стручните училишта:	Ученици во гимназиските училишта:
Прва година: 11.553 ученици	Прва година: 5.588 ученици
Втора година: 11.231 ученици	Втора година: 5.874 ученици

## Големина на примерок

За релевантност на истражувањето, согласно податоците за запишаните ученици добиени од Министерството за образование и наука, се направи доволно голем примерок кој е репрезентативен за целата популација, односно одреден број луѓе (во нашиот случај ученици во средно образование – гимназија и стручно). Големината на примерокот е пресметана со следната формула:

$$n = N * [Z^2 * p * (1-p) / e^2] / [N - 1 + [Z^2 * p * (1-p) / e^2]^{10}}$$

Каде што:

$Z = 1,96$  (за 95% ниво доверба)

$p = 0,5$  (конзервативен пристап<sup>11</sup>)

$E = 0,03$  (3,1% маргина на грешка на вкупен примерок и 4% на секој подпримерок)

$N = 34,246$  (вкупен број на ученици од две години во средните училишта)

Со ваквата пресметка се утврди дека **подпримерокот 1 - за испитаниците од средно стручно образование се состои од 584 ученици**, а **подпримерок 2 - за испитаниците од гимназиско образование - од 580 ученици**. Од секој подпримерок поединечно беа извлечени резултати за конкретната подгрупа испитаници – посебно за гимназиско и посебно за стручно образование. Двата подпримерока заедно даваат вкупна бројка од 1.164 испитаници, но **за анализата на вкупниот примерок** (односно за извле-

кување на општите резултати од двете групи заедно) **се креираше заеднички примерок од вкупно 884 испитаници** (300 испитаници од средно гимназиско и 584 испитаници од средно стручно образование). Овој примерок од 884 испитаници е репрезентативен за двете целни подгрупи кога резултатите се генерализирани за ученици од прва и втора година средно образование. Примерокот беше оформен со екстрахирање на претходно пресметан број на случаи (анкети) од вкупната база (вкупниот број спроведени анкети) и тоа по случаен избор, за да се добие соодветната репрезентативност на примерокот и процентуална застапеност помеѓу учениците од средно гимназиско и од стручно образование. Маргината на грешка на вкупниот примерок изнесува  $\pm 3\%$ .

<sup>11</sup> Конзервативниот пристап во контекстот на формулата за пресметка на големината на примерокот означува употреба на вредност за  $p$  (веројатноста за појава на одредена карактеристика) која е средишна или неутрална, како што е 0,5. Користењето на 0,5 за  $p$  е конзервативно затоа што оваа вредност го максимизира производот  $p*(1-p)$ , кој е дел од формулата за пресметка на големината на примерокот. Ова води кон поголема големина на примерокот, што обезбедува повеќе сигурност дека примерокот ќе биде репрезентативен за целата популација. Со други зборови, ова е претпазлив пристап кој се користи за да се осигура дека примерокот е доволно голем за да биде репрезентативен, дури и ако не се знае точната веројатност за карактеристиките на популацијата.



## Демографски карактеристики на испитаниците

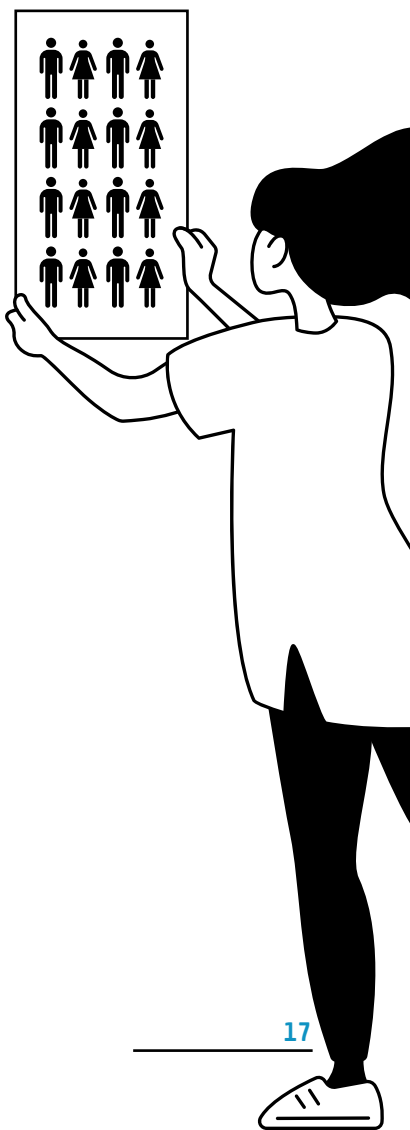
Во вкупниот примерок анкетирани ученици, две третини (66,1%) се од средно стручно образование, додека 33,9% се од средно гимназиско образование.

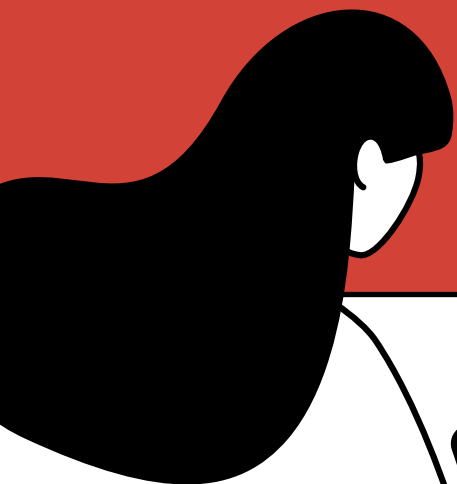
Во однос на полот, од вкупниот примерок анкетирани средношколци, 44,3% се ученици од машки, а 55,7% се ученички од женски пол.

Кога станува збор за возраста на учениците, најголем број од нив (48,5%) имаат 15 години, додека 44,9% од учениците имаат 16 години. Оние со 14 години се застапени со 5,7%, додека учениците кои имаат 17 години - со 0,9%.

Јазикот на учење претежно е македонски, односно 65,5% од учениците наставата ја следат на македонски јазик. Албанскиот јазик е користен како јазик на учење кај 31,1% од анкетираниите ученици, додека турскиот наставен јазик е застапен со 3,4%.

Јазикот кој преовладува во домаќинствата на учениците е македонски, со 63,1%. Албанскиот јазик е присутен кај 31% од анкетираниите домаќинства, турскиот јазик кај 5,1%, додека другите јазици се застапени со вкупно 0,8%.





Критичко  
размислување

Телевизија

Интернет

Мобилен  
Телефон

Користење  
електронска опрема

[ 3 ]

КЛУЧНИ  
НАОДИ ОД  
ИСТРАЖУВАЊЕТО  
ПО ТЕМИ

**О**вие сублимирани клучни наоди се однесуваат на податоците за вкупната популација, односно за примерокот што ги опфаќа и учениците од средните стручни училишта и оние од гимназиите.

## **I. Критичко размислување**

Во контекст на испитување на критичкото размислување кај учениците, во прашалникот беа дадени неколку хипотетички ситуации и од нив се бараше да ја определат сопствената реакција кон овие ситуации. Понатаму, во истата секција, беа поставени и прашања за поимите дезинформација, погрешна информација (мисинформација), како и прашања за нивните перцепции за информациите што ги добиваат преку социјалните мрежи и телевизијата.

Најголем дел од учениците (87,2%) би провериле до кои податоци би имала пристап дадена апликација и би размислиле пред да ја инсталираат. Околу 13% не согледуваат

ризик и би дозволиле пристап до своите податоци.

Значаен процент од учениците (57,2%) сметаат дека прикажувањето постови на основа на корисничката активност (допаѓања и коментари) е резултат од нивната сопствена активност на социјалните мрежи. Овој одговор повеќе е истакнат кај машките, за разлика од женските испитаници.

Во однос на кликање линкови со потенцијални измами, нешто над две третини (68,2%) од учениците би преземале мерки за превенција (консултација со пријател) пред да ја отворат содржината. Претпазливоста е повеќе истакната кај женските наспроти машките испитаници.

Мнозинство ученици (96,3%) не се запознаени со техники и алатки за проверување на потеклото на фотографии објавени на интернет. Од тие што се споменати (3,7%), најчесто се наведени Google Lense и Google Images.

Речиси половина од учениците (47,9%) сметаат дека е важно да се прочитаат политиките пред реги-

страција на социјални мрежи или апликации, додека помалку од половина (37,3%) немаат време за читање и автоматски се согласуваат со правилата.

Две третини (66,7%) од учениците точно ја дефинираат **дезинформацијата**<sup>12</sup> како **неточна информација со намера да наштети некому или да излаже**. Нешто повеќе од една четвртина (26,9%), сметаат дека дезинформацијата е неточна информација споделена без намера за наштетување.

За повеќе од половина (62%), **мисинформацијата е неточна информација споделена без намера за наштетување**<sup>13</sup>, додека за околу една третина (32,7%) тоа е неточна информација со намера да наштети.

Најголемо мнозинство (84,2%) на ученици веруваат дека луѓето често бараат информации кои се во склад со нивните сопствени убедувања и ставови. Значителен дел (63,7%) се согласуваат дека информациите до кои доаѓаат на

социјалните мрежи главно се контролирани од алгоритми.

Големо мнозинство ученици (77,4%) не сметаат дека информациите на ТВ се секогаш вистинити, за разлика од нешто повеќе од една петтина – 22,6% кои ги сметаат за вистинити.

## **II. Телевизија**

Нешто повеќе од половина од учениците (51,7%) го поврзуваат гледањето телевизија со следење на ТВ канали на телевизор во време кога програмите се емитуваат. За 23% гледање ТВ претставува следење програми по барање на телевизор (преку Netflix, HBO Go, Amazon Prime Video, Showtime и сл.).

Безмалку две третини од учениците (65,4%) гледаат помалку од еден час телевизија во школски ден. Викендите, времето на гледање се зголемува, односно 37,7% од учениците гледаат телевизија од 1 до 3 часа дневно.

---

**12** Информација којашто е погрешна и намерно креирана за да нанесе штета на личност, група, организација или држава. <https://recnik.medium.edu.mk/termin/dezinformacija/>

**13** Неточна информација којашто е споделена без намера да се нанесе штета или да се манипулира. <https://recnik.medium.edu.mk/termin/pogresna-informacija-misinformacija/>

Спортските натпревари (38,5%) и играните филмови (36,5%) се најпопуларни меѓу учениците, односно нив најмногу ги гледаат.

Најголема согласност постои дека на ТВ има премногу реклами (80,8%). Близу две третини (64,6%) од учениците се согласуваат дека има премногу вести и дебатни емисии на ТВ. Од друга страна, 59,5% од учениците изразуваат мислење дека нема доволно програми што им се допаѓаат.

### **III. Интернет**

Речиси сите (93,1%) ученици пристапуваат на интернет преку своите паметни телефони. Во школски ден, 41% од учениците го користат интернетот до 3 часа дневно, 31% го користат од 3 до 5 часа дневно и 29,2% повеќе од 5 часа дневно. За време на викендите, повеќе од две третини (67,9%) од учениците поминуваат повеќе од 5 часа активно на интернет.

Социјалните мрежи (89%) и слушањето музика онлајн (72,6%) се најчестите интернет активности меѓу учениците.

Видео игрите со пукање (20,5%) и спортските игри (16,9%) се најчестите категории игри што ги играат учениците секој ден. Резултатите покажуваат зголемен број часови што учениците ги поминуваат играјќи видео-игри за време на викендите.

Тик Ток видеата (62,1%) се најпопуларни меѓу учениците. За речиси половина од испитаниците (46,2%) тоа се кратките видеа (рилс) на Инстаграм, а на трето место се кратките видеа (шортс) на Јутјуб (30,9%).

Кај средношколците преовладува ставот дека содржините на социјалните мрежи се вистинити (45,9%). Само четвртина - околу 25% ги земаат со резерва содржините на социјалните мрежи.

Инстаграм (46,9%) е најпопуларната социјална мрежа меѓу учениците, а по неа следи Тик Ток (29,1%).

Големо мнозинство ученици не би ги споделиле домашните адреси (88%), е-маил адресите (82%) и броевите на мобилните телефони (83%) на интернет.

---

## **IV. Мобилен телефон**

Дури 86% од учениците ги користат мобилните телефони за секојдневно да пристапат на социјалните мрежи преку апликации, правејќи ја оваа активност доминантна меѓу опциите за користење мобилен телефон.

Учениците активно консумираат музика преку мобилните телефони, при што 76% го прават ова секој ден. Повеќе од две третини ученици (69%) гледаат видеа преку своите телефони секој ден.

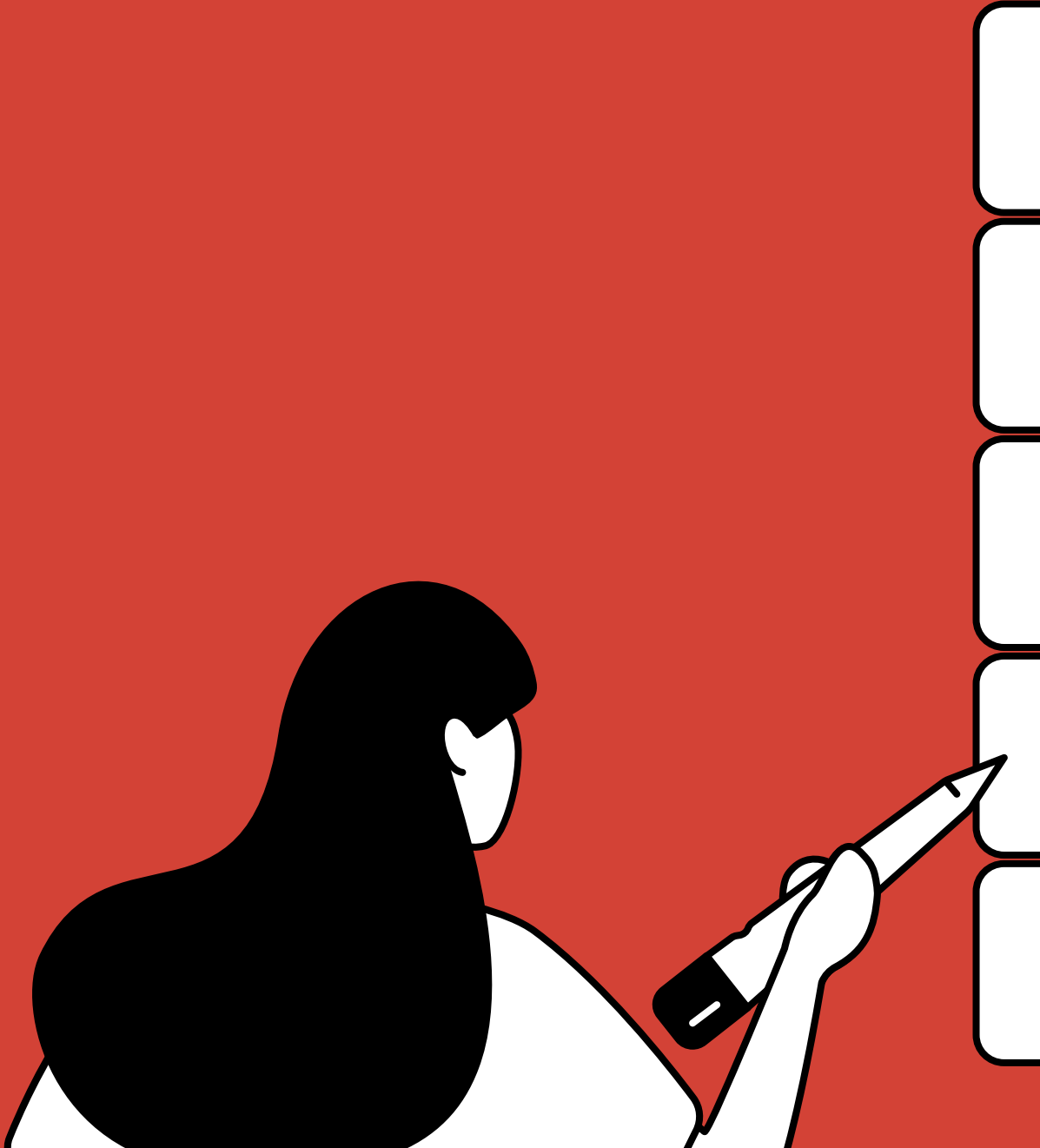
## **V. Користење електронска опрема**

Користење на мобилниот телефон за разговори (68,8%) и социјалните мрежи (67,1%) се активности кои би им недостасувале на повеќе од две третини од учениците.

Секојдневната употреба на паметни мобилни телефони со доминантни 91,5% и користењето лични компјутери или лаптопи со 57%,

покажуваат висок степен на присутност помеѓу учениците.

Шест од десет ученици сметаат дека не добиваат доволно информации во училиште за тоа како да ги користат медиумите и за значењето на медиумските содржини.





Критичко  
размислување

Препознавање  
содржини и  
информации

Телевизија

Интернет

Социјални  
мрежи

Мобилен  
Телефон

Општи информации  
и користење на  
електронска опрема

[ 4 ]

АНАЛИЗА И  
РЕЗУЛТАТИ ОД  
ИСТРАЖУВАЊЕ



## 1.1. Критичко размислување

Критичкото размислување<sup>14</sup> претставува процес на концептуализација, примена, анализа и вклопување на сите информации собрани од набљудување или искуство, за да се формира сопствено мислење или став. Критичкото размислување бара преиспитување и поставување прашања за сè што гледаме, слушаме, читаме или доживуваме. Резултат на критичкото размислување треба да бидат веродостојни одлуки коишто се базираат на веродостојни информации.

Во првиот дел од истражувањето, главниот фокус е ставен на критичкото размислување на учениците од прва и втора година средно гимназиско и стручно образование. Критичкото размислување е клучен елемент на медиумската писменост што им овозможува на младите да ги проценуваат, анализираат и интерпретираат медиумските содржини на начин кој е све-

сен и критички ориентиран. Оваа способност е особено важна во современото општество каде што информациите и вестите се лесно достапни и неретко се презентирани на начин кој може да биде пристрасен или да не ја отсликува реалноста.

Критичкото размислување им овозможува на учениците да ги оценат изворите на информации, да ги разберат потенцијалните предрасуди или намери зад медиумските пораки и да формираат сопствени ставови. Во контекстот на медиумската писменост, критичкото размислување е основа за развивање на способностите за разликување на фактите од мислењата, вистината од дезинформациите и реалноста од манипулацијата.

На првото прашање од овој сет беше дадена хипотетичка ситуација која гласи: „Од еднаш забележуваш многу фотографии од постари луѓе во твоите новости на социјалните медиуми, а потоа

<sup>14</sup> Дефиниција за критичко размислување, извор: <https://recnik.medium.edu.mk/termin/kriticko-razmisluvanje/>

сфаќаш дека твоите пријатели користеле апликации како FaceApp со цел нивните лица да изгледаат постаро. Овие апликации бараат инсталација, пристап до камерата или да внесеш лични податоци“. Од учениците беше побарано да кажат дали би им овозможиле пристап на овие апликации до нивните податоци, фотографии и видеа. Одговорите покажуваат дека најголемо мнозинство од учениците (87,2%) најпрво би провериле до кои податоци ќе има пристап апликацијата и ќе размислат дали да ја инсталираат. Гледано изолирано, ваквиот податок укажува на високо ниво на свест за приватноста на податоците меѓу учениците. Мал процент од нив (7,7%) сметаат дека не постои никаква опасност и дека би дозволиле пристап до нивните податоци без грижа, додека 5,1% тоа би го направиле веднаш, без размислување, што вкупно изнесува 12,8% од учениците кои сметаат дека нивната приватност и лични податоци не се загрозувани со инсталирање некоја апликација.

Според вкрстените резултати (Слика 1), за 5% повеќе ученици од стручно образование би ја провериле апликацијата пред да ја ин-

сталираат, во споредба со учениците од гимназиско образование.

Сепак, ако се земат предвид одговорите на учениците на дел од другите сетови прашања, впечатокот станува поинаков. Овде е значајно да се истакне феноменот на „општествено посакувани одговори“ каде што учениците знаат што треба да направат, што е посакувано или прифатливо во одредена ситуација, но во практика поинаку да дејствуваат. Така, учениците веројатно знаат дека треба да проверат до кои податоци би имала пристап дадена апликација, но ова истовремено не значи дека во реалноста тоа и го практикуваат. Ваквата неконзистентност помеѓу знаењето што треба/не треба да се направи (декларативно) и како се однесуваат учениците во реалноста, е видлива и од одговорите на блокот прашања за користењето на социјалните мрежи (на пр. Инстаграм, Тик-Ток, Снепчат итн.) и нивната популарност кај оваа возрастна група. Така, на пример, апликацијата Инстаграм, која во ова истражување ја претпочитаат 93,1% од учениците, при регистрирањето и прифаќањето на условите за користење автоматски прибира

податоци за името, презимето, електронската адреса, препознавање лица (доколку се користи од мобилен телефон), локацијата, информациите за електронските уреди кои поединецот ги користи и линковите до адресите кои ги има, фотографиите што се поставуваат и споделуваат на профилот, историјата на пребарувања, бројот на лајкови и слично. Воедно, на друг сет прашања, речиси половина од учениците (47,9%) изјавиле дека ги читаат условите на користење пред регистрација на социјалните мрежи или апликации, околу 37,3% од учениците немаат време за тоа, односно автоматски се согласуваат со правилата без да читаат, а околу 14,8% одговориле дека не би губеле време на тоа, бидејќи и онака не можат да ги сменат, што вкупно изнесува 52,1% на оние кои не ги читаат условите за користење пред да се регистрираат на одредена социјална мрежа или апликација. Оттука, претходно соопштените високи 87,2% треба да се земат со резерва, од причина што најверојатно се должат на тенденцијата за давање социјално посакувани одговори. Всушност, веројатноста е дека е поголем процентот на оние кои не обрнуваат

поголемо внимание на тоа до кои нивни лични податоци апликацијата би можела да има пристап, туку ја инсталираат од различни причини (на пр. затоа што е популарна, мнозинството врсници ја користат, ја зголемува нивната видливост и популарност помеѓу врсниците) итн.

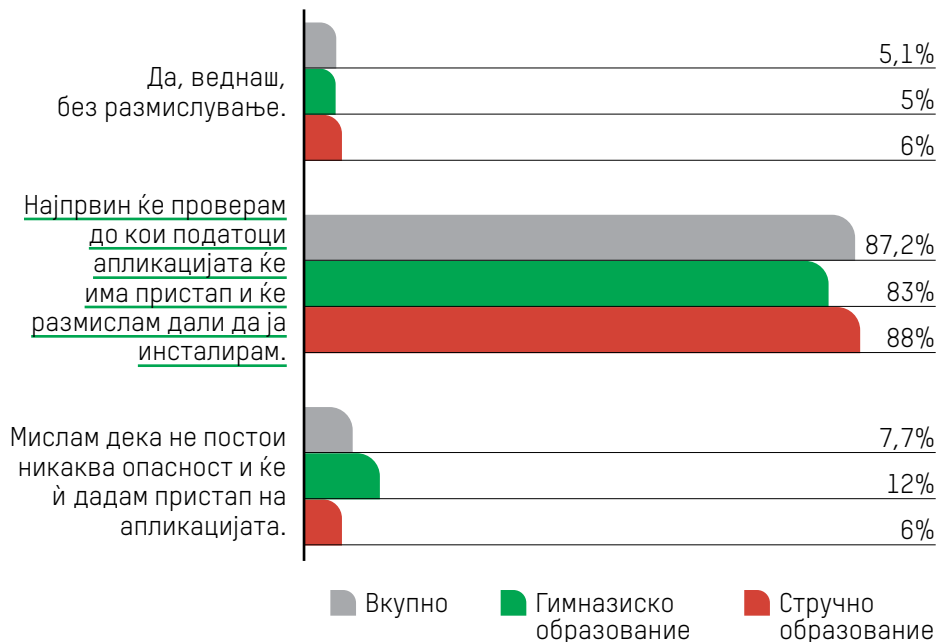
### Хипотетичка ситуација:

*Одеднаш забележуваш многу фотографии од постари луѓе во твоите новости на социјалните медиуми, а потоа сфаќаш дека твоите пријатели користеле апликации како Face App со цел нивните лица да изгледаат постаро. Овие апликации бараат инсталација, пристап до камерата или да внесеш лични податоци.*



### Слика 1.

Дали би им овозможил/а пристап на овие апликации до твоите податоци, фотографии и видеа?



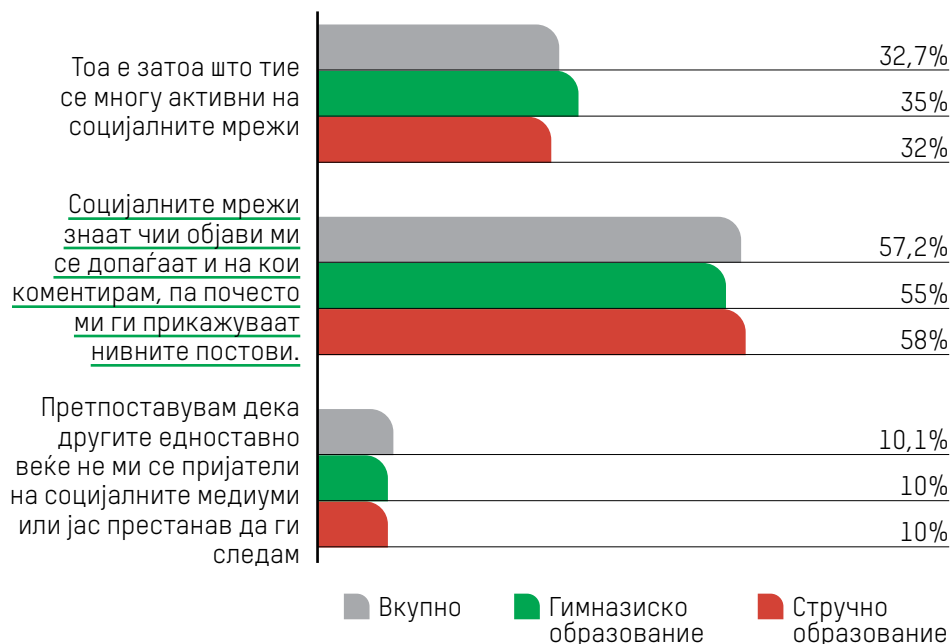
На второто прашање од овој сет, 57,2% од учениците веруваат дека социјалните мрежи им прикажуваат постови од луѓе кои им се допаѓаат и на кои коментираат. Три од десет ученика (32,7%) стојат на ставот дека тоа е затоа што тие се многу активни на социјалните мрежи. Еден од десет (10,1%)

претпоставува дека другите едноставно веќе не им се пријатели на социјалните мрежи или тој/таа престанале да ги следат.

Во однос на ова прашање, не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиско и стручно образование (Слика 2).

**Слика 2.**

Во последно време, на социјалните мрежи гледаш вести и постови само од некои од твоите пријатели. Што мислиш, зошто е тоа така?

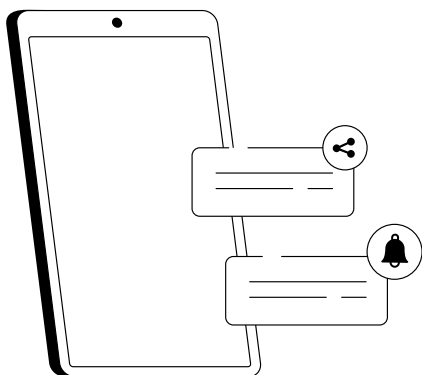
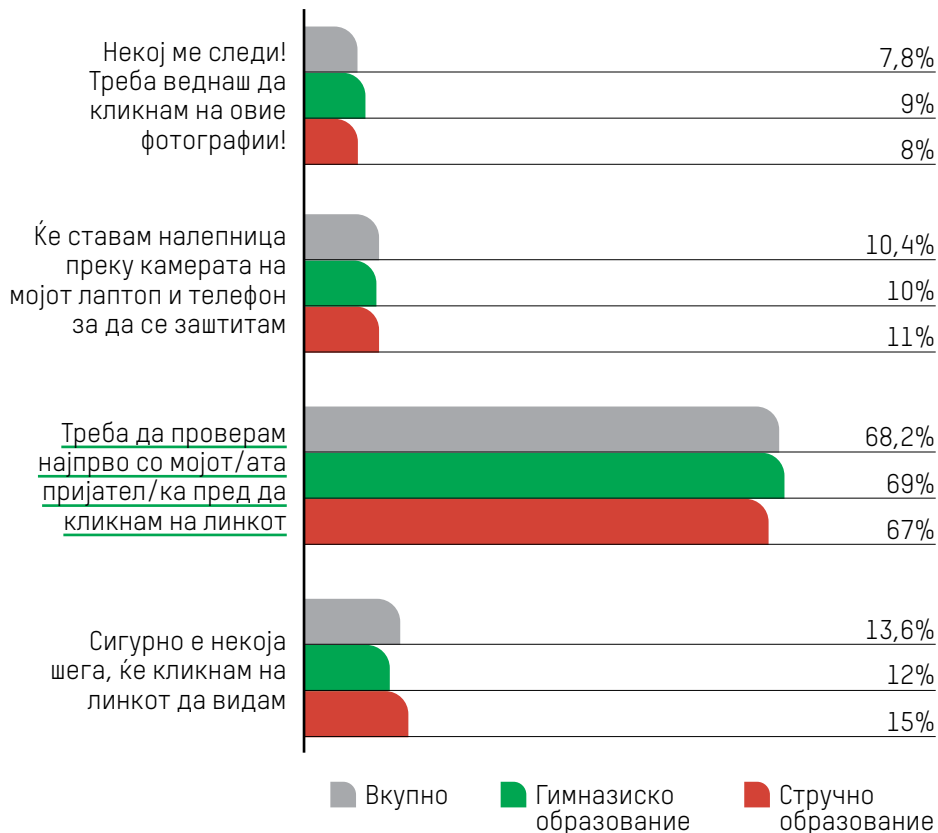


На следното прашање од овој сет: Твојот пријател/ка ти испратил/а линк со порака „Леле, не можев ни да замислам дека можеш да го направиш ова. Има дури и фотографии. Каква е твојата реакција?“, повеќе од две третини ученици (68,2%) би провериле најпрво со нивниот пријател пред да кликнат на со-

мнителен линк. Налепница преку камерата на лап-топ или телефон би ставиле 10,4% од учениците, а 13,6% сметаат дека станува збор за шега и би кликнуле на линкот од љубопитност. Не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиско и стручно образование (Слика 3).

### Слика 3.

Твојот пријател/ка ти испратил/а линк со порака „Леле, не можев ни да замислам дека можеш да го направиш ова. Има дури и фотографии“. Каква е твојата реакција?

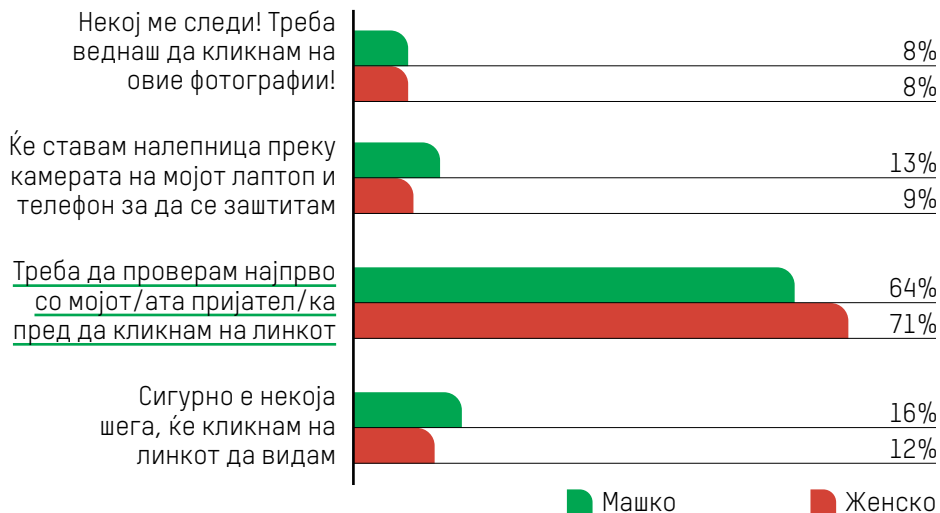


Меѓутоа, кај одговорите на ова прашање, согледани се разлики според пол, каде што, ученичките се попретпазливи во однос на учениците (Слика 3.1).

**Слика 3.1**

Твојот пријател/ка ти испратил/а линк со порака „Леле, не можев ни да замислам дека можеш да го направиш ова. Има дури и фотографии“. Каква е твојата реакција?

Вкрстени резултати според пол



Учениците беа прашани дали се запознаени со некои техники и алатки за проверување на потеклото на фотографија објавена на интернет. Безмалку сите ученици (96,3%) одговориле негативно, додека мал процент (3,7%) одговориле позитивно. Од испитаниците кои одговориле дека се запознаени со некои техники и алатки (3,7%), најчесто споменати се **Google Lense** (18,2%), **Google Images** (12,1%) и **Google** (исто така 12,1%). Ваквиот наод е посебно индикативен и треба сериозно да биде земен

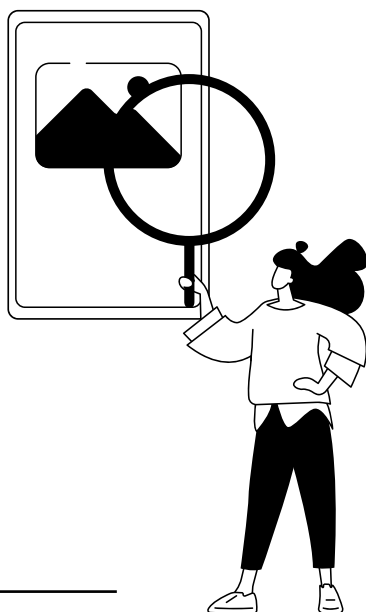
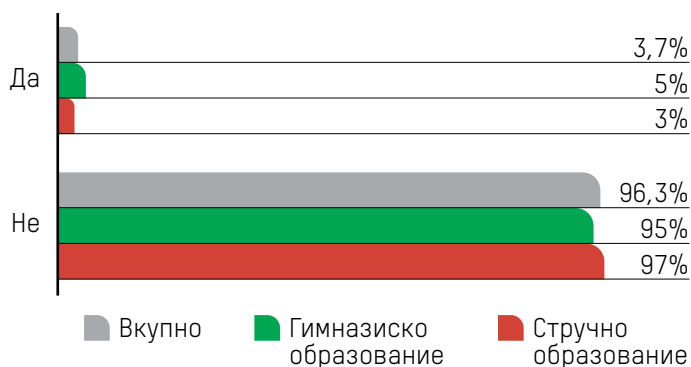
предвид при планирањето на стратегиите и интервенциите во насока на јакнење на вештините за медиумска писменост кај адолесцентите. Имено, податокот дека 96,3% од учениците кои се дел од ова истражување не знаат како да го проверат потеклото на фотографијата објавена на интернет, сам по себе ја наметнува потребата од воведување активности и содржини во рамки на наставата кои ќе им помогнат да стекнат знаења на оваа тема. Еден од начините да се направи тоа, е да се организи-

ра серија предавања во рамки на класните часови или часовите по информатика од страна на стручни лица (на пр. универзитетски професори од соодветниот профил или специјалисти за кибер-безбедност кои работат во сектори во МВР релевантни за оваа проблематика), на кои ќе се презентираат

теоретски и емпириски сознанија, поткрепени со практични примери, по што учениците ќе вежбаат под супервизија, со цел да ги утврдат знаењата и да научат во иднина како самостојно да ги користат техниките и алатките кои им стојат на располагање.

#### Слика 4.

Дали си запознаен/а со некои техники и алатки за проверување на потеклото на фотографија објавена на интернет?



На прашањето: „Дали сметаш дека е неопходно да ги прочиташ политиките (Terms of Use) пред да се регистрираш на социјална мрежа или апликација“, речиси половина од учениците (47,9%) изјавиле дека ги читаат условите на користење пред регистрација на социјалните мрежи или апликации, додека околу 37,3% од учениците немаат



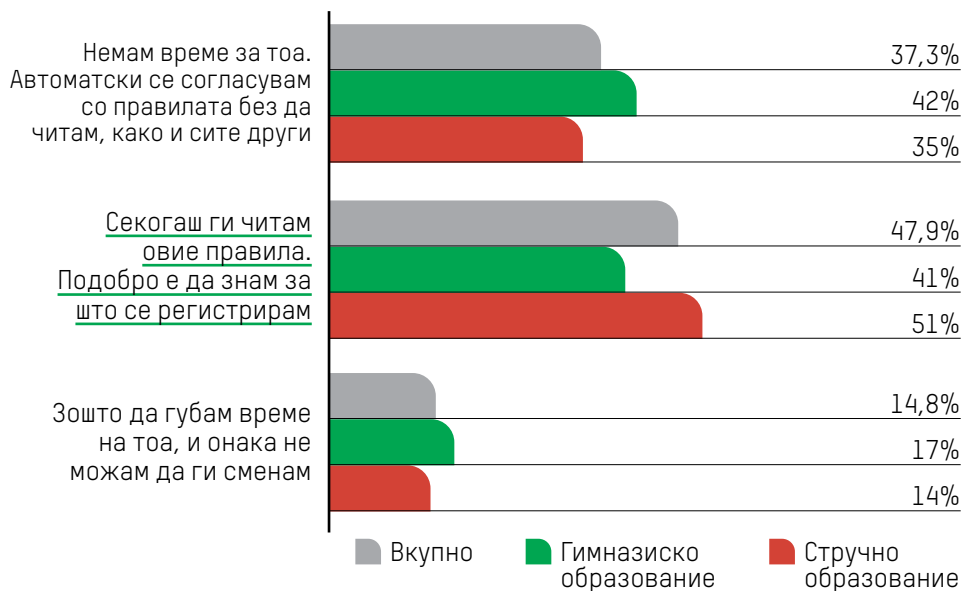
време за тоа, односно автоматски се согласуваат со правилата без да читаат. Околу 14,8% одговориле дека не би губеле време на тоа, бидејќи и онака не можат да ги сменат. Тоа се вкупно 52,1% на оние кои не ги читаат условите за користење пред да се регистрираат на одредена социјална мрежа или апликација, што е поголем процент од оние кои го прават тоа пред да инсталираат нешто. Ваквите одговори се во контрадикција

со погоренаведениот висок процент (87,2%) одговори од учениците дека најпрво би провериле до кои податоци апликацијата ќе има пристап и ќе размислат дали да ја инсталираат.

Во однос на вкрстените податоци кај ставот „Секогаш ги читам овие правила. Подобро е да знам за што се регистрирам“, учениците од стручните училишта во поголем процент сметаат дека е неопходно да се читаат политиките (Слика 5).

**Слика 5.**

Дали сметаш дека е неопходно да ги прочиташ политиките (Terms of Use) пред да се регистрираш на социјална мрежа или апликација?

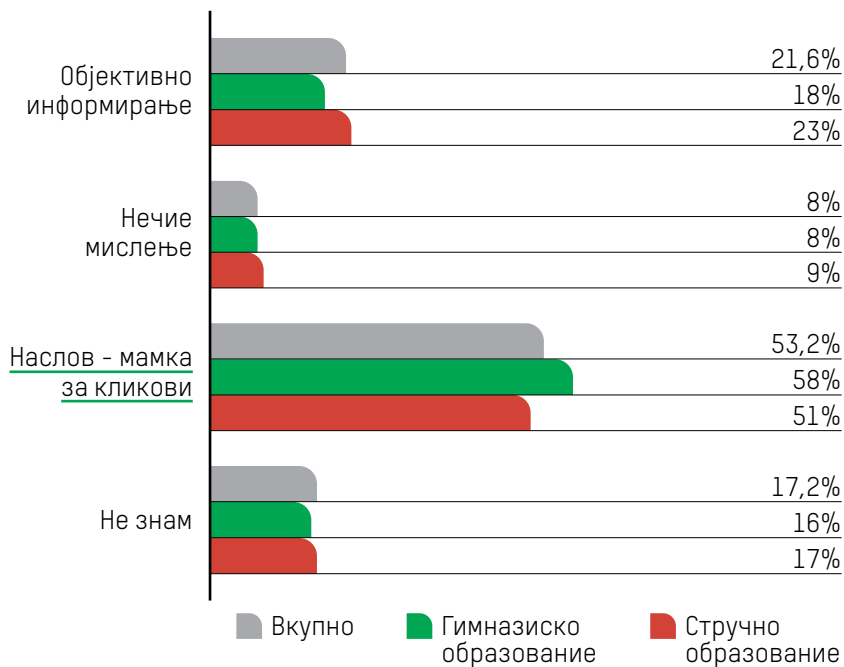


Прашани што мислат дека претставува следниов исказ: „ШОКАНТНО: Погледнете што се случуваше вчера во Скопје... бидете подготвени! (ВИДЕО)“, повеќе од половина ученици главно го перципираат како наслов – мамка за кликови (53,2%). Нешто над една петтина 21,6% од

учениците сметаат дека тоа е пример за објективно информирање. Одговорот дека станува збор за наслов – мамка за кликови е за 7% поприсутен кај учениците од гимназиите во споредба со учениците од стручните училишта (Слика 6).

### Слика 6.

Насловот: „ШОКАНТНО: Погледнете што се случуваше вчера во Скопје... бидете подготвени! (ВИДЕО)“ е пример за:



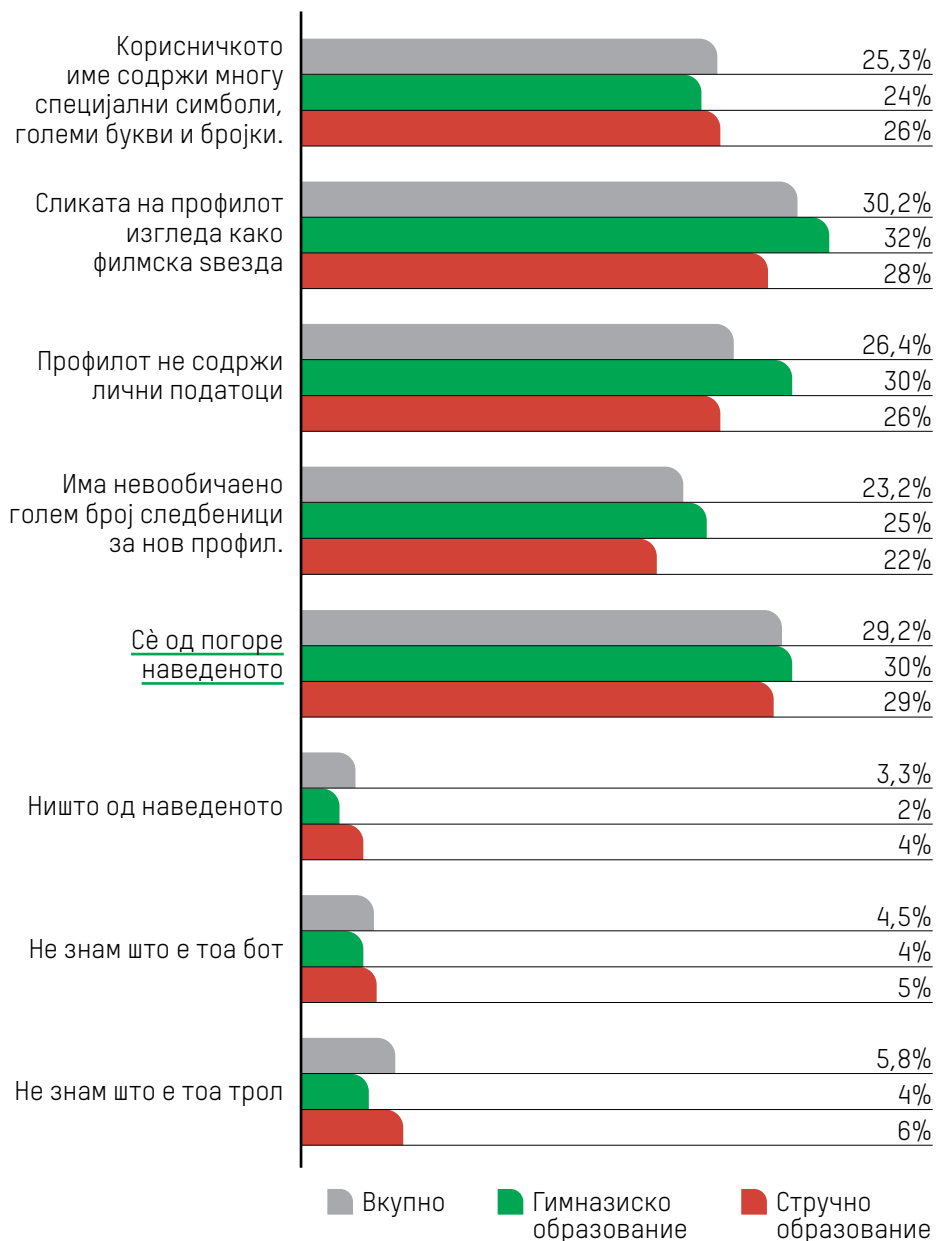
Следното прашање од овој сет испитува препознавање елементи кои може да укажуваат на бот или трол<sup>15</sup>. Во врска со тоа како да препознаат дека станува збор за ботови и тролови на социјални мрежи, **три од десет ученика (29,2%) сметаат дека четирите наведени карактеристики може да укажуваат на бот или трол, додека кај другите одговори постои извесна изедначеност**, со тоа што учениците најчесто сметаат дека можни индикатори се сликата на профилот која изгледа како филмска звезда (30,2%) и тоа што профилот не содржи лични податоци (26,4%). Мал е процентот на оние (вкупно 13,6%) кои одговориле дека не знаат што е тоа, односно дека ниту една од наведените карактеристики не им укажува оти станува збор за бот или трол (Слика 7).



<sup>15</sup> Според дефинициите од Речникот на медиумска писменост, бот е компјутерска програма што извршува автоматски задачи што се повторуваат, особено програма дизајнирана да изврши злонамерно дејство; или компјутер кој е под контрола на бот и може да се користи за злонамерни цели како дел од мрежа на контролирани компјутери или компјутерска програма или лик (на пример во игра) дизајнирани да ги имитираат постапките на некоја личност (<https://recnik.medium.edu.mk/termin/bot/>). Во интернет-комуникацијата, трол е лице кое предизвикува караници, преку отворање контроверзни теми или напади на други учесници (<https://recnik.medium.edu.mk/termin/trol/>).

### Слика 7.

Кој од следниве елементи може да укаже дека профилот на социјалните/онлајн медиуми може да биде бот или трол:



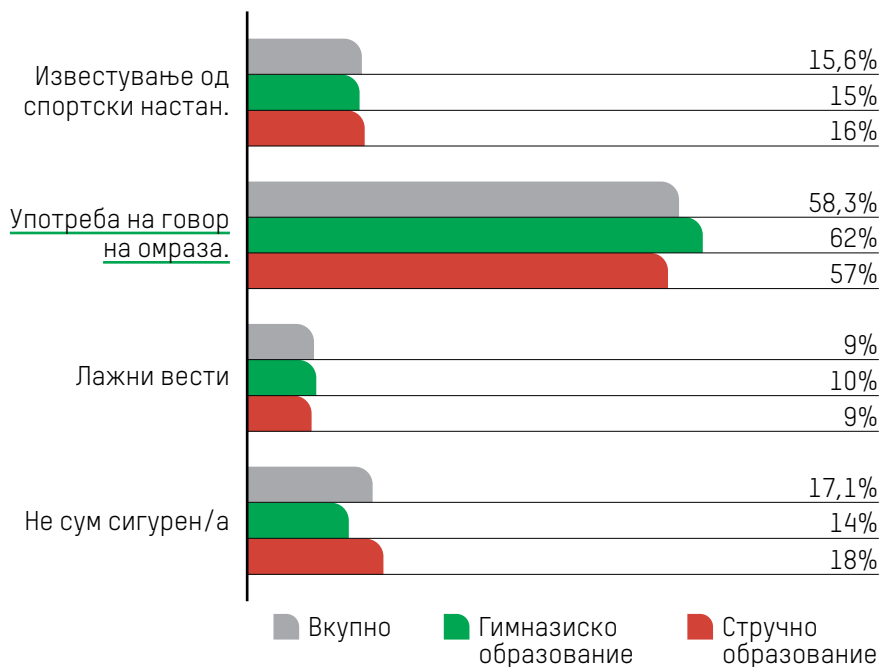
Прашањето кое гласи: Насловот „Навивачите протестираа во Скопје пред фудбалскиот натпревар: Да ги убиеме „кучињата!““ е главно препознаен кај учениците како **употреба на говор на омраза** (58,3%), додека 15,6% од учениците сметаат дека ова е пример за известување од спортски настан. Мал процент (9%) од учениците сметаат дека ова е пример за лажна вест. Притоа, 17,1% не се сигурни за што станува збор. Ако се анализира заедно процентот на одговори на оние кои сметаат дека е известување за спортски настан и на оние кои не се сигурни, како и на оние кои го сметаат за лажна вест, се добиваат вкупно 41,7% кои не препознаваат дека со ваквата изјава (па дури и да е лажна вест) нешто не е во ред, односно не го препознаваат експлицитниот говор на омраза содржан во наведениот наслов. Ова е така, затоа што доколку целта на навивачите била да му посакаат победа на нивниот фудбалски тим, тоа можеле да го формулираат поинаку (на пример: „Да им покажеме како се игра фудбал!“).

Во однос на вкрстените податоци, за 5% повеќе ученици од гимназиско образование сметаат дека ова е пример за употреба на говор на омраза, во однос на учениците од стручно образование (Слика 8).



### Слика 8.

Насловот: „Навивачите протестираа во Скопје пред фудбалскиот натпревар: Да ги убиеме „кучињата!“ е пример за:



На прашањето: „Важно е да знаеме кои се сопствениците на медиумите, затоа што?“, за 55,3% од анкетираниите ученици, знаењето за сопственоста на медиумите е важно затоа што може да влијае на информациите кои медиумите одлучуваат да ги пренесуваат. Околу 17,3% сметаат дека сопственоста нема никакво влијание врз медиумската содржина и дека новинарите се тие коишто одлучуваат,

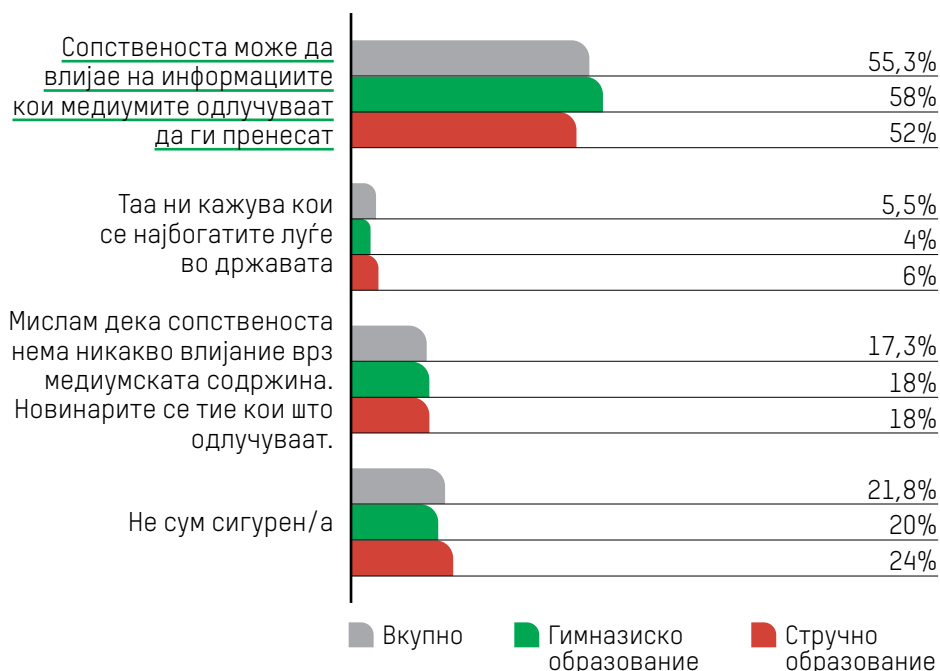
додека 21,8% не се сигурни. Оттука, вкупно 39,1% немаат вистинска слика за уредувачките политики во медиумите и начинот на кој се носат одлуки за тоа кои, на кој начин и колку од медиумските содржини ќе бидат пуштени во етер и со тоа ќе допрат до јавноста. Ова упатува на потребата од продлабочување на информираноста за медиумската регулатива кај оваа група ученици.

Нешто поголем е бројот ученици од гимназиско образование кои се согласуваат со изјавата „Сопственоста може да влијае на информа-

циите кои медиумите одлучуваат да ги пренесат“, во споредба со учениците од стручно образование (Слика 9).

**Слика 9.**

Важно е да знаеме кои се сопствениците на медиумите, затоа што?



Потоа, од анкетираниите ученици беше побарано да одлучат дали неколку примери се факти или не. Учениците најчесто ги препознаваат историските и научните факти како што се крајот на Втората светска војна во 1945 година (55,2%) и дека Земјата е трета планета од Сонцето (47,9%). Околу 35,6% од учениците како факт го издвојува-

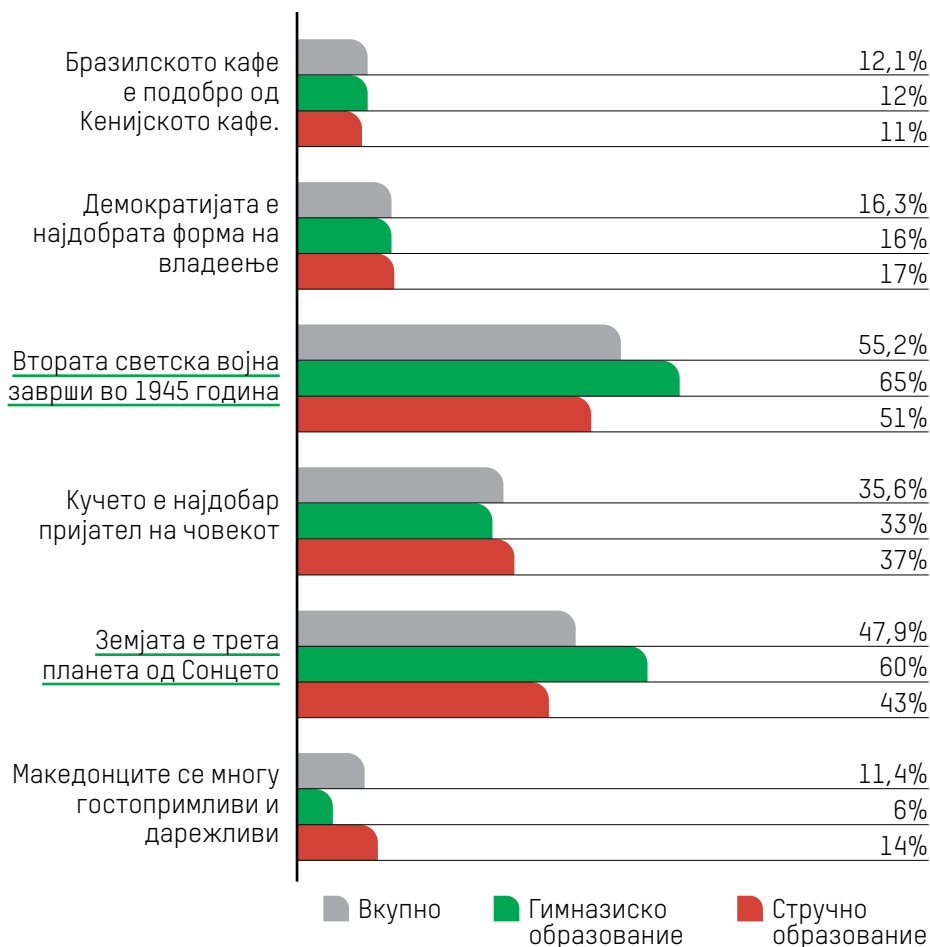
ат мислењето дека кучето е најдобар пријател на човекот.

Поголем процент гимназијалци отколку ученици од стручното образование (Слика 10) ги препознале како факти изјавите „Земјата е трета планета од Сонцето“ (60% наспроти 43%) и „Втората светска војна заврши во 1945 година“ (65% наспроти 51%).

### Слика 10.

Во медиумите можеме да сретнеме многу факти, но и нечии мислења. Според тебе, кои од примерите подолу се факти?

*Можни се повеќе одговори*



Како заклучок за овој прв сегмент, може да се наведе дека учениците генерално знаат дека социјалните мрежи и апликации можат да ја нарушат нивната приватност и дека

треба да преземат мерки на претпазливост за тоа да не се случи. Повеќето од нив би направиле прелиминарни проверки пред да кликнат на некој сомнителен линк, но



во исто време најголемиот процент од учениците не знае како да користи техники и алатки за проверка на веродостојноста на фотографите кои ги гледа онлајн. Исто така, повеќе од половината не ги читаат условите за користење пред да се регистрираат на одредена социјална мрежа или апликација. Понатаму, повеќе од половина ученици главно умеат да препознаат мамки за кликови, како и да препознаат дека станува збор за ботови и тролови на социјалните мрежи (иако процентот на оние кои ги познаваат сите четири индикатори е само 29,2%). Препознавањето говор на омраза во ова истражување не е на задоволително високо ниво и потребно е повеќе да се работи на таа тема. Потребна е и поголема информираност за тоа како функционираат медиумите од аспект на уредувачките политики, со цел учениците да стекнат поголемо разбирање за начинот на кој се селектираат медиумските содржини што допираат до јавноста. Конечно, иако поголемиот процент на учениците успешно прави дистинкција помеѓу фактите и мислењата кои се мерени во ова истражување, сепак овој процент треба да биде многу повисок. Земено во целост,

информираноста и познавањето на одредени правила на однесување во интернет просторот, не подразбира по автоматизам дека истите ќе се практикуваат во секојдневното однесување на учениците. Дополнително, не подразбира ниту дека е развиено подлабоко разбирање на суштината и причините зошто одредени правила треба да се почитуваат во насока на безбедно користење на социјалните мрежи. Оттука, треба да се продолжи со развивање на критичкото мислење, што е сложен и долготраен процес кој подразбира одреден достигнат степен на когнитивен развој и емоционална зрелост, а не само поседување на одреден квантум информации кои не се применуваат во реалноста до крај. Ваквата состојба се должи и на развојниот период во кој се наоѓаат учениците. Имено, возраста од 15-16 години, припаѓа во периодот на средна адолесценција, кога се случуваат многубројни и динамични промени во сите развојни домени; кога сè уште интензивно се развива мозокот и адолесцентите не секогаш манифестираат рационално однесување, бидејќи зоните задолжени за носење рационални одлуки и размислување за долго-

рочните последици од сопствени-те постапки пред да се дејствува се развиваат последни. Тоа е период во кој доминантен агенс на социјализација се врсниците, па не е нетипично адолесцентите да потпаѓаат под врснички притисок и да покажуваат неконзистентно однесување, да сакаат да бидат видени и популарни, да експериментираат и ризикуваат, да бидат несигурни што да изберат и каква одлука да донесат свесни дека постојат многу можности. Исто така, тоа е период кога им е многу важно да се дел од врсничката група, понекогаш дури и по цена да се однесуваат на начин кој не би наишол на одобрување од страна на авторитетите, само за да не бидат исклучени од групата. Оттука, во адолесценцијата развојот на мозокот е повеќе усогласен со социјалната поддршка, отколку со долгорочните последици од однесувањето. Воедно, формалните операции со своите посложени форми на мислење, како што е хипотетско-дедуктивното, на возраст од 15-16 години сè уште интензивно се развиваат. Развојот на критичкото мислење е тесно поврзан со развојот на формалните операции кој започнува по 12. година. За да се

развије критичкото мислење, потребно е да дојде до децентрација и намалување на егоцентризмот, кој е сè уште присутен во периодот на адолесценција и се јавува во три форми: неможност да се разликува универзално од посебно, неможност да се разликува субјективно од објективно и неможност да се разликуваат привремени од подлабоки случувања. Егоцентризмот, пак, е тесно поврзан со руминацијата (преживување), т.е. опсесивно размислување за грижите фокусирани на себеси, поради што некои адолесценти можат сопствените проблеми да ги решаваат со пријателите по телефон, преку пораки, на социјалните мрежи итн. Имајќи го предвид сето ова, **периодот на средна адолесценција има голем потенцијал за развој на критичкото мислење преку соодветно избрани активности, кои истовремено ќе ја унапредат и медиумската писменост на учениците.**

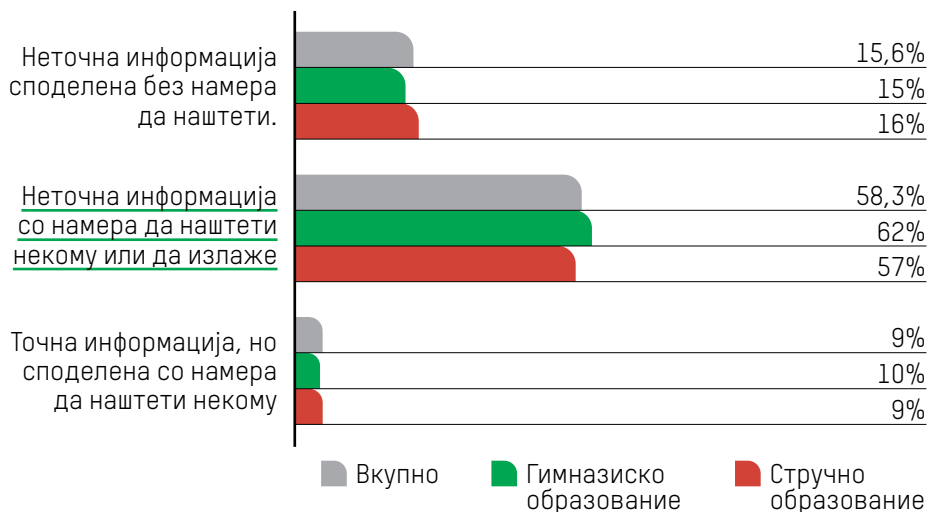
## 1.2. Препознавање содржини и информации

Во поглед на тоа што претставува поимот дезинформација, две третини од учениците (66,7%) ја дефинираат дезинформацијата како неточна информација објавена со

намера да наштети некому или да излаже. Една четвртина од испитаните ученици (26,9%) сметаат дека тоа е неточна информација која е споделена без намера да наштети. Перцепцијата дека дезинформацијата е неточна информација со намера да наштети некому или да излаже е конзистентна помеѓу учениците од гимназиско и стручно подрачје (Слика 11).

**Слика 11.**

Кој одговор најдобро објаснува што е дезинформација:



На прашањето „Кој одговор најдобро објаснува што е мисинформација (погрешна информација)?“, 62% од учениците се согласуваат дека тоа претставува неточна информа-

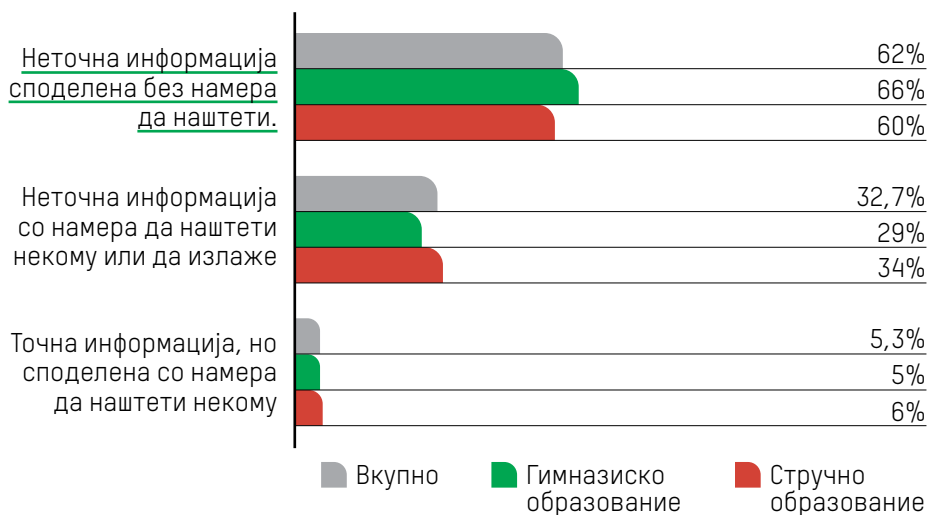
ција споделена без намера да наштети. За три од десет испитаници (32,7%) тоа е неточна информација со намера да наштети некому или да излаже.

Во однос на вкрстените резултати, учениците од гимназиско образование во нешто поголема мера

сметаат дека тоа е неточна информација споделена без намера да наштети (Слика 12).

### Слика 12.

Кој одговор најдобро објаснува што е мисинформација (погрешна информација):



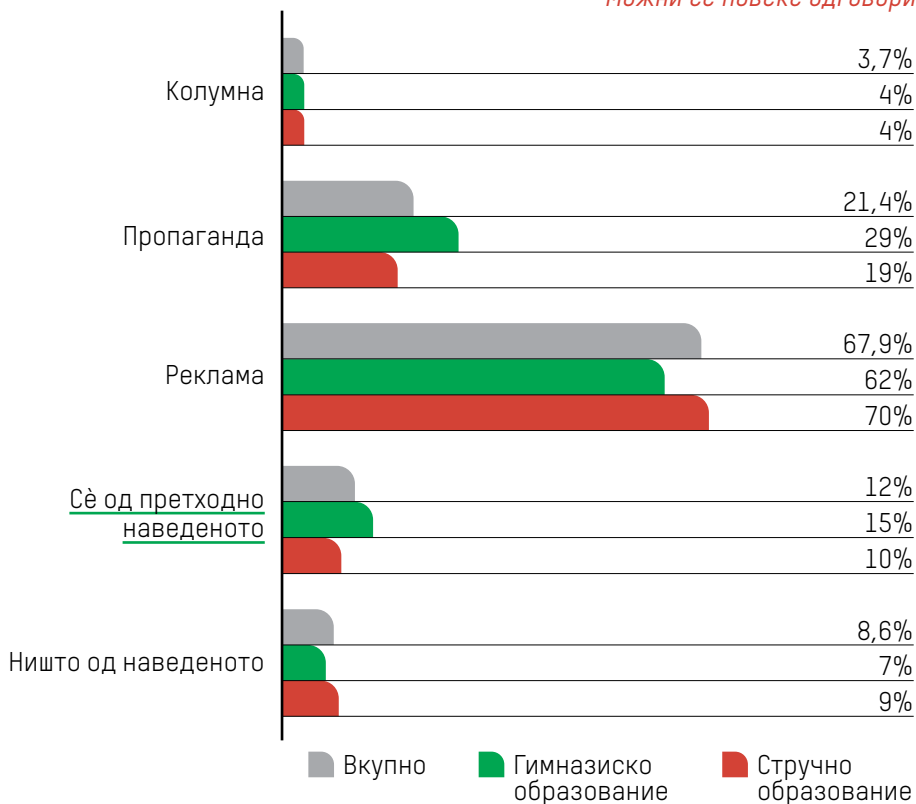
На следното прашање кое гласи: „Кои од следниве медиумски содржини имаат цел да нè убедат во нешто“, мнозинство од учениците (67,9%) веруваат дека **рекламите** имаат таква цел. За два од десет испитаници (21,4%) **пропагандата** исто така има за цел да нè убеди во нешто.

Во однос на вкрстените податоци, учениците од стручно образование се за 8% повеќе склони да ги препознаат рекламите како средство за убедување отколку гимназијалците и за 10% помалку склони да ја идентификуваат пропагандата како убедувачко средство (Слика 13).

**Слика 13.**

Кои од следниве медиумски содржини имаат цел да нè убедат во нешто:

*Можни се повеќе одговори*



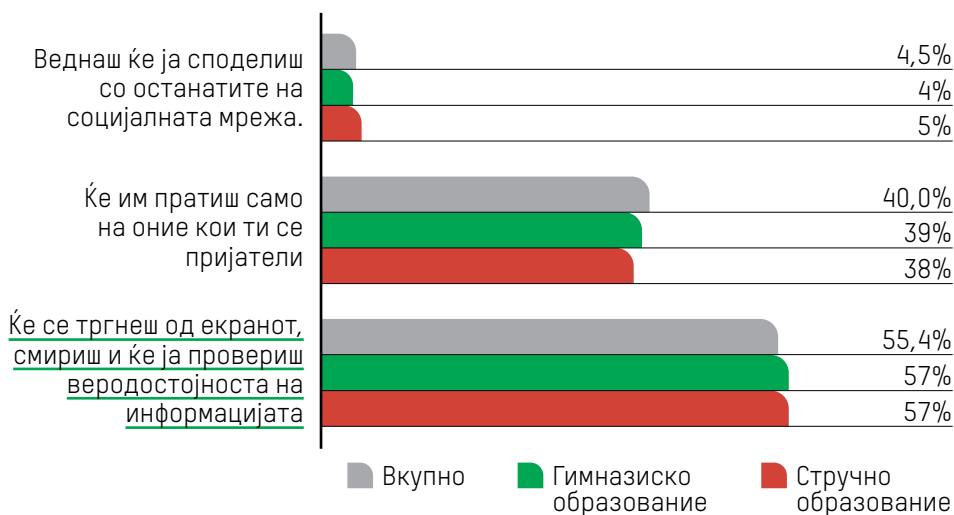
Понатаму, учениците беа прашани како би реагирале доколку наидат на некаква објава која е шокантна. Па така, нешто над половина учениците (55,4%) би се тргнале од екранот и би ја провериле веродостојноста на информацијата пред да реагираат. Четири од де-

сет ученика (40%) ќе им ја испратат објавата на своите пријатели, а само 4,5% веднаш ќе ја споделат со останатите на социјалната мрежа.

Во однос на ова прашање не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиско и стручно образование (Слика 14).

#### Слика 14.

Доколку на социјалните мрежи најдеш на некаква објава која е шокантна и прави да бидеш лут/а, вознемирен/а или бесен/а ти:



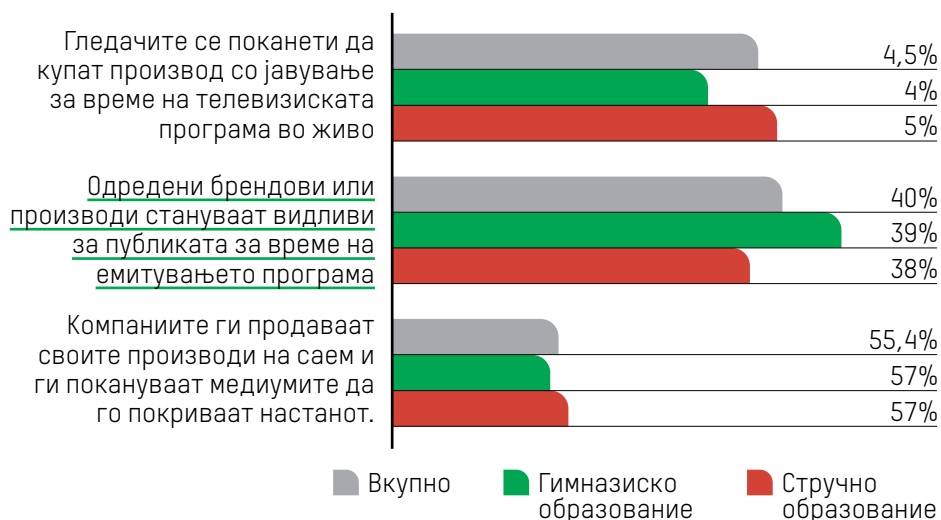
Во контекст на прашањето за плазирање производи, како форма на медиумско рекламирање, 42,3% од учениците сметаат дека плазирањето производи се случува кога брендovите стануваат видливи за време на емитувањето на програмата, додека за 39,7% плазирањето производи се случува кога гледачите се поканети да купат производ со јавување за време на телевизиска програма во живо. Помал процент (18%) од анкетираниите ученици сметаат дека под

овој поим се подразбира процесот кога компаниите ги продаваат своите производи на саем и ги покануваат медиумите да го покриваат настанот.

Вкрстените податоци по вид на училиште покажуваат дека учениците од гимназиско образование во поголем процент сметаат дека одговорот е точен оти одредени брендови/производи стануваат видливи при емитување во програма, во споредба со учениците од стручното образование (Слика 15).

**Слика 15.**

Пласирање производи, како форма на медиумско рекламирање,  
се случува кога:



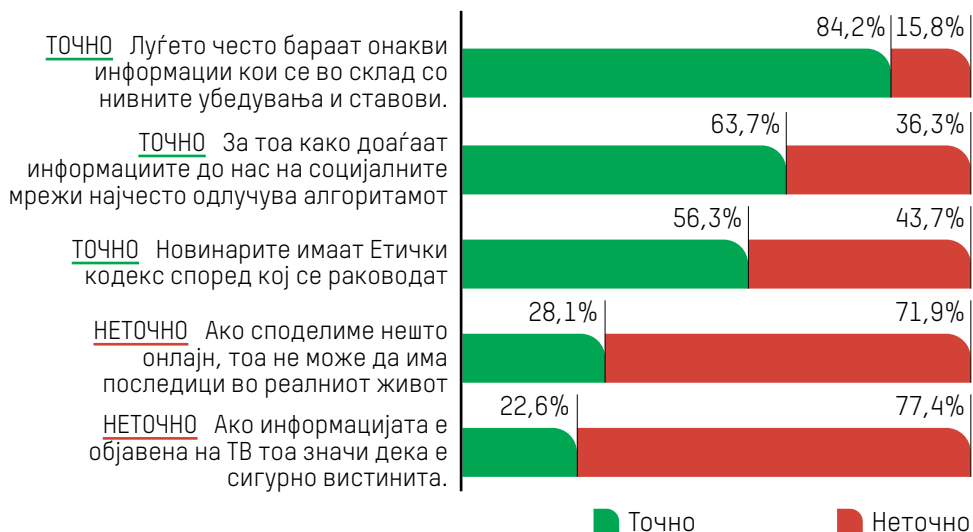
На следното прашање, учениците беа анкетирани за тоа дали сметаат дека се точни или неточни одредени ставови во врска со социјалните мрежи. Така, најголемо мнозинство ученици (84,2%) веруваат дека луѓето често бараат информации кои се во склад со нивните сопствени убедувања и ставови. Значителен дел од учениците (63,7%) се согласуваат дека информациите до кои доаѓаат на социјалните мрежи главно се контролирани од алгоритми. Повеќе од половина ученици (56,3%) веруваат дека новинарите имаат и следат етички кодекс, додека

43,7% сметаат дека тоа не е точно. Нешто повеќе од една четвртина (28,1%) од учениците сметаат дека ако споделат нешто онлајн, тоа не може да има последици во реалниот живот, за разлика од 71,9% од нив кои имаат спротивно мислење. Помал процент од испитаниците (22,6%) веруваат дека информациите објавени на ТВ се секогаш вистинити, додека мнозинството (77,4%) сметаат дека тоа не е точно (Слика 16).

Во однос на ова прашање не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиско и стручно образование.

### Слика 16.

Според тебе, што од следново е точно или неточно во врска со социјалните мрежи?



Како заклучок за наодите од вториот сегмент, може да се констатира дека поголемиот процент од учениците препознава што е дезинформација, а што мисинформација, иако овој процент би требало да биде многу поголем доколку сакаме да постигнеме вистинска медиумска писменост кај учениците од прва и втора година средно образование. Дополнително, треба да се провери колку навистина ја разбираат разликата (а не само колку ја препознаваат) и колку успешно можат да идентификуваат дезинформација или мисинформа-

ција на реални примери, а не само да ги разликуваат како дефиниции (како што е измерено во ова истражување). Понатаму, повеќето од учениците веруваат дека рекламите и пропагандата имаат за цел да нè убедат во нешто. Воедно, одговорите на прашањата во врска со реагирањето на шокантни информации упатуваат на тоа дека поголемиот дел од учениците користат начини на реагирање како што се проверка на веродостојноста на информацијата пред да реагираат или повлекување од екранот. Релативно високи се процентите на



детектирање на точни и погрешни одговори на понудените тврдења во врска со социјалните мрежи мерени во ова истражување. Сепак, треба да се има предвид не така занемарливиот процент на одговори кои упатуваат на незнаење или погрешно препознавање на вистинитоста на одредени тврдења, особено 28,1% кои сметаат дека ако споделиме нешто онлајн тоа не може да има последици во реалниот живот, како и дека ако информацијата е објавена на ТВ, тогаш таа е сигурно точна (22,6%). Ова покажува дека не така мал број ученици загрижувачки наивно (или незаинтересирано) пристапуваат кон социјалните мрежи и медиуми, што повторно упатува на потребата од стекнување дополнителни знаења и натамошно градење на нивниот критички став и медиумска писменост.



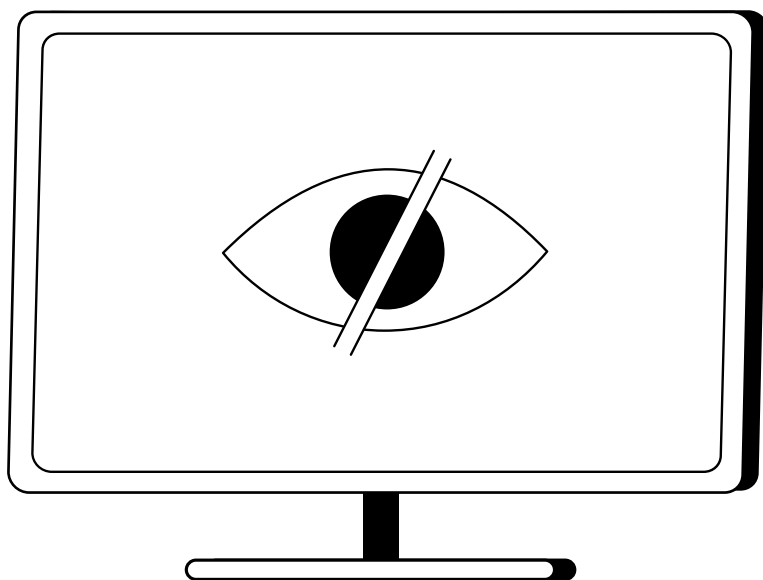
## 2. Телевизија

Во вториот дел од истражувањето фокусот е ставен врз перцепцијата на учениците за телевизијата како медиум и нејзиното влијание. Од суштинско значење е учениците критички да размислуваат, да препознаат квалитетна содржина и да го увидат потенцијалното влијание на медиумите врз обликувањето на општествените норми и вредности генерално.

На првото прашање од овој сет кое гласи „Што значи за тебе 'гледање телевизија'?“, половина од анкети-

раните ученици (51,7%) одговориле дека подразбираат гледање ТВ канали на телевизор во време кога програмите се емитуваат. Но, веќе за значителен број ученици (23,1%) овој поим има променето значење т.е. под него подразбираат гледање програми по барање, како Netflix и HBO на телевизор. Вкрстните податоци покажуваат дека за 9% повеќе гимназијалци отколку ученици во стручните училишта имаат ваков став (Слика 17).

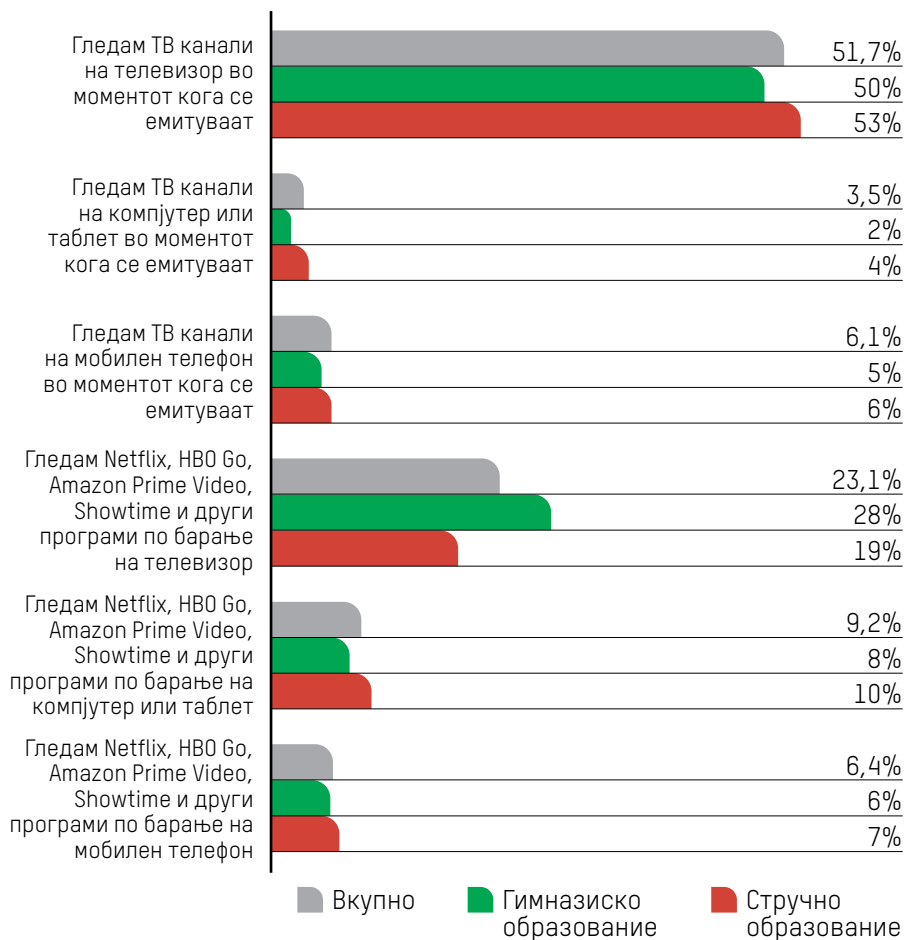
Не се забележани значајни статистички разлики во однос на полот на испитаниците.



Слика 17.

Што значи за тебе „гледање телевизија“?

Можни се повеќе одговори



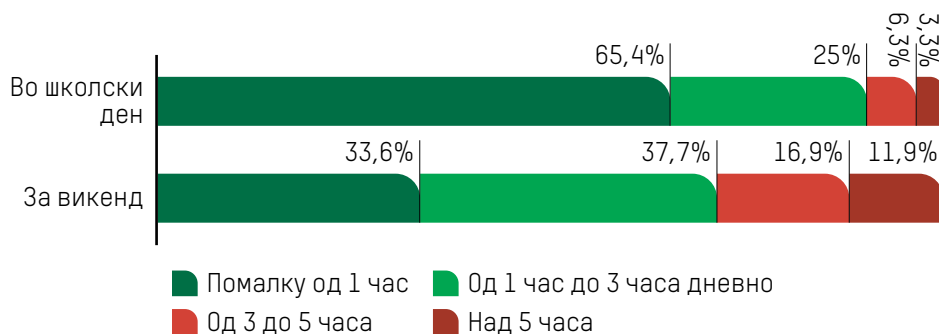
На следното прашање кое гласи: „Во просек, колку часа дневно гледаш телевизиски програми?“ најголем број ученици (65,4%) одговориле дека гледаат помалку од еден час телевизија во школски ден. За време на викендите гледањето телевизија се зголемува,

односно околу 37,7% од учениците гледаат телевизија од 1 до 3 часа дневно, што е повеќе изразено кај ученичките. Еден од десет ученици (11,9%) во просек гледа телевизија повеќе од 5 часа за време на викендите.

Во однос на ова прашање не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиското и стручното образование (Слика 18).

**Слика 18.**

Во просек, колку часа дневно гледаш телевизиски програми?



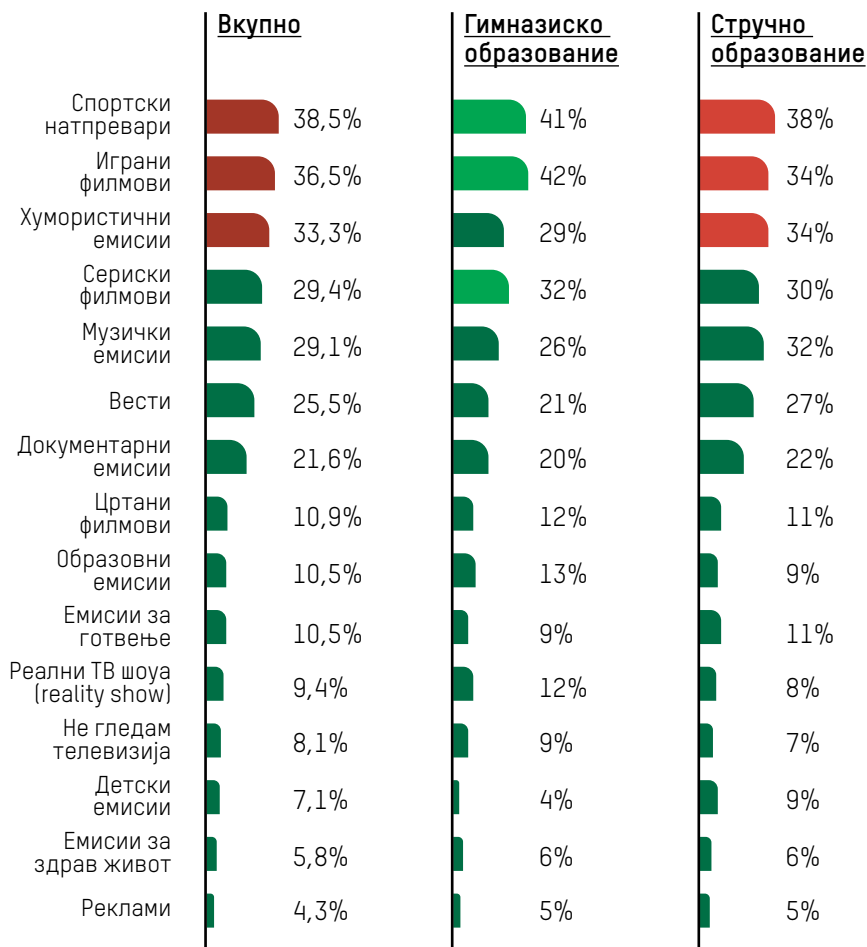
Понатаму, учениците беа анкетирани за тоа што најмногу гледаат на телевизија. Најмногу гледаат спортски натпревари (38,5%), а на второ место се играните филмови (36,5%). Хумористичните емисии се на трето место со 33,3%.

Според вкрстените резултати, за учениците од гимназиско образование на прво место по гледаност се играните филмови, за разлика од учениците од стручните училишта коишто на прво место ги издвојуваат спортските натпревари (Слика 19).

**Слика 19.**

Што најмногу гледаш на телевизија?

*Можни се до три одговори*



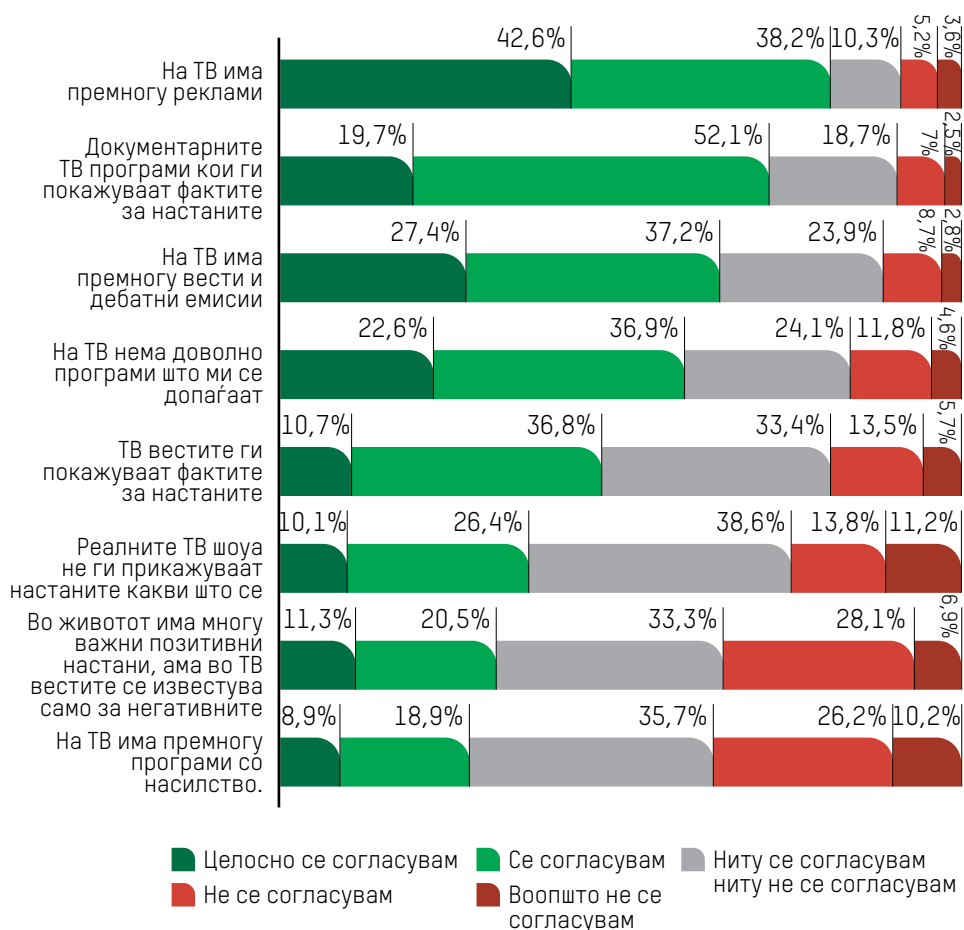
Учениците кои беа анкетирани одговараа на неколку ставови во однос на ТВ програмите. Така, осум од десет ученика сметаат дека на ТВ има премногу реклами (целосно се согласуваат 42,6%, се согласуваат 38,2%). За седум од десет ученика

документарните ТВ програми ги покажуваат точните факти за настаните (целосно се согласуваат 19,7%, се согласуваат 52,1%). Шест од десет ученика се согласни дека на ТВ има премногу вести и дебатни емисии (27,4% целосно се согласу-

ваат, 37,2% се согласуваат), како и дека нема доволно програми што им се допаѓаат (22,6% целосно се согласуваат, 36,9% се согласуваат).

### Слика 20.

На скала од 1 до 5 во кој степен се согласуваш или не се согласуваш со следниве ставови?

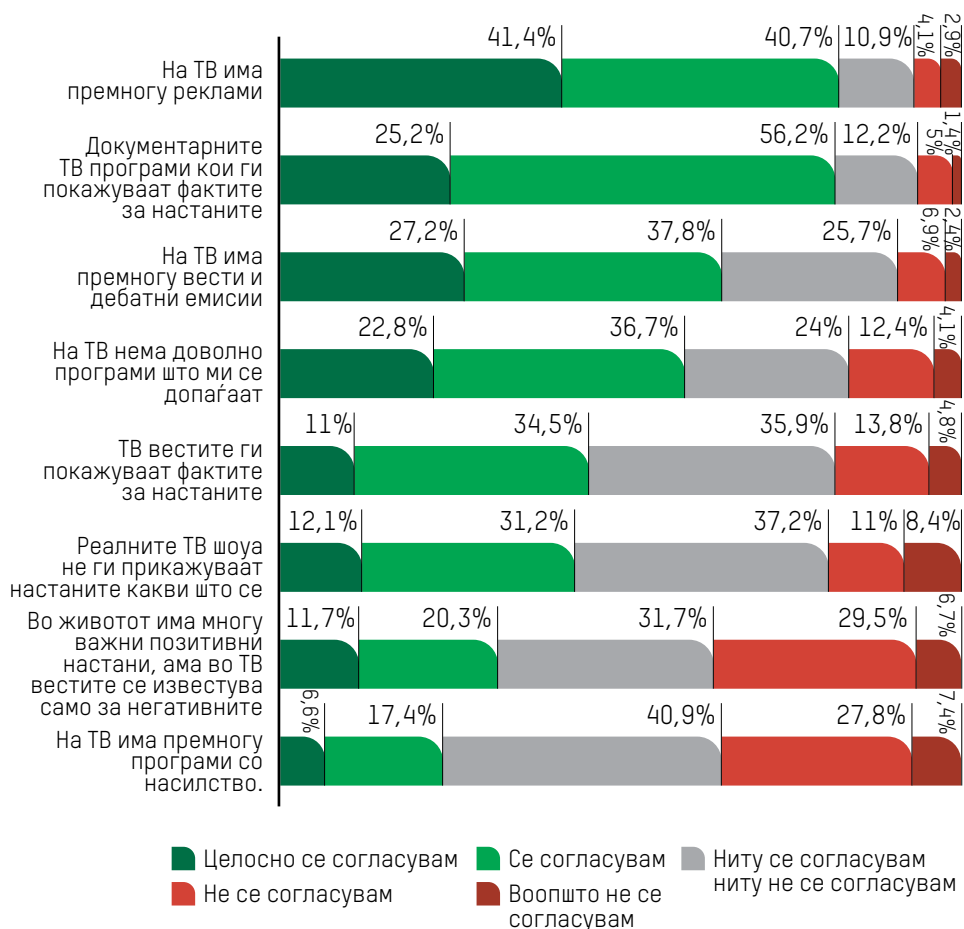


Околу 36% не се согласуваат дека на ТВ има премногу програми со насилство и исто толку се неутрални по однос на овој став, додека 28% се согласуваат. Ставовите се безмалку рамномерно распределени

во поглед на ставот „Во животот има многу важни позитивни настани, ама во ТВ вестите се известува само за негативните“ - 35% не се согласуваат, 33,3% се неутрални, а 32% се согласуваат (Слика 20).

**Слика 20.1.**

На скала од 1 до 5 во кој степен се согласуваш или не се согласуваш со следниве ставови? Вкрстени резултати – Гимназиско образование

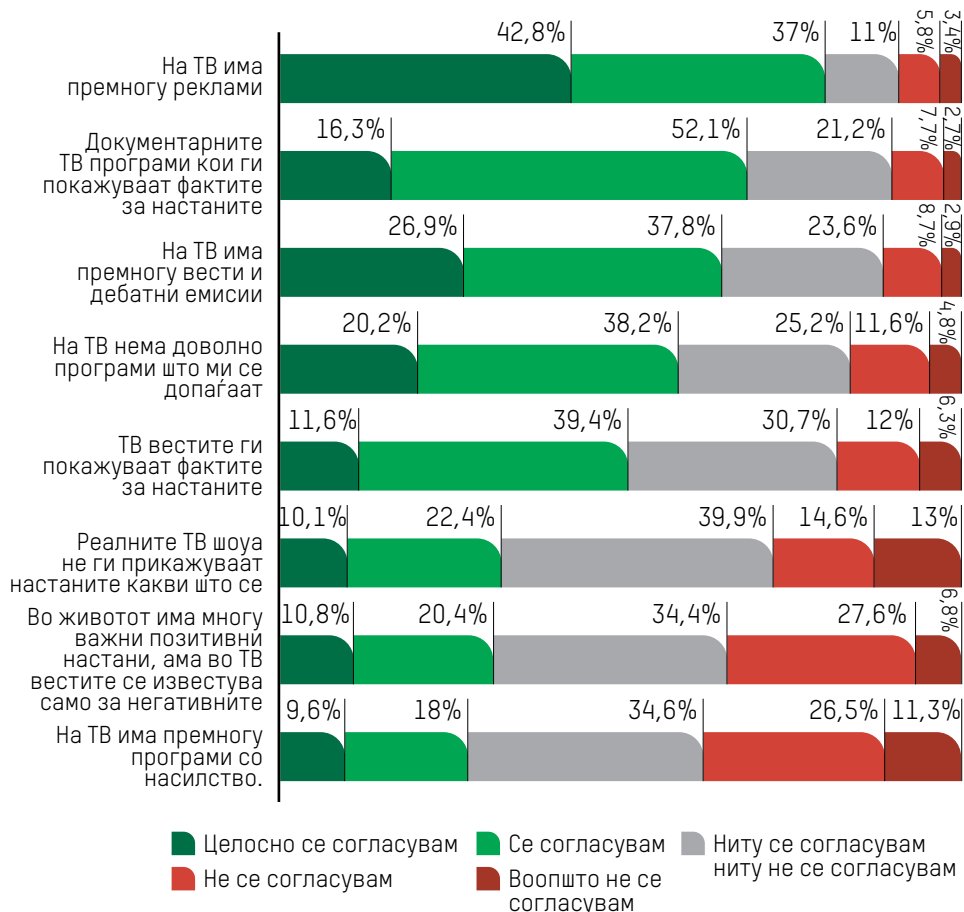


Во однос на ова прашање не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиско и стручно образование со исклучок на документарните ТВ програми кои во поголема мера (25,2% - целосно се согласуваат) се перципирани

од страна на гимназијалците како емисии во кои се прикажуваат факти, за разлика од учениците во стручните училишта (16,3% целосно се согласуваат). (Слика 20.1 и 20.2)

### Слика 20.2.

На скала од 1 до 5 во кој степен се согласуваш или не се согласуваш со следниве ставови? Вкрстени резултати – Стручно образование





Краток сумарен заклучок за овој сегмент би бил дека учениците гледаат телевизија секојдневно (иако пократко за време на работната недела), а времетраењето на гледање се зголемува за викендите, кога 28,8% гледаат телевизија подолго од 3 часа на ден. На прво место учениците гледаат спортски натпревари (38,5%), потоа играни филмови (36,5%), па хумористични емисии (33,3%). Според најголемиот дел од нив на телевизија има премногу реклами, вести и дебатни емисии и нема доволно програми што им се допаѓаат. Кога станува збор за документарните ТВ програми, учениците генерално сметаат дека тие ги покажуваат точните факти за настаните. Сличен став имаат и за ТВ вестите, каков што е дневникот. Оценките се поделени околу преголемото присуство на програми со насилство, па така приближно исто ги има оние кои не се согласуваат со ваквото тврдење и оние кои имаат неутрален став. Нешто помал број од учениците се согласуваат дека на ТВ има премногу вакви програми. Ставовите се безмалку рамномерно распределени во поглед на ставот дека во животот има многу важни позитивни настани, ама

во ТВ вестите се известува само за негативните. Во поглед на реалните шоуа кои се емитуваат на телевизија, не така мал процент (27,6%) сметаат дека истите ги прикажуваат настаните какви што се, додека 36,5% сметаат дека тоа не е така. Неутрален став по ова прашање имаат 39,9% од учениците. Овие наоди стануваат индикативни кога се анализираат заедно со користењето на интернетот и социјалните мрежи.

### **3.1. Интернет**

Во ера на дигиталната трансформација, интернетот е неизбежен елемент на секојдневието, особено за учениците во средното образование. Пристапот до интернет отвора врати кон нови можности, но и предизвици, што влијае на нивната комуникација, знаење и општо – на разбирањето на светот околу нив. Сепак, важно е да се напомене дека пристапот до интернет не е само техничко дејствие, туку и искуство што влијае врз развојот на учениците. Така, интернетот игра значајна улога во животот на средношколците, обезбедувајќи им пристап до забава, информации и образовни ресурси. Меѓутоа, за-

бележана е потреба од надградба на нивните вештини за критичко размислување и безбедност на интернет, за да можат подобро да ја искористат потенцијалната корист од овие ресурси од една страна и да ги минимизираат ризиците од друга.

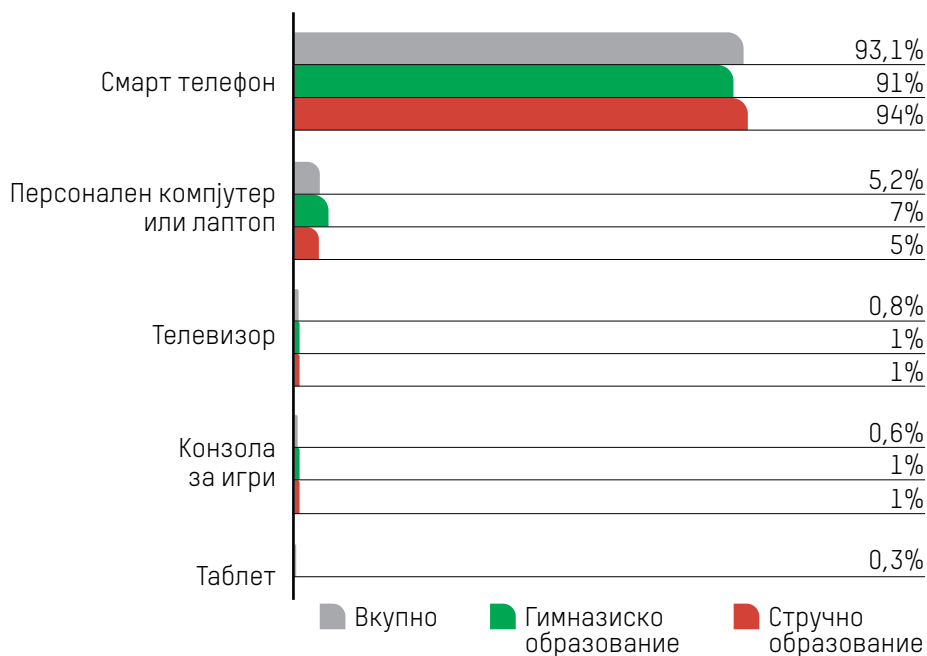
На прашањето преку што најчесто учениците пристапуваат на интернет, огромно мнозинство (93,1%) одговориле дека пристапуваат преку паметен телефон. Многу мал процент (5,2%) одговориле дека пристапуваат преку персонален компјутер/лаптоп.

Во однос на ова прашање не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиско и стручно образование (Слика 21).



**Слика 21.**

Преку што најчесто одиш/пристапуваш на интернет?

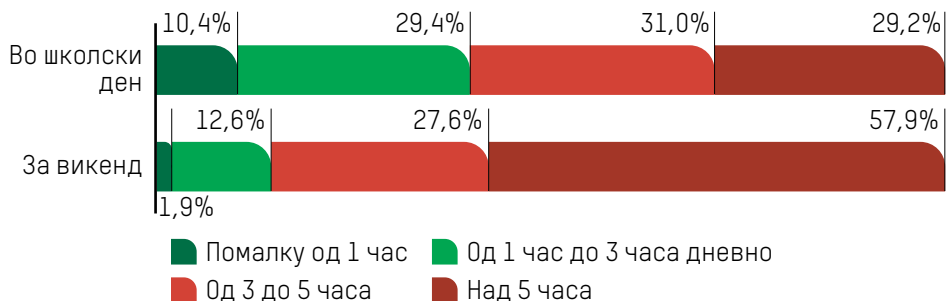


Во однос на прашањето: „Во просек, колку часа дневно активно користиш интернет?“, во школски ден околу 40% од учениците користат интернет до 3 часа дневно (од нив 10% поминуваат помалку од 1 час на интернет), од 3 до 5 часа на интернет се 31% и над 5 часа – 29,2%.

За време на викенд ситуацијата е значајно поразлична со тоа што најголем дел од учениците (57,9%) дневно активно користат интернет повеќе од 5 часа, 27,6% го користат од 3-5 часа и околу 15% користат интернет до 3 часа дневно (Слика 22).

## Слика 22.

Во просек колку часа дневно активно користиш интернет?

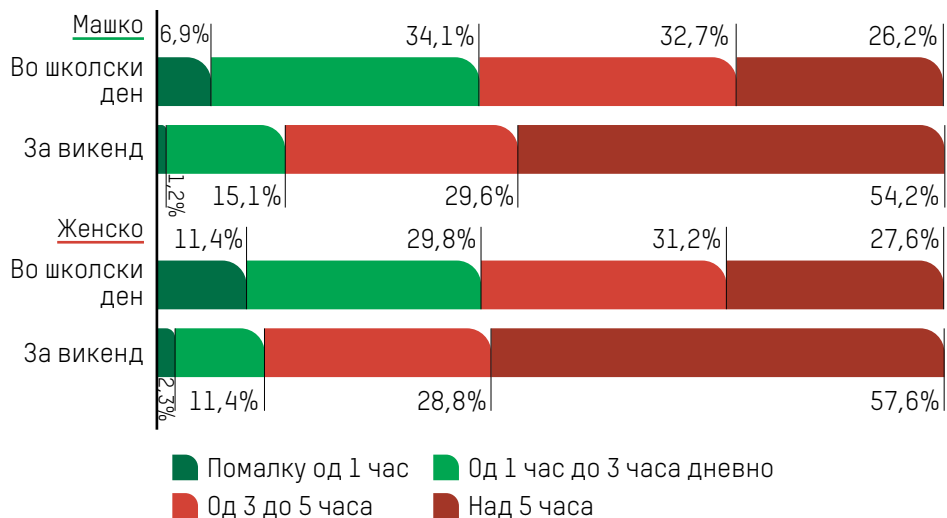


Не се забележани значајни статистички разлики во однос на полот на испитаниците (Слика 22.1).

## Слика 22.1.

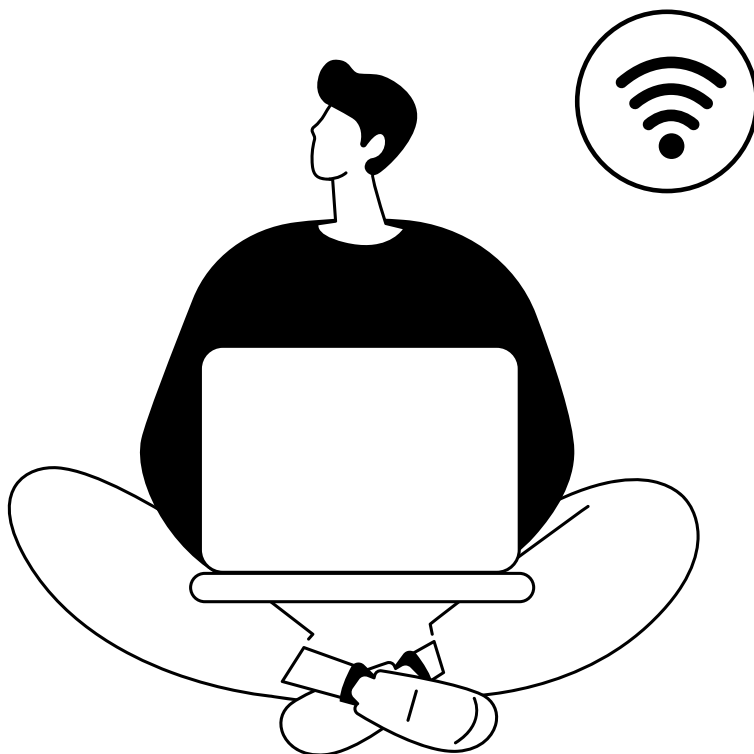
Во просек колку часа дневно активно користиш интернет?

Вкрстени резултати според пол



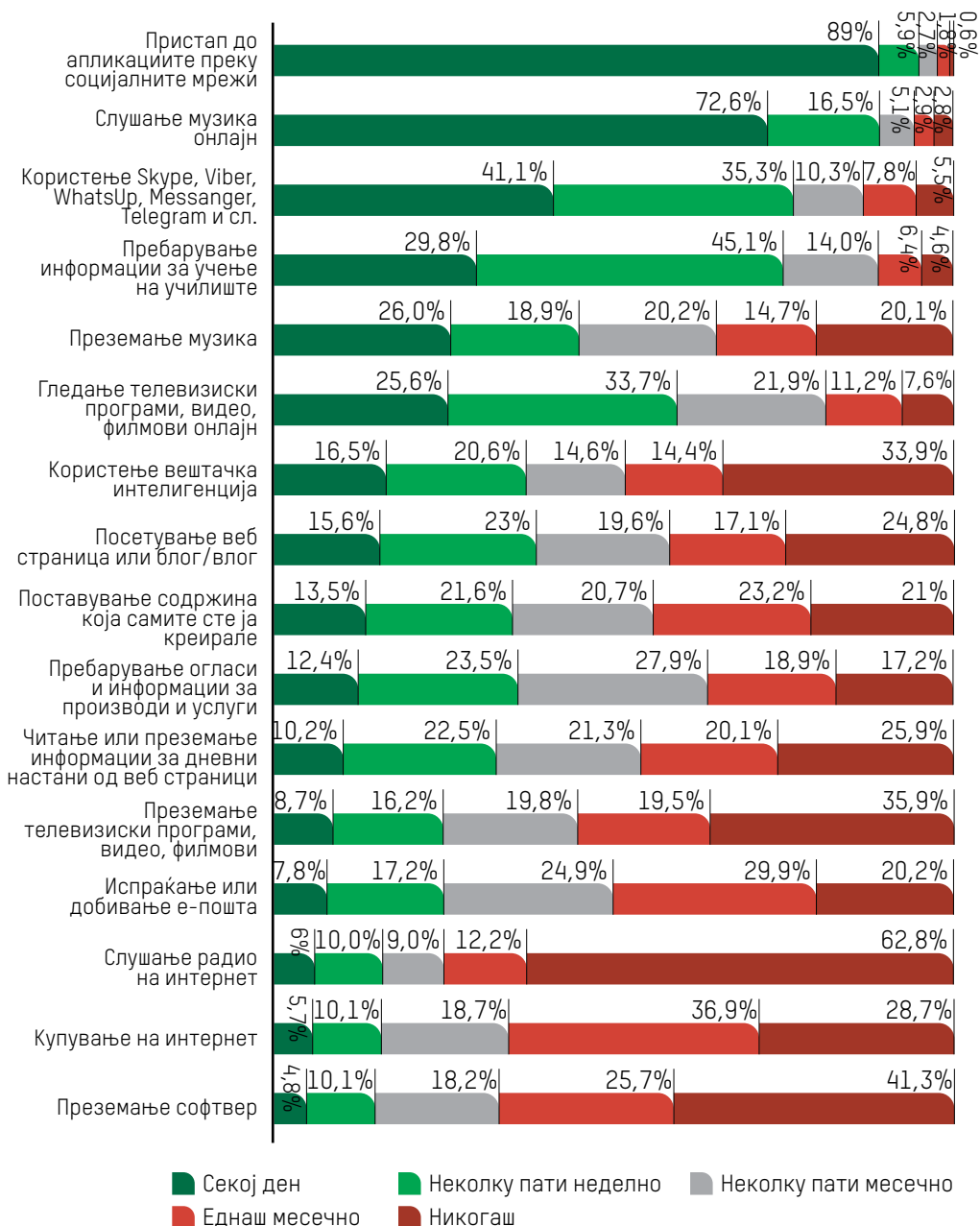
Во однос на интензитетот на практикување различни активности на интернет, учениците се изјасниле дека најмногу употребуваат социјални мрежи (89% секој ден) и слушаат музика онлајн (72,6% секој ден). Активностите како користење Скајп, WhatsApp, Messenger, Телеграм (41,1% секојдневно и дополнителни 35,3% неколку пати неделно) и пребарување информации за учење на училиште (29,8% секој ден и 45,1% неколку пати неделно) исто така заземаат значителен дел од интернет активностите на учениците.

Уште една активност која често се прави (59,3% од кои 25,6% секојдневно и 33,7% неколку пати неделно) е гледањето ТВ програми, видеа и филмови онлајн. Интересен е податокот дека наспроти ова, учениците не преземаат ТВ програми, видеа и филмови од интернет – тоа никогаш не го направиле 35,9%, а еднаш месечно го сториле 19,5%. Мнозинство ученици (62,8%) никогаш не слушаат радио на интернет (Слика 23).



**Слика 23.**

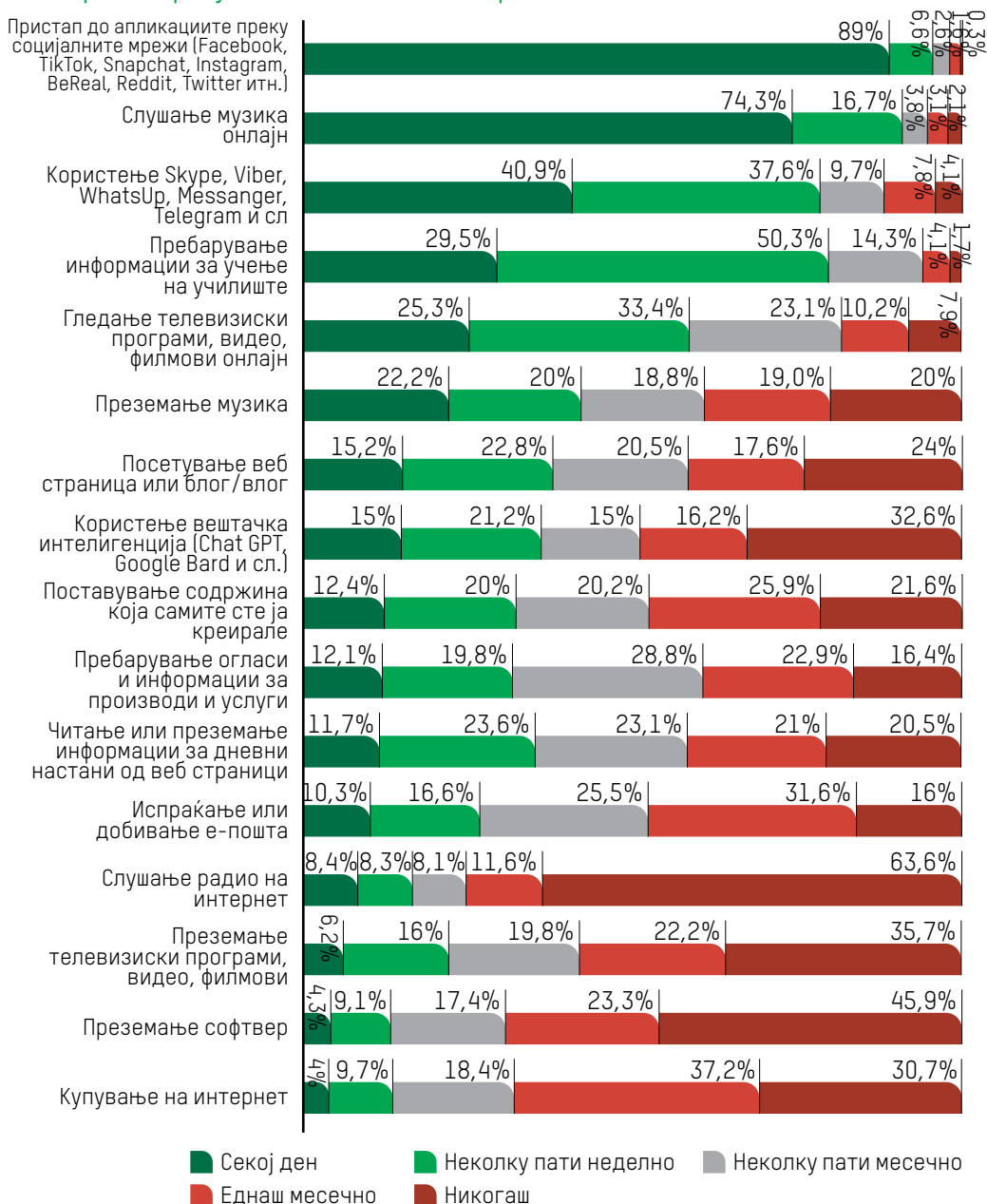
Колку често ја практикуваш секоја од следниве активности?



Слика 23.1.

Колку често ја практикуваш секоја од следниве активности?

Вкрстени резултати – Гимназиско образование



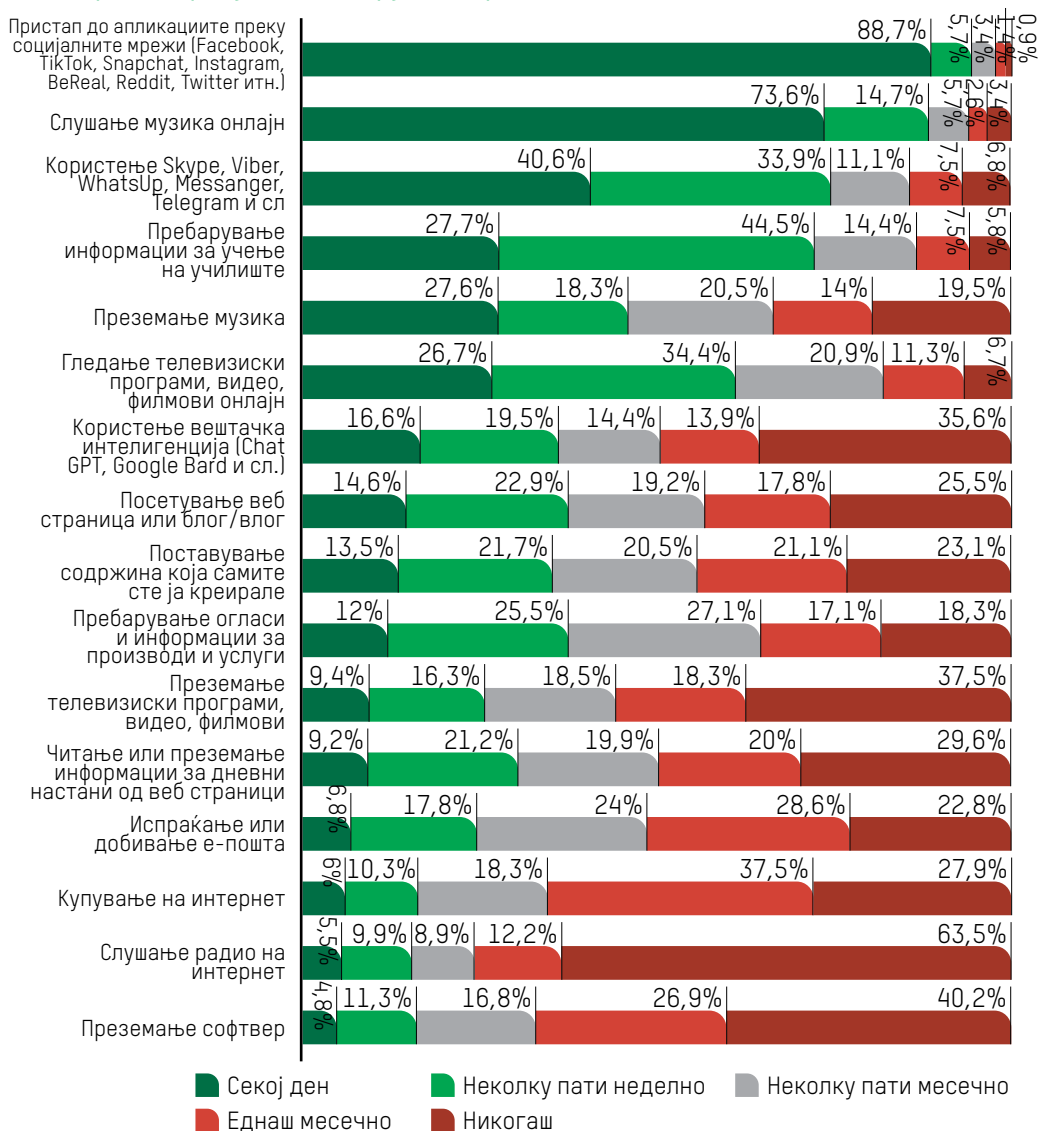
Во однос на ова прашање не се согледани значајни статистички разлики помеѓу учениците од гим-

назиско и од стручно образование. (Слика 23.1 и 23.2)

### Слика 23.2.

#### Колку често ја практикуваш секоја од следниве активности?

#### Вкрстени резултати – Стручно образование





На прашањето кои содржини учениците најмногу ги гледаат на интернет, за повеќе од половина (62%) тоа се Тик ток видеа. На второ место, со 46% се кратките видеа (рилс) на Инстаграм, а на трето учениците ја издвојуваат музиката како најчесто слушана содржина

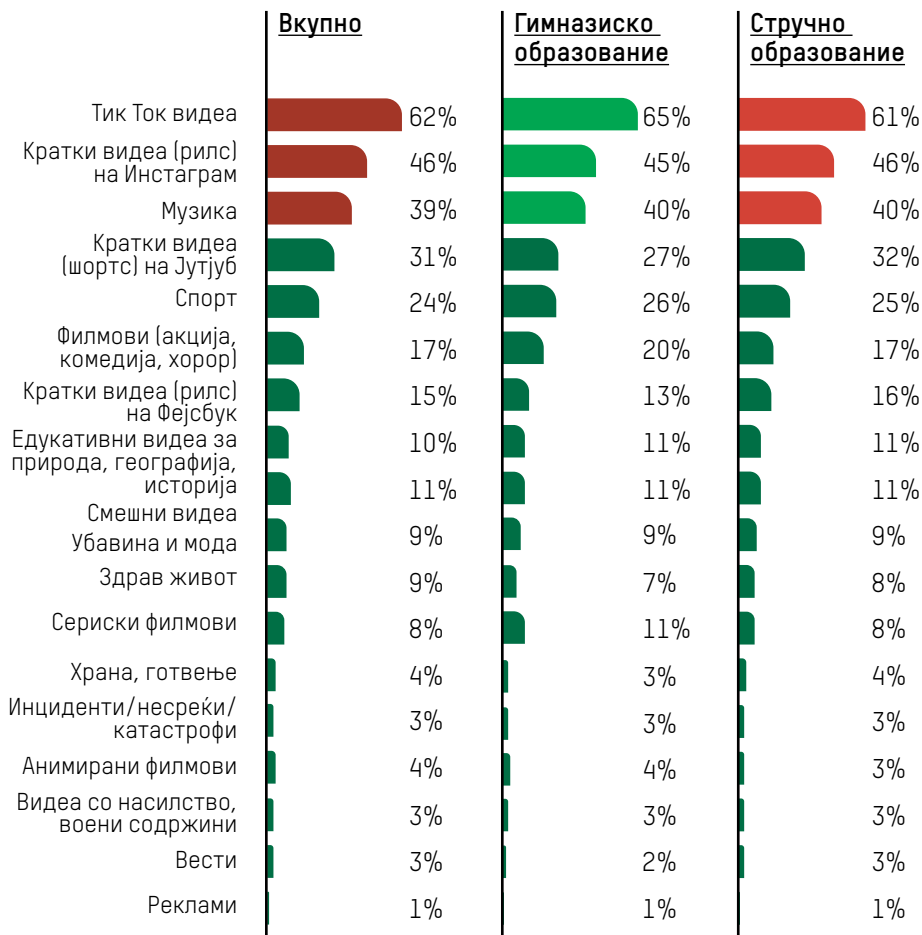
на интернет (39%). На четврто место се издвоени кратките видеа (шортс) на Јутјуб (31%).

Во однос на ова прашање не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиско и стручно образование (Слика 24).

**Слика 24.**

Какви содржини најмногу гледаш на интернет (на социјалните мрежи или на веб страници)?

*Можни се до три одговори*



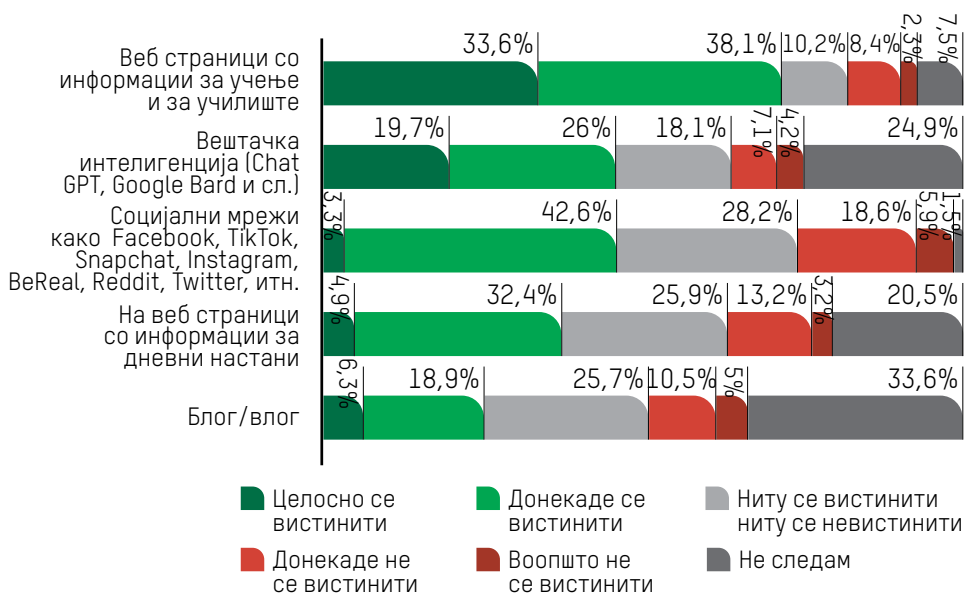
На прашањето: „На скала од 1 до 5, каде што 1 значи воопшто не се вистинити и 5 значи целосно се вистинити, колку сметаш дека се вистинити содржините објавени на социјалните мрежи“ (Слика 25), една четвртина сметаат дека не се вистинити (18,6% одговориле – донекаде не се вистинити, а 5,9% - воопшто не се вистинити). За разлика од нив, речиси половина ученици сметаат дека содржините се вистинити (целосно се висти-

нити 3,3%, донекаде се вистинити 42,6%).

Големо мнозинство од учениците сметаат дека веб страниците со информации за учење се вистинити (целосно се вистинити 33,6%, донекаде се вистинити 38,1%), вкупно 10% се скептични и исто толку се неутрални. Вештачката интелигенција генерира вистинита содржина за речиси половина ученици (целосно се вистинити 19,7%, донекаде се вистинити 26%),

**Слика 25.**

На скала од 1 до 5, колку сметаш дека се вистинити содржините објавени на:



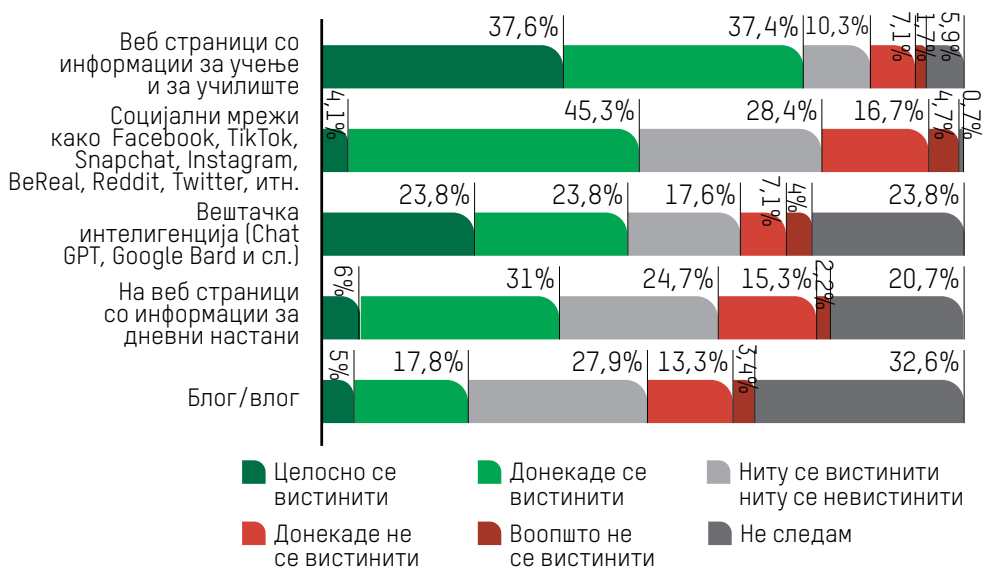
Околу 37,3% од испитаниците сметаат дека содржините на веб-страниците со информации за дневни настани се вистинити (целосно се вистинити 4,9%, донекаде се вистинити 32,4%), додека една четвртина сметаат дека содржините на блог или влог се вистинити (целосно се вистинити 6,3%, донекаде се вистинити 18,9%).

Околу 37,3% од испитаниците сметаат дека содржините на веб-страниците со информации за учење и за училиште се вистинити (целосно се вистинити 4,1%, донекаде се вистинити 45,3%), додека една четвртина сметаат дека содржините на социјални мрежи како Facebook, TikTok, Snapchat, Instagram, BeReal, Reddit, Twitter, итн. се вистинити (целосно се вистинити 23,8%, донекаде се вистинити 23,8%), додека една четвртина сметаат дека содржините на вештачка интелигенција (Chat GPT, Google Bard и сл.) се вистинити (целосно се вистинити 6%, донекаде се вистинити 31%), додека една четвртина сметаат дека содржините на веб-страниците со информации за дневни настани се вистинити (целосно се вистинити 5%, донекаде се вистинити 17,8%), додека една четвртина сметаат дека содржините на блог/влог се вистинити (целосно се вистинити 27,9%, донекаде се вистинити 13,3%), додека една четвртина сметаат дека содржините на блог/влог се вистинити (целосно се вистинити 5,9%, донекаде се вистинити 17,1%), додека една четвртина сметаат дека содржините на блог/влог се вистинити (целосно се вистинити 4,7%, донекаде се вистинити 0,2%).

### Слика 25.1

На скала од 1 до 5, колку сметаш дека се вистинити содржините објавени на:

Вкрстени резултати – Гимназиско образование

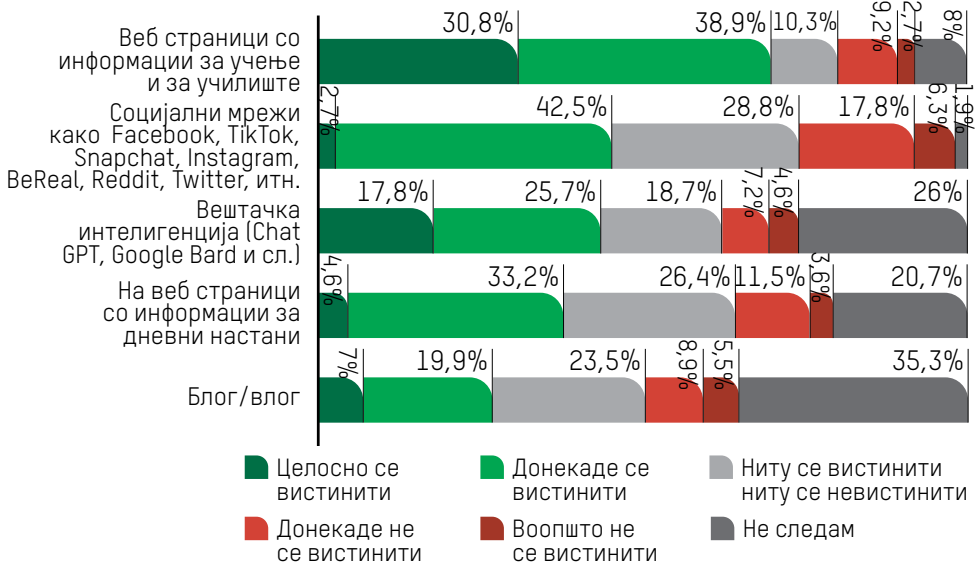


Во однос на ова прашање не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиско и стручно образование. (Слика 25.1 и 25.2)

## Слика 25.2

На скала од 1 до 5, колку сметаш дека се вистинити содржините објавени на:

Вкрстени резултати – Стручно образование



Следното прашање имаше за цел да утврди какви се ставовите во врска со однесувањето на интернет (Слика 26). Мнозинство анкетирани ученици одговориле дека многу лесно се снаоѓаат на интернет (24,2% целосно се согласуваат, 44,2% се согласуваат). Потоа, 62% од учениците одговориле дека преку социјалните мрежи стекнуваат нови знаења и вештини (13,5% целосно се согласуваат, 48,2% се согласуваат).

Во анкетата, 58,6% од учениците покажуваат дека имаат знаење за тоа како да останат безбедни на интернет, со 16% кои целосно се согласуваат и 42,6% кои се согласуваат со оваа изјава. Сепак, не е занемарлив процентот на учениците кои одговараат дека немаат изграден став по ова тврдење (24,2%) или пак не се согласуваат со истото (17,2%). Спротивно на тоа, кога станува збор за можноста за заштита на личните инфор-

мации на интернет во споредба со реалниот живот, поделбата е помала, но сè уште значителна: 46,5% од испитаниците веруваат дека е полесно да се сокријат информациите за себе на интернет, со 12,7% кои целосно се согласуваат и 33,8% кои се согласуваат. Сепак, значајно е да се имаат предвид и одговорите кои укажуваат дека учениците или немаат изграден став по ова прашање (22,1%) или не се согласуваат со истото (31,5%). Дополнително, анкетата открива дека 36,2% од испитаниците се чувствуваат пријатно користејќи социјални мрежи, со 9,6% кои целосно се согласуваат и 26,6% кои се согласуваат. Овде треба да се има предвид дека не така мал процент (26,1%) соопштуваат дека не се согласуваат со ова тврдење, односно не се чувствуваат пријатно на социјалните мрежи. Слично на ова, околу 40% од испитаниците не се согласуваат со ставот дека социјалните мрежи негативно влијаат на нив (13,6% воопшто не се согласуваат, 26,7% не се согласуваат). Сепак, речиси исто толку (41,1%) немаат изграден став по однос на ова прашање. Ставот дека социјалните мрежи се замена за други друштвени контакти

не го поддржуваат 37,3%, меѓутоа приближно исто толку (32,8%) сметаат дека тие се замена за другите друштвени контакти, а 30% остануваат со неутрален став во врска со ова.

Користењето на социјалните мрежи за формирање сопствено мислење е поддржано од 26,1% од учениците, што е податок кој не треба да се занемари во услови кога дополнителни 38,6% немаат изграден став по ова прашање. Не така мал процент ученици – 23,5% се согласуваат дека им е полесно да разговараат на интернет, отколку во живо. Спротивно на тоа, 55,5% не се согласуваат со ова тврдење. Во отсуство на попродуктивни податоци за причините зошто некому му е полесно да разговара на интернет отколку во живо, со доза на резерва, сепак може да се претпостави дека извесен процент на ученици го смета интернетот за „комфорна зона“ за комуницирање со другите. Можеби поради намалување на социјалната анксиозност или намалување на срамежливоста и на притисокот за тоа како изгледаат во очите на другите додека комуницираат со нив, притисокот да разговараат

отворено и искрено кога се соочени лице в лице, можноста да ги прикријат емоциите и слично. Оттука, ваквиот наод заслужува на тамошно подетално истражување.

Понатаму, 20,1% се согласиле дека социјалните мрежи им помагаат да решат лични проблеми, за разлика од 49,2% кои не се согласиле со ваквото тврдење и 30,7% кои не се определни по ова прашање. Овој наод (20,1%) поврзан со дел од погоре споменатите наоди, според кои: речиси половина ученици сметаат дека содржините објавени на социјалните мрежи се вистинити (вкупно 45,9%), потоа над една четвртина (28,1%) сметаат дека ако споделат нешто онлајн, тоа не може да има последици во реалниот живот, како и дека 22,6% од испитаниците веруваат дека информациите објавени на ТВ се секогаш вистинити, упатува на претпазливост, бидејќи не така занемарлив процент од учениците се во позиција да бидат под ризик од потпаѓање под влијание на дезинформации и/или пропаганда. Меѓу учениците, 60,3% не се согласуваат дека на интернет чувствуваат поголема самодоверба отколку во реалниот живот, до-

дека за 17,3% токму тоа е случај. Речиси иста распределба на одговори се забележува на следното тврдење, според кое на интернет е полесно да се зборува за лични работи. Со ваквото тврдење не се согласуваат 60,1% од учениците, а се согласуваат 17,9%. Овие резултати (17,3% и 17,9% соодветно), се надоврзуваат на претходно споменатите 23,5% од учениците кои се согласуваат дека им е полесно да разговараат на интернет отколку во живо и повторно упатуваат на претпоставката дека извесен процент ученици го смета интернетот за „комфорна зона“ за комуницирање со другите, заради надминување на некои лични предизвици кои можеби потекнуваат од социјалните контакти и средина.

Мнозинство од учениците не се согласуваат дека разговорот на интернет е многу поинтересен од оној во реалниот живот (31,9% воопшто не се согласуваат, 37,1% не се согласуваат). Исто така, 64,1% не се согласуваат дека на социјалните мрежи кажуваат или прават работи што никогаш не би ги направиле во живо (28,4% воопшто не се согласуваат, 35,7% не се согласуваат).

Анализирајќи ги последните три ставови од Слика 26 подолу, можеме да забележиме некои аспекти на односот на учениците кон социјалните мрежи и интернет комуникацијата. За првиот став, 4,9% од испитаниците целосно се согласуваат и 11,7% се согласуваат дека на интернет е 'COOL' да бидеш не-сериозен и непристоен, што вкупно изнесува 16,6% кои позитивно гледаат на овој аспект на интернет однесувањето. Од друга страна, вкупно 62,3% (33,9% кои не се согласуваат и 28,4% кои воопшто не се согласуваат) не го поддржуваат ова мислење, што укажува на тоа дека преовладување мислењето дека сериозноста и пристојноста се важни и на интернет.

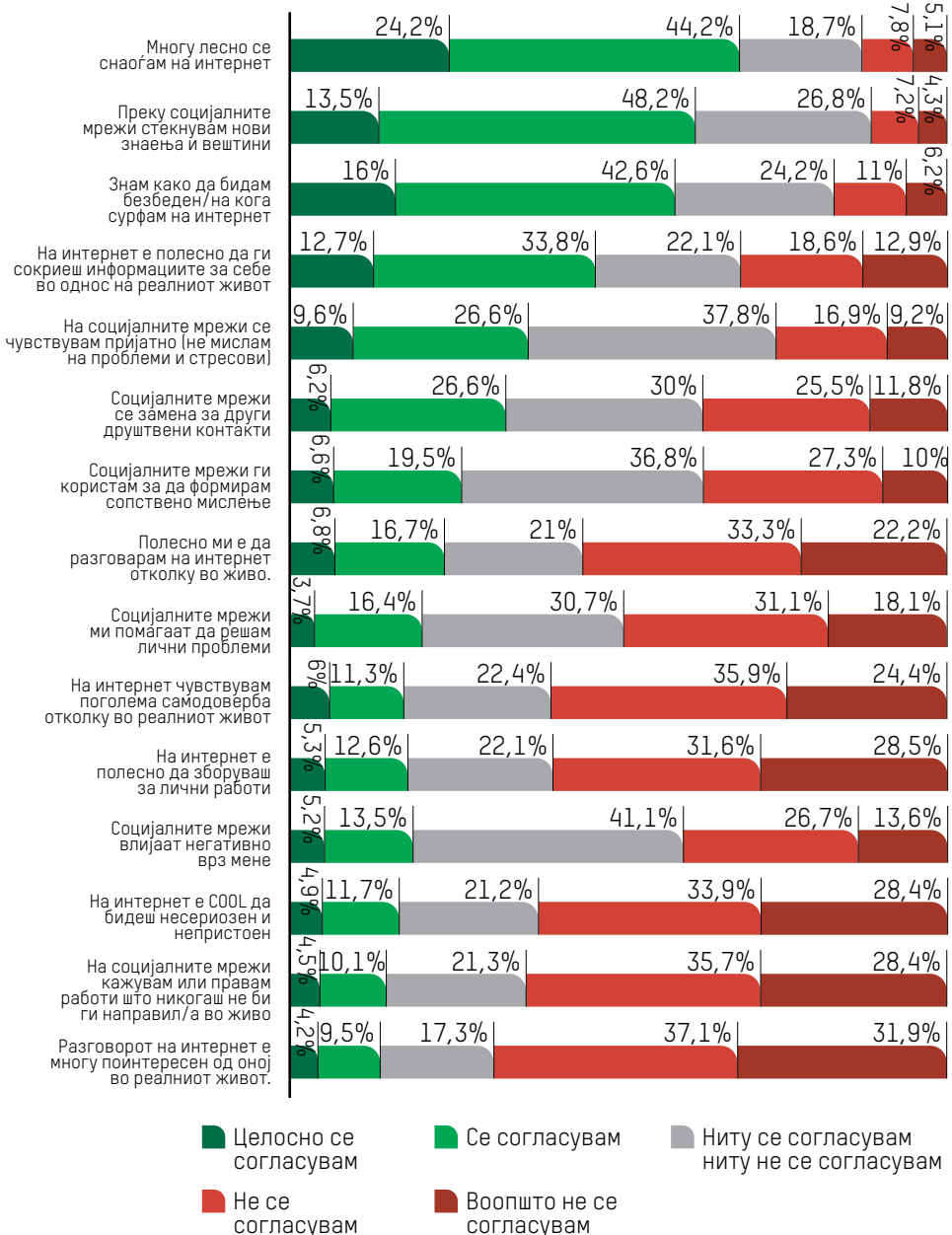
За вториот став, мал процент од испитаниците, 4,5% целосно се согласуваат и 10,1% се согласуваат дека на социјалните мрежи кажуваат или прават работи што никогаш не би ги направиле во живо - вкупно 14,6%. Ова може да сугерира дека за одреден број ученици, социјалните мрежи создаваат простор каде се чувствуваат послободно да изразат аспекти од својата личност кои вообичаено не би ги покажале. Спротивно на тоа,

значително повеќе, 64,1% (35,7% кои не се согласуваат и 28,4% кои воопшто не се согласуваат), не се согласуваат со ова тврдење, покажувајќи дека социјалните мрежи не претставуваат место за извршување на такви дејства.

Конечно, со третиот и последен став, 4,2% целосно се согласуваат и 9,5% се согласуваат дека разговорот на интернет е многу поинтересен од оној во реалниот живот, вкупно 13,7%. Ова може да индицира дека постои мала група ученици кои сметаат дека дигиталните комуникации може да понудат нешто што реалниот живот не може. Сепак, повеќето испитаници, 69% (37,1% кои не се согласуваат и 31,9% кои воопшто не се согласуваат), не го споделуваат ова мислење, истакнувајќи ја важноста на личните, лице в лице комуникации.

**Слика 26.**

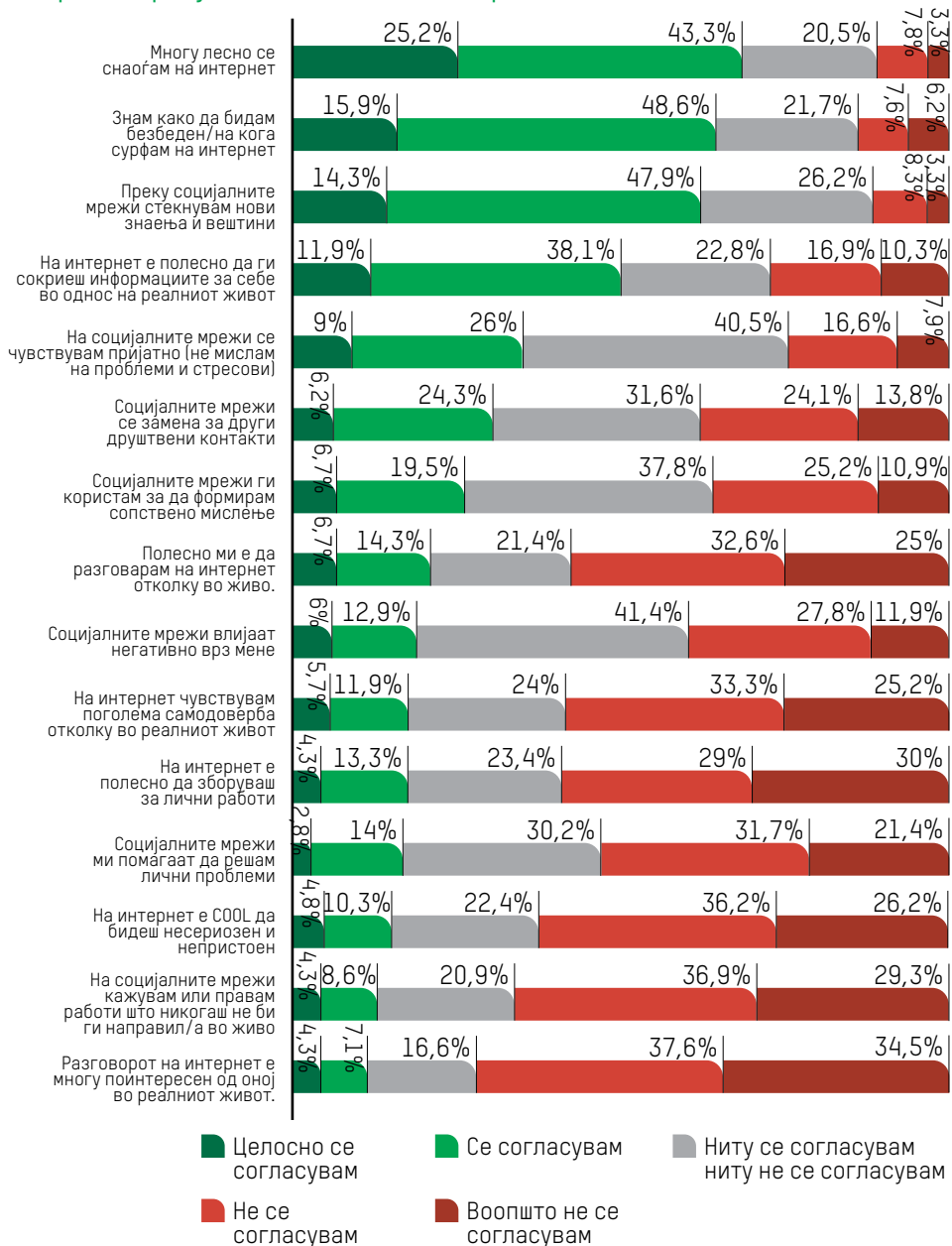
Во кој степен се согласуваш или не се согласуваш со следниве ставови?





Слика 26.1.

Во кој степен се согласуваш или не се согласуваш со следниве ставови? Вкргтени резултати – Гимназиско образование

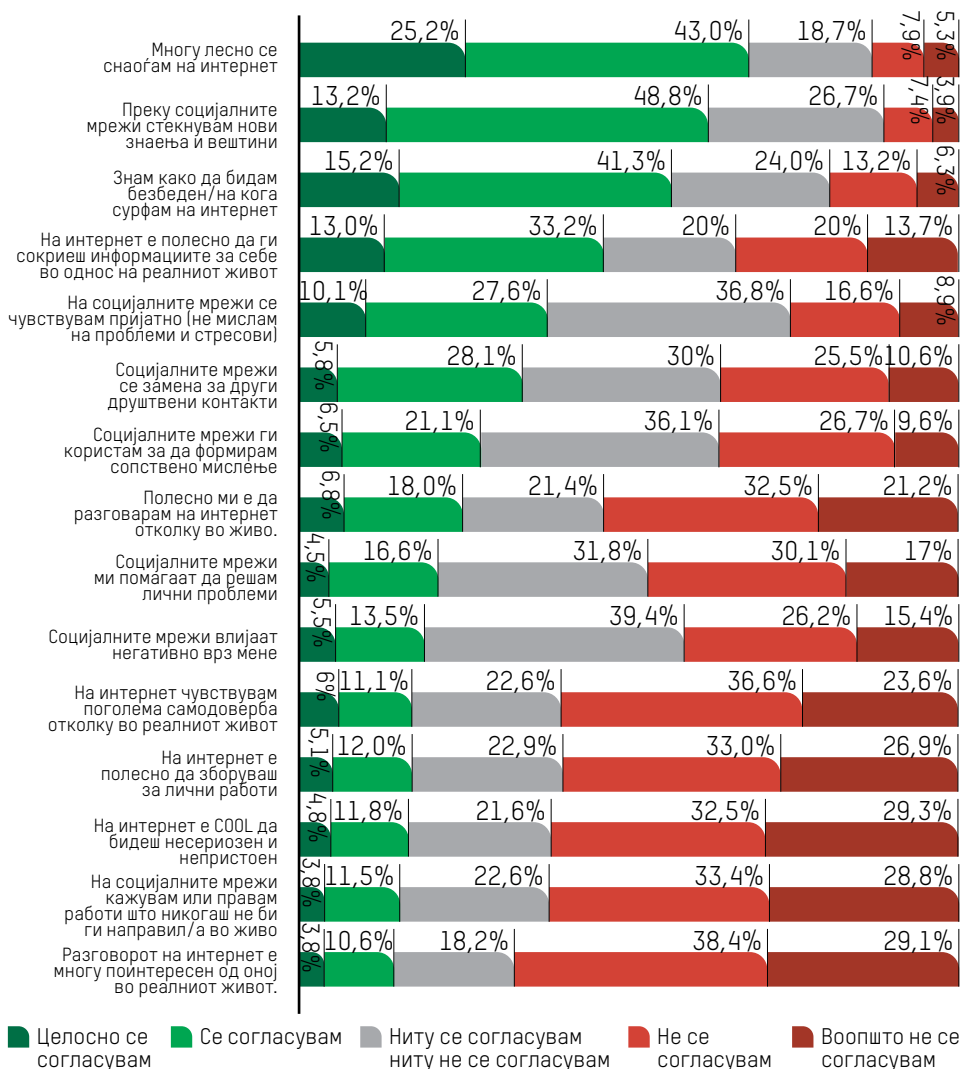


Во однос на ова прашање не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиско и стручно образование. (Слика 26.1 и 26.2)

### Слика 26.2.

Во кој степен се согласуваш или не се согласуваш со следниве ставови?

Вкрстени резултати – Стручно образование



Следниот сет прашања испитува кои активности учениците сакаат или не сакаат да ги прават на интернет (Слика 27). Мнозинство од учениците (64,1%) имаат поставено фотографии на веб страница или на социјална мрежа, 41,6% поставиле фотографија на која додале филтри и ја уредиле (дополнителни 11,3% би сакале да го сторат тоа), а 37,1% не би сакале да го направат ова. Кратко видео не би сакале да направат и да го постават на веб-страница/социјална мрежа 40,8%, но 38% го направиле тоа, а уште 9,6% би сакале. Слична е ситуацијата и со вклучувањето во живо на Фејсбук, Јутјуб, Инстаграм и слично - околу 44,5% не би сакале да го сторат тоа, но 37,1% го сториле, а 8,7% би сакале да го направат. Исто така, 40,7% не би сакале да напишат текст и да го објават на веб-страница/социјална мрежа, но 23,8% тоа веќе го направиле, а 19% би сакале да го сторат. Вкупно 49,5% веќе имаат направено мим или гиф (29,6%) или пак би сакале да го сторат тоа (19,9%), додека 32,4% не би сакале да го направат тоа, а 18,1% изјавиле дека не знаат дали би сакале или не би сакале да направат мим или гиф. Речиси иста распределба на одговорите

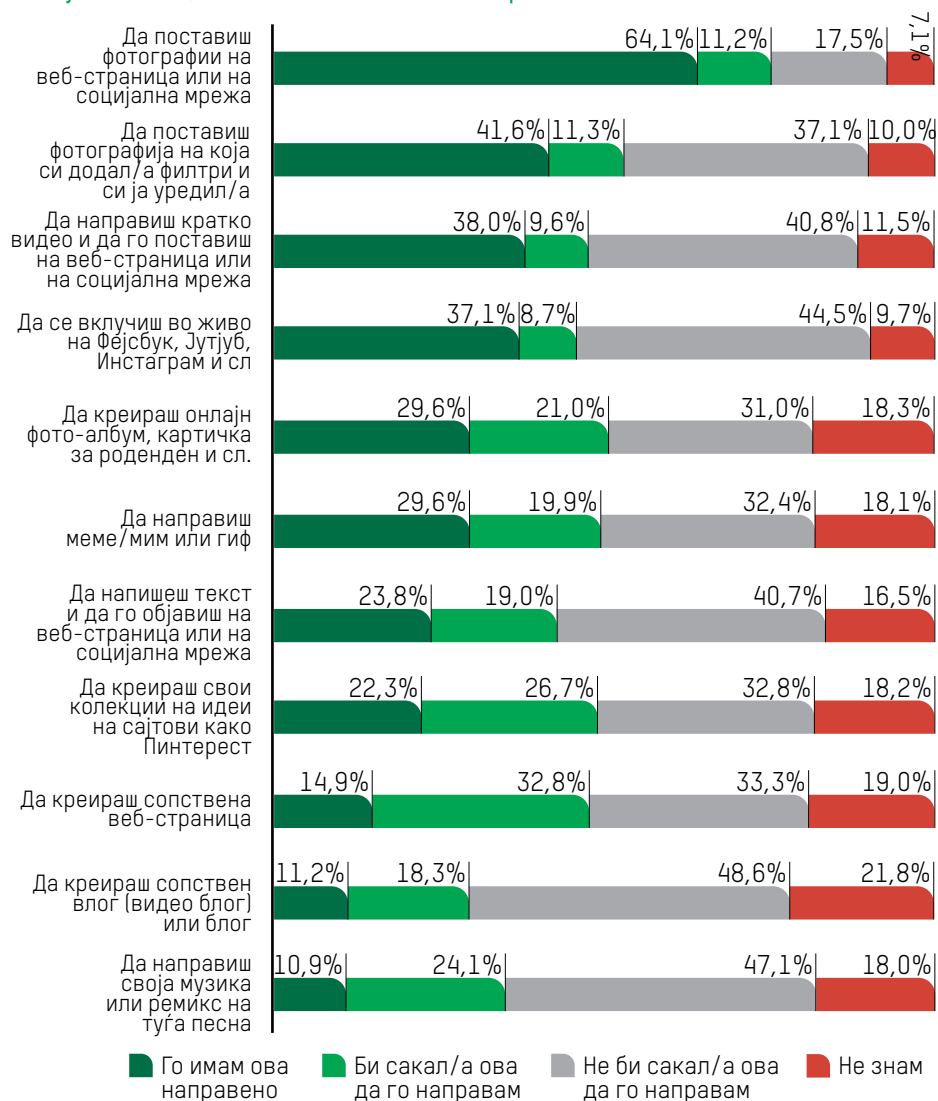
се забележува и на прашањето кое се однесува на правење онлајн фото-албум, роденденска картичка и слично – 29,6% се изјасниле дека веќе направиле, 21% дека би сакале да направат, 31% не би сакале, а 18,3% не знаат.

Со по една третина т.е. по 33% се застапени учениците кои би сакале, односно кои не би сакале да креираат сопствена веб страница. Слична поделба на ставовите има и кај креирањето свои колекции со идеи на сајтови како Пинтерест (26,7% би сакале, а 32,8% не би сакале).

Од активности кои учениците преодминантно не би сакале да ги направат, околу половина (48,6%) не би сакале да креираат сопствен влог или блог, а 47,1% не би сакале да направат своја музика или ремикс на туѓа песна.

### Слика 27.

Дали си ги направил/а, би сакал/а или не би сакал/а да ги направиш секоја од следниве активности на интернет?



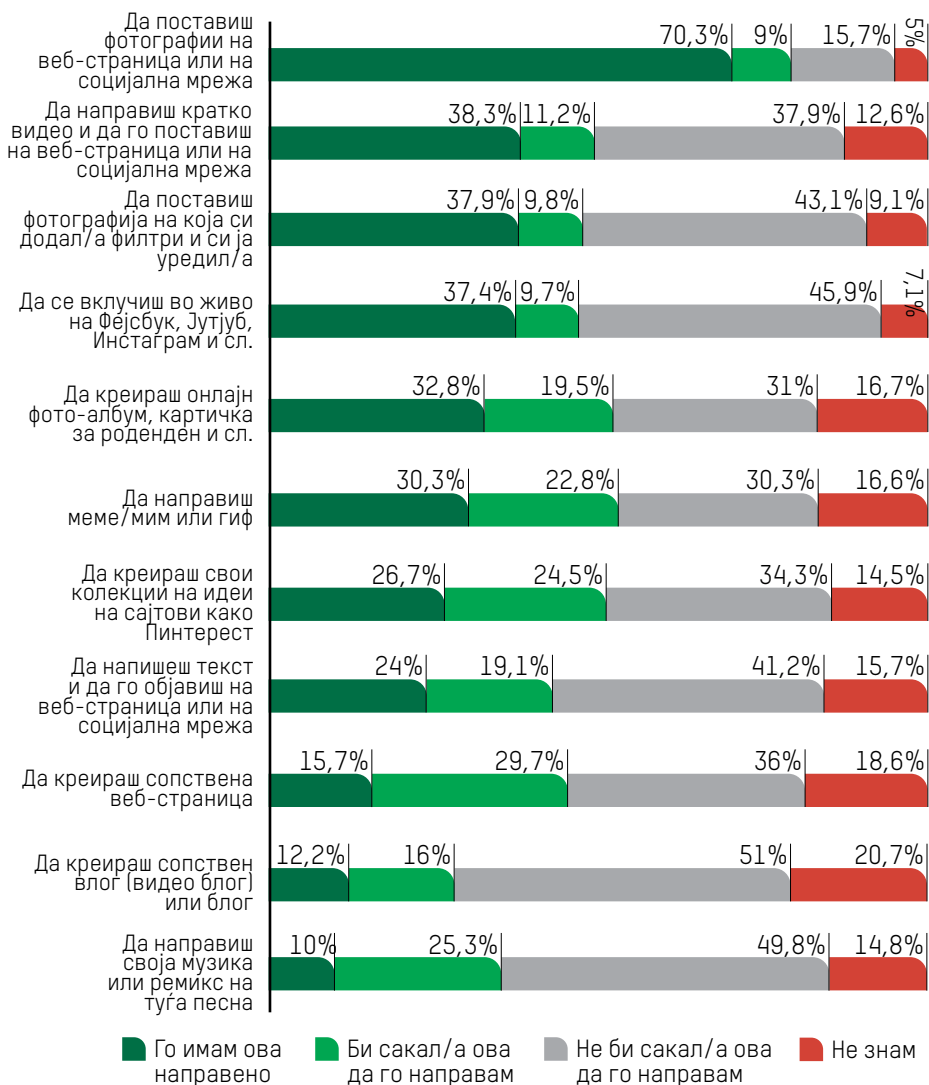
Машките испитаници во поголем процент се имаат вклучено во живо на Фејсбук, Јутјуб, Инстаграм и слично во споредба со испита-

ничките кои имаат креирано свои колекции на идеи на сајтови (Пинтерест).

Слика 27.1.

Дали си ги направил/а, би сакал/а или не би сакал/а да ги направеш секоја од следниве активности на интернет?

Вкрстени резултати – Гимназиско образование

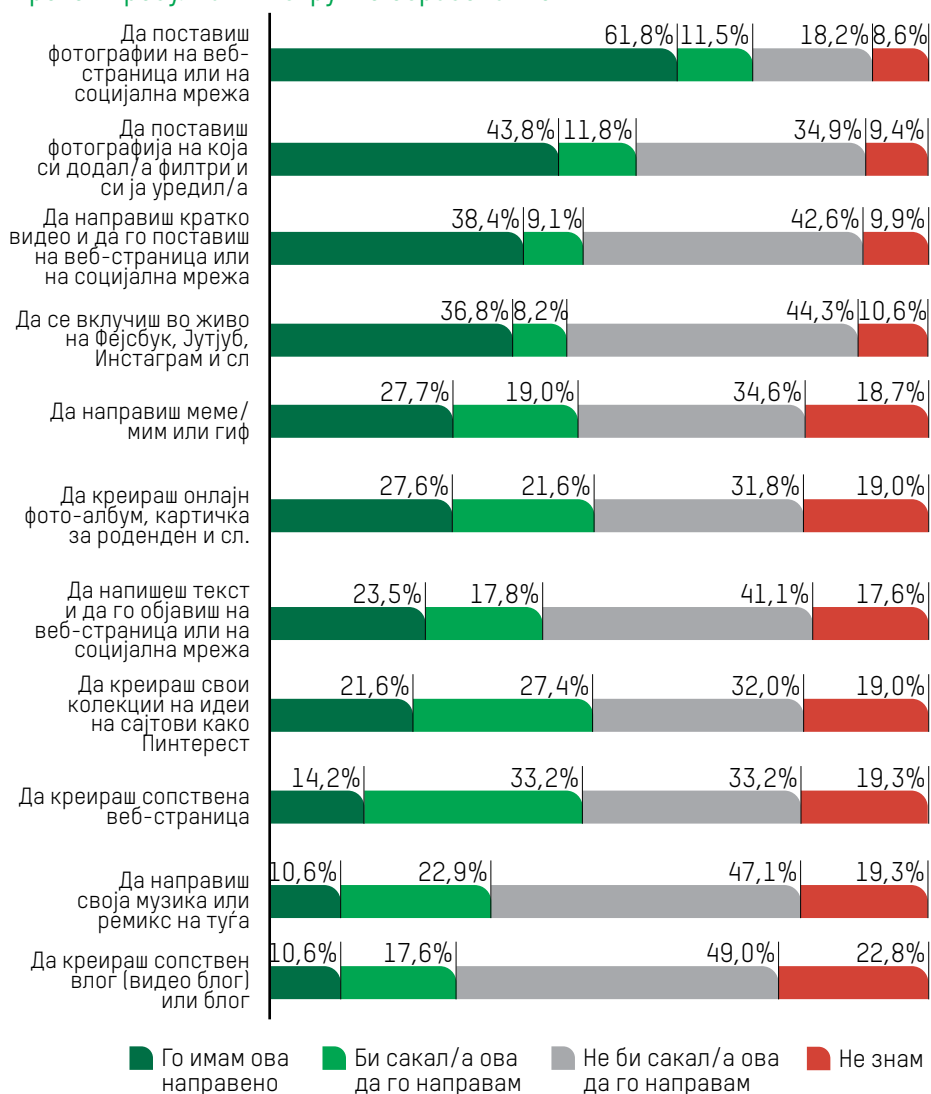


Во однос на ова прашање не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиско и стручно образование (Слика 27.1 и 27.2).

### Слика 27.2.

Дали си ги направил/а, би сакал/а или не би сакал/а да ги направиш секоја од следниве активности на интернет?

Вкрстени резултати – Стручно образование

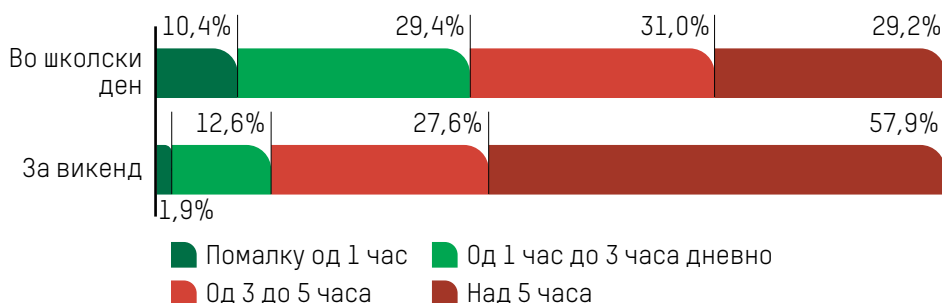


Една од работите кои оваа анализа сакаше да ја истражи е играњето игри. Четири од десет ученика (39,8%) играат игри до 3 часа во школски ден. Три од десет (31%) играат игри од 3 до 5 часа и исто толку над 5 часа (29,2%). Слика-

та е поинаква за време на викендите кога 57,9% од испитаниците поминуваат дневно над 5 часа во играње игри, 27,6% играат од 3 до 5 часа, а околу 15% од учениците играат игри до 3 часа (Слика 28).

**Слика 28.**

По колку часа на ден играш игри?



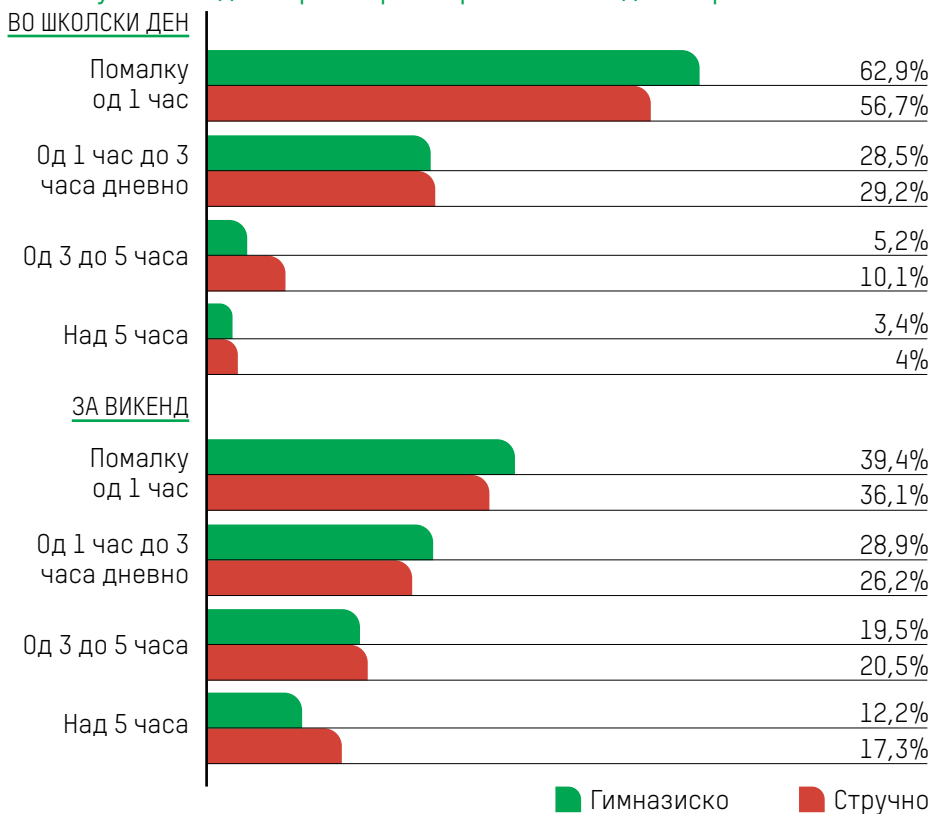
Во однос на ова прашање забележано е дека, иако нема драстични разлики, дел од учениците од стручно образование поминуваат поголемо време во играње игри за разлика од учениците од гимназија. Оваа разлика особено се

истакнува за време на викендите каде што 17,3% од учениците од стручно образование поминуваат повеќе од 5 часа во играње игри, наспроти 12,2% ученици од гимназија (Слика 28.1).



### Слика 28.1

По колку часа на ден играш игри? Вкрстени по вид на образование



Откако се востанови колкава е зачестеноста на играњето, важно беше да се види и кои игри најмногу ги привлекуваат младите средношколци (Слика 29). Затоа беа прашани колку често и какви игри играат. Во своите одговори, тие на прво место ги издвојуваат игрите со пукање (FPS и TPS) кои зачестено ги играат вкупно 38% - 20,5% секој ден и 16,6% неколку пати

неделно, но наспроти ова, вакви игри никогаш не играат 41,5% од испитаниците, а 12% еднаш месечно. На второ место по интензитет се спортските игри и симулатори, како што се FIFA, NBA2K, Need for speed (16,9% ги играат секој ден, а 14,3% неколку пати неделно), нив пак никогаш не ги играат 43,4% (12,3% еднаш месечно).

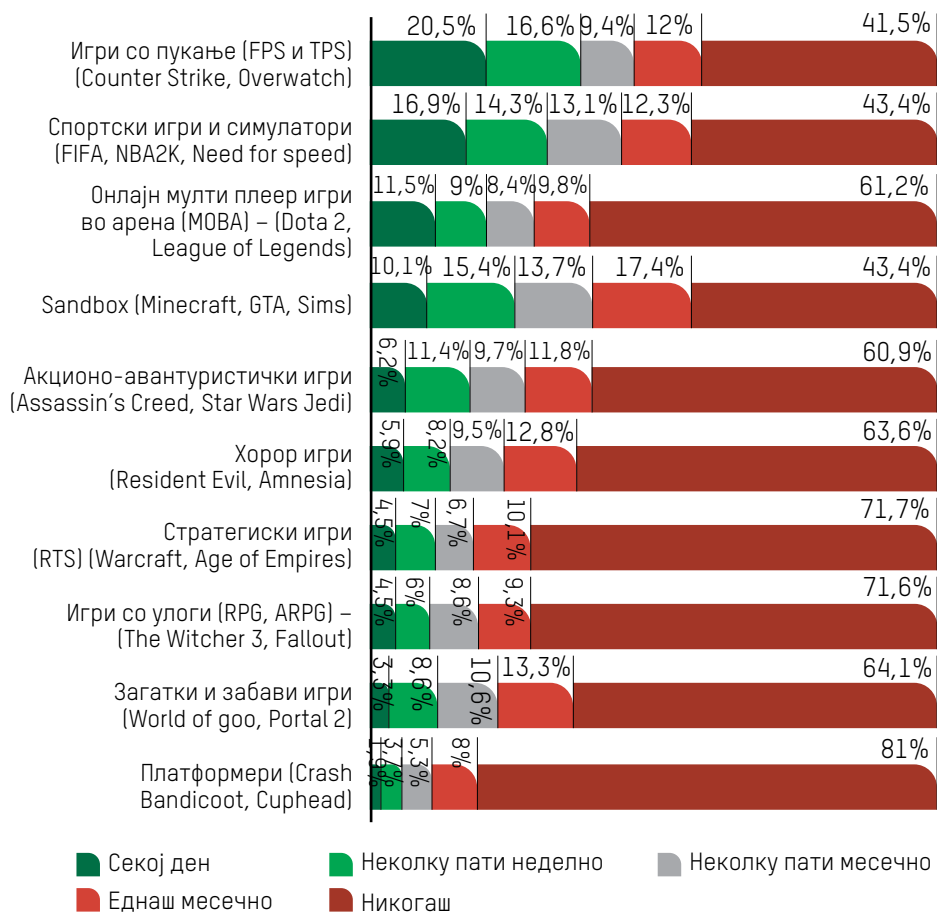


На трето место по зачестеност се Sandbox игрите, како Minecraft, GTA, Sims кои ги играат една четвртина од испитаниците (15,4% неколку пати неделно и 10,1% секој ден), но и нив никогаш не ги играат 43,4%, а 17,4% еднаш месечно. Онлајн мулти плеер игрите во арена како DOTA 2,

League of Legends се последните кои зачестено ги играат повеќе од една петтина од учениците (11,5% секој ден и 9% неколку пати неделно), но многу е поголемо мнозинството кое не ги игра – 61,2% никогаш и 9,8% - еднаш месечно.

**Слика 29.**

Колку често играш игри?

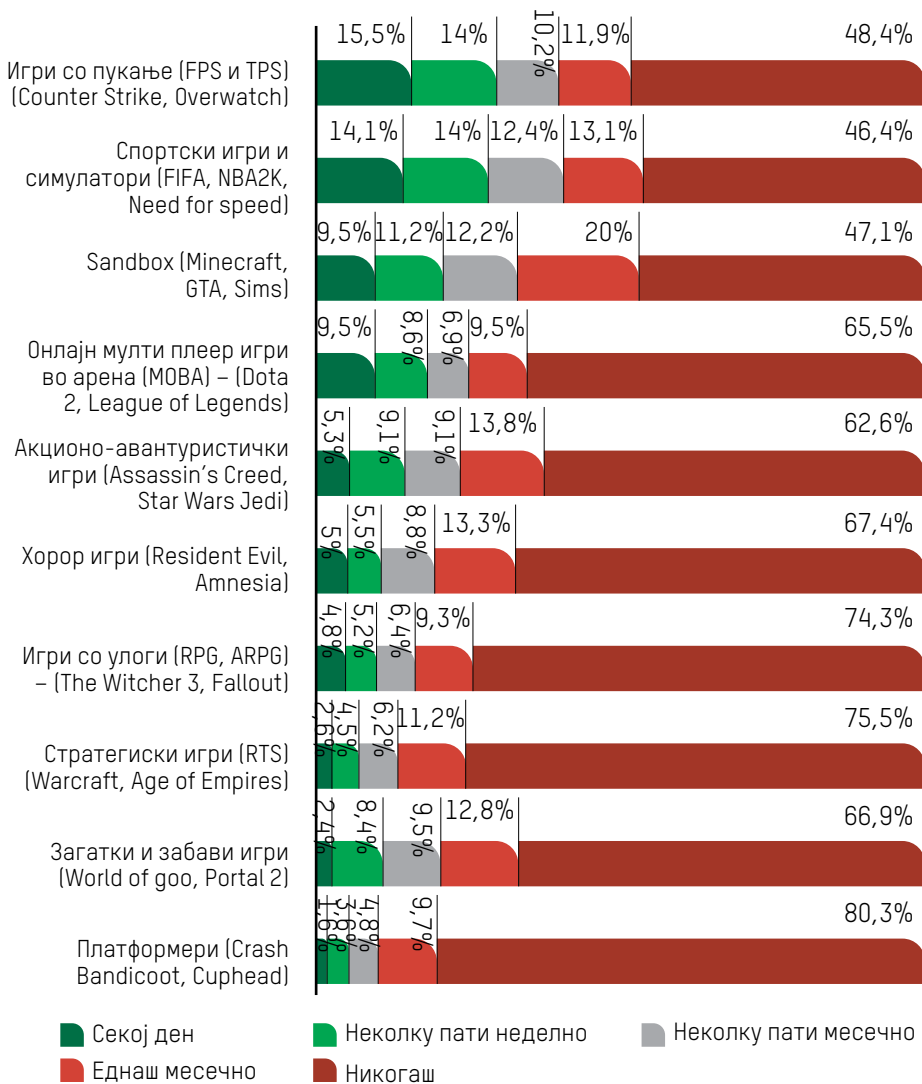


Во однос на ова прашање не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиско и стручно образование, со исклучок на игри-

те со пукање кои се позастапени кај учениците од средно стручно образование (Слика 29.1 и 29.2).

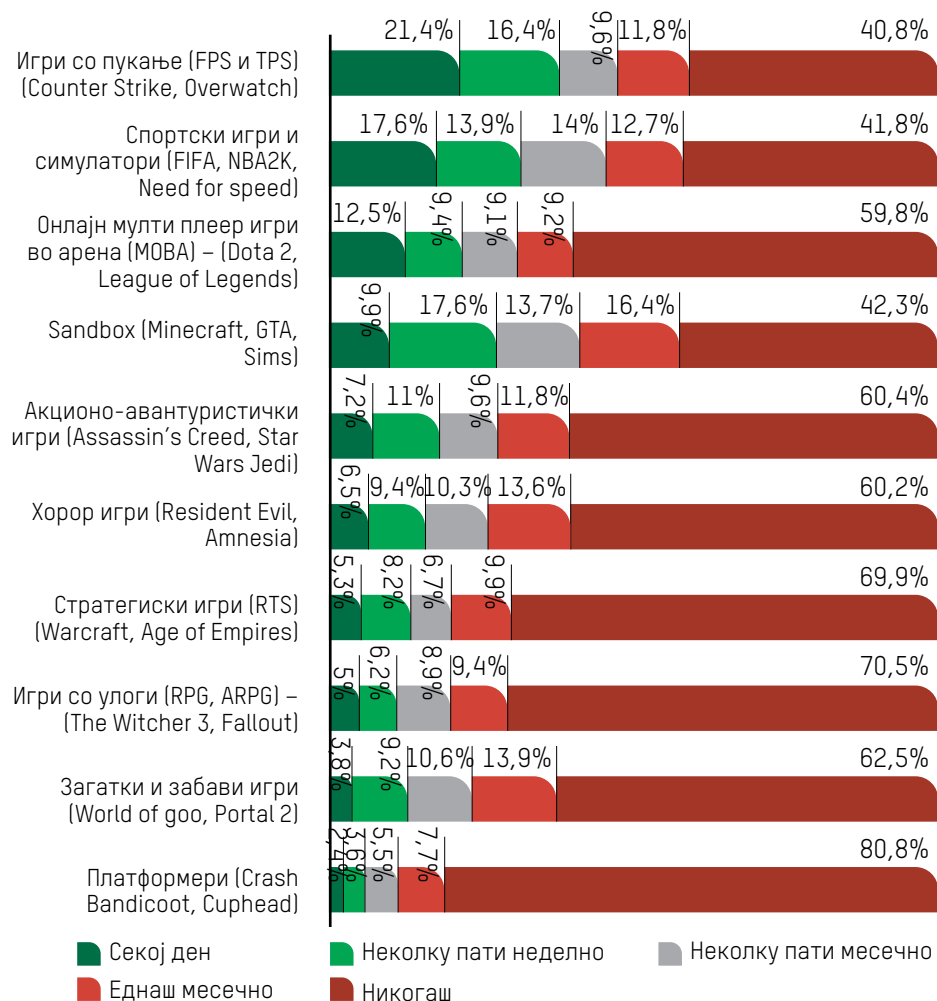
**Слика 29.1.**

**Колку често играш игри? Вкрстени резултати – Гимназиско образование**



Слика 29.2.

Колку често играш игри? Вкрстени резултати – Стручно образование



Првата констатација од анализите спроведени во овој сегмент е дека речиси сите ученици кои учествувале во ова истражување користат паметен телефон, преку кој доминантно пристапуваат на интернет.

Споредено со гледањето телевизија во текот на работната недела, учениците се значително повеќе и подолго во интернет просторот. Оваа разлика е уште поголема за време на викендите, кога голем

дел од учениците (57,9%) активно користат интернет повеќе од 5 часа во текот на денот, а не е мал процентот ниту на оние кои се активно онлајн од 3 до 5 часа на ден (27,6%). Кога се онлајн, времето најмногу го поминуваат на социјалните мрежи (89% секој ден) и во слушање музика (72,6% секој ден). Други активности за кои учениците често го користат интернетот се: пристапување кон Скајп, ВацАп, Месинџер, Телеграм, потоа пребарување податоци потребни за училиште, како и гледање ТВ програми, видеа и филмови. Повеќе од половина ученици (поточно 62%) гледаат Тик Ток видеа, потоа кратки видеа (рилс) на Инстаграм (46%), музика (39%) и кратки видеа (шор-тс) на Јутјуб (31%). За да се стекне подетален увид во потенцијалното позитивно или негативно влијание на посочените социјални мрежи, пожелно е дополнително да се истражи какви се содржините на видеата што учениците ги гледаат на Тик Ток, Инстаграм и Јутјуб. Ова е посебно значајно поради тоа што во јавноста повеќе пати сведочи-ме дека на Тик Ток често се поставуваат различни форми на однесувања наречени „предизвици“ со кои се собираат „лајкови“ за по-

пуларност и кои децата и адолесцентите ги имитираат, а неретко се ризични и го загрозуваат нивото здравје и безбедност. Уште еден податок кој не оди во прилог на развиеноста на критичкиот став и мислење кај дел од учениците е дека речиси половина од нив сметаат дека содржините објавени на социјалните мрежи се вистинити (вкупно 45,9%). Големо мнозинство од учениците (вкупно 71,7%) сметаат дека веб страниците со информации за учење се вистинити, како и дека вештачката интелигенција генерира вистинита содржина (вкупно 45,7%). Напротив, екпертската јавност се согласува дека не сите веб страници кои се користат како извори на информации секогаш нудат точни и валидни информации (на пр. Википедија), како и дека вештачката интелигенција некогаш може да генерира содржини со погрешни информации, поради што секогаш треба да се провери нивната вистинитост и веродостојност пред тие да се користат.

Веројатно најинтересни во овој сегмент се ставовите на учениците во врска со нивното однесување на интернет. Деталниот при-

каз на одговорите е даден погоре, пред соодветните табели. Учениците многу време поминуваат и во играње игри, па така, 39,8% играат игри до 3 часа, 31% играат од 3 до 5 часа и речиси исто толку повеќе од 5 часа (29,2%) во училиштен ден. За време на викендите, огромен процент од учениците (вкупно 85,5%) играат подолго од 3 часа на ден (57,9% повеќе од 5 часа!). Ако на овие податоци се надоврзат претходно соопштените наоди за времето поминато на социјалните мрежи и пред ТВ во текот на викендите (па и за време на работната недела), станува мошне загрижувачки степенот на екранизација и изложеноста на учениците на медиумски содржини кои често пати не се во едукативни цели. Ова неизоставно го засега нивниот севкупен развој и оди во прилог на името со кое во светот се нарекуваат овие нови генерации – дигитални домородци (digital natives). Тоа што се толку фреквентно и интензивно во интернет просторот, сепак не имплицира дека автоматски знаат сè за дигиталната комуникација и дека имаат развиена медиумска писменост (на што упатуваат и дел од наодите од ова истражување коментирани погоре).

## 3.2. Социјални мрежи

Социјалните мрежи постојано формираат интеракции меѓу учениците. Тие ги користат за споделување искуства и формирање ставови. Платформите за социјални медиуми станаа составен дел на структурата на современото општество, обликувајќи ја комуникацијата, ширењето на информациите и социјалните интеракции. Иако овие мрежи создаваат можност за поврзување, истовремено поставуваат и предизвици за приватноста и безбедноста.

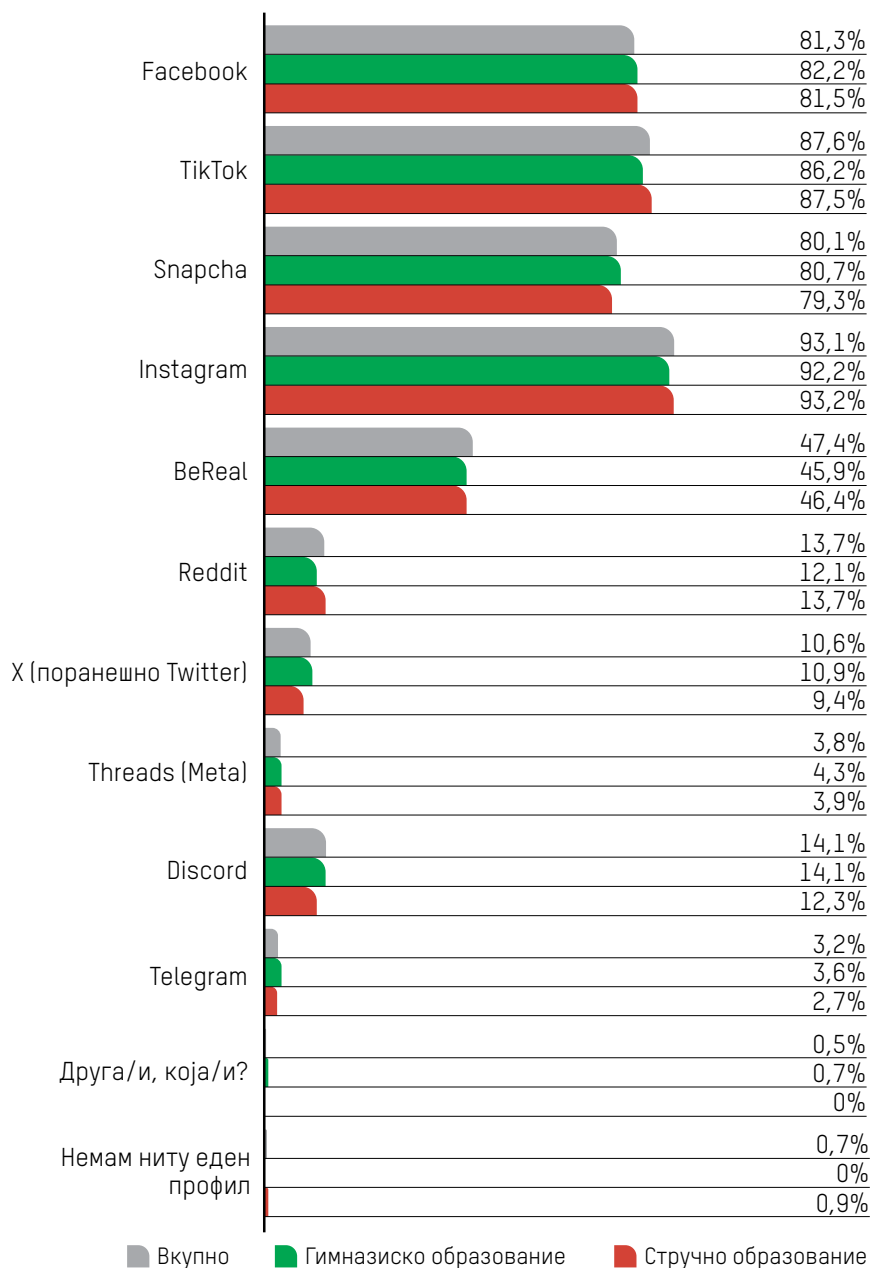
На првото прашање од овој сет, висок процент од анкетираните ученици одговориле дека имаат профили на популарните социјални мрежи. На прво место го издвојуваат Инстаграм кој води со 93,1%, на второ место е Тик ток со 87,6% и на трето место е Фејсбук со 81,3%. Осум од десет ученика (80,1%) го користат и Снепчет.

Во однос на ова прашање не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиско и стручно образование (Слика 30).

### Слика 30.

#### На која социјална мрежа имаш страница или профил?

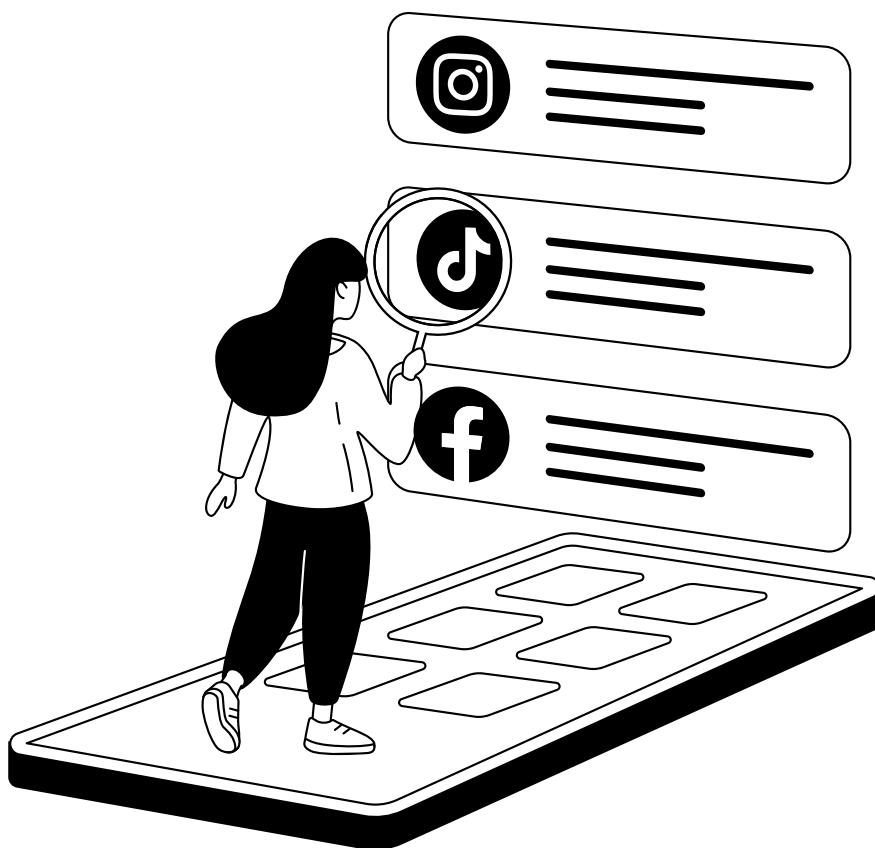
*Можни се повеќе одговори (има апликација/профил)*



На претходното прашање беше дадена можност да се дадат повеќе одговори зашто целта беше да се види кои мрежи учениците генерално ги користат. Потоа беше потребно да се испита која социјална мрежа *најчесто* ја користат (Слика 31). Нивните одговори покажаа дека на прво место е повторно мрежата Инстаграм која најчесто ја користат 46,9%, а Тик ток го зазе-

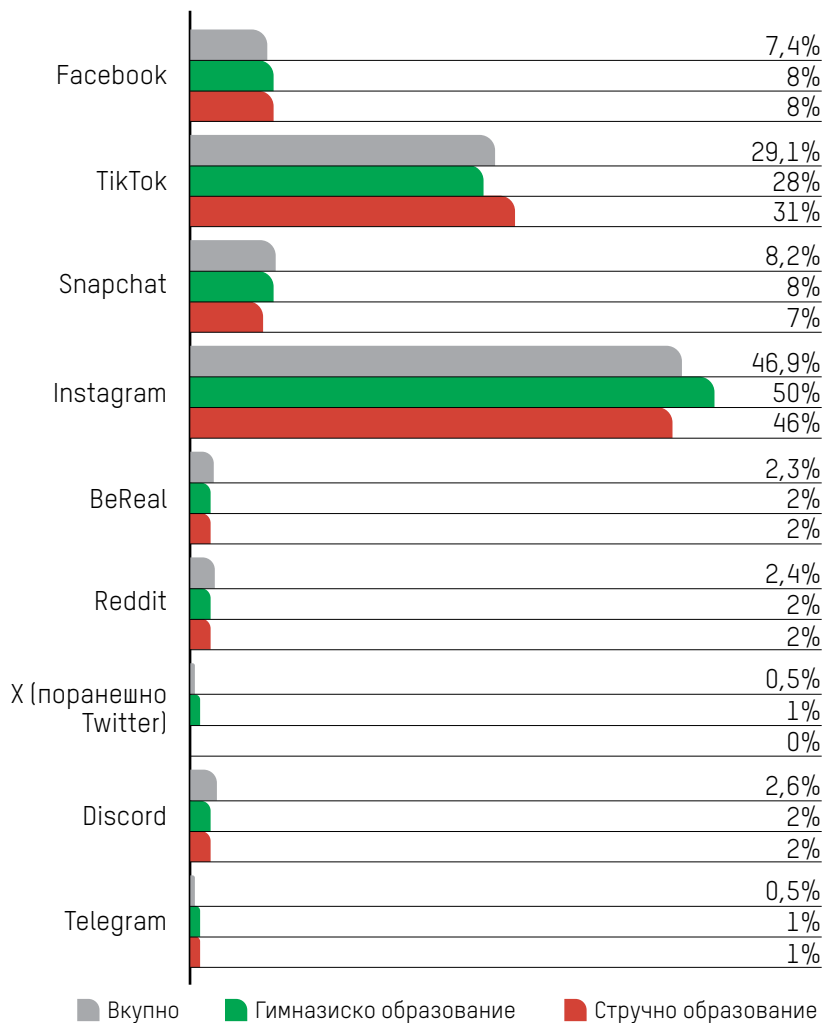
ма второто со 29,1%. Разликата со претходните одговори се јавува кај третата најкористена мрежа - на трето место учениците ја издвојуваат Снепчет со 8,2%, а Фејсбук има помала употреба, односно 7,4%.

Во однос на ова прашање не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиско и стручно образование.



### Слика 31.

Која социјална мрежа најчесто ја користиш?

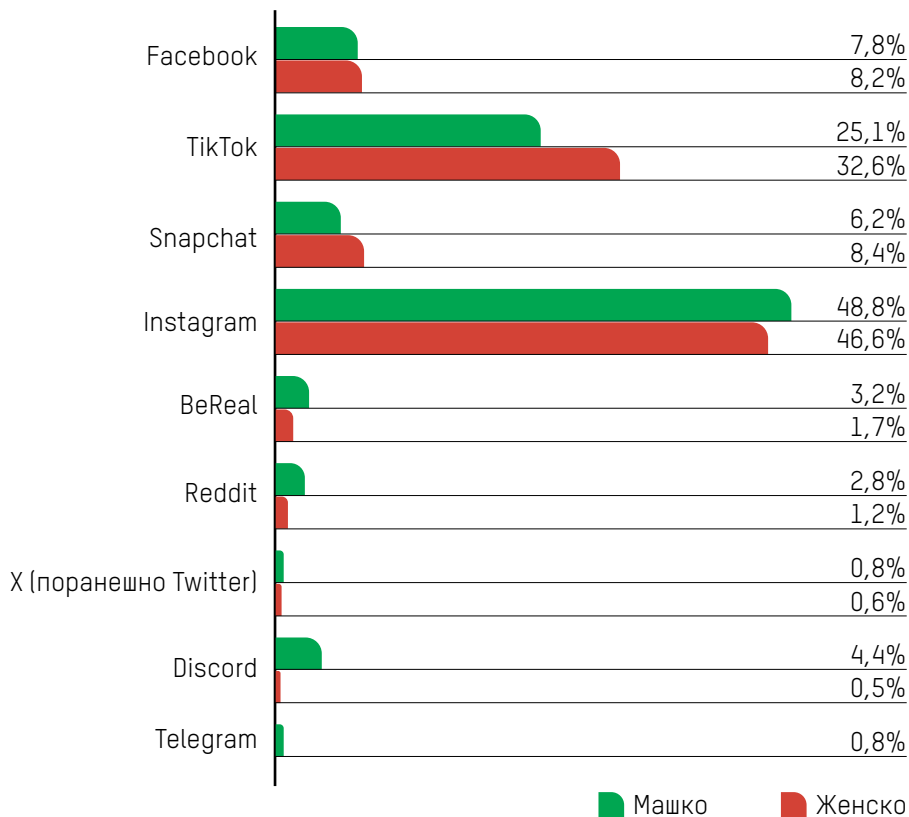


Девојчињата во поголем процент ја користат социјалната мрежа Тик Ток во однос на момчињата (Слика 31.1).



**Слика 31.1.**

Која социјална мрежа најчесто ја користиш? Вкрстени резултати по пол



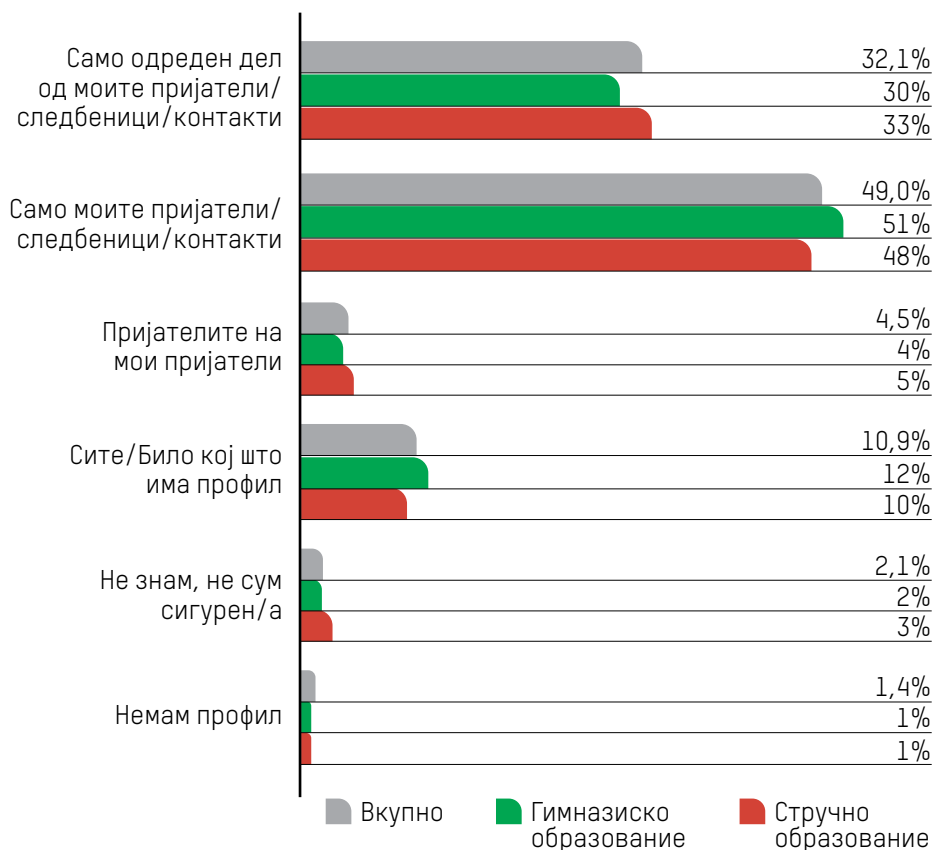
На прашањето: „Кој може да ја види твојата страница или профил на апликацијата што најмногу ја користиш“, повеќето ученици (49%) наведуваат дека нивниот профил може да биде виден само од нивните пријатели/следбеници/контакти. Околу 32,1% одговориле дека нивниот профил може да

биде виден само од одреден дел од нивните пријатели/следбеници/контакти. Мал процент (10,9%) го оставаат својот профил отворен за сите.

Во однос на ова прашање не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиско и стручно образование (Слика 32).

### Слика 32.

Кој може да ја види твојата страница или профил на апликацијата што најмногу ја користиш?

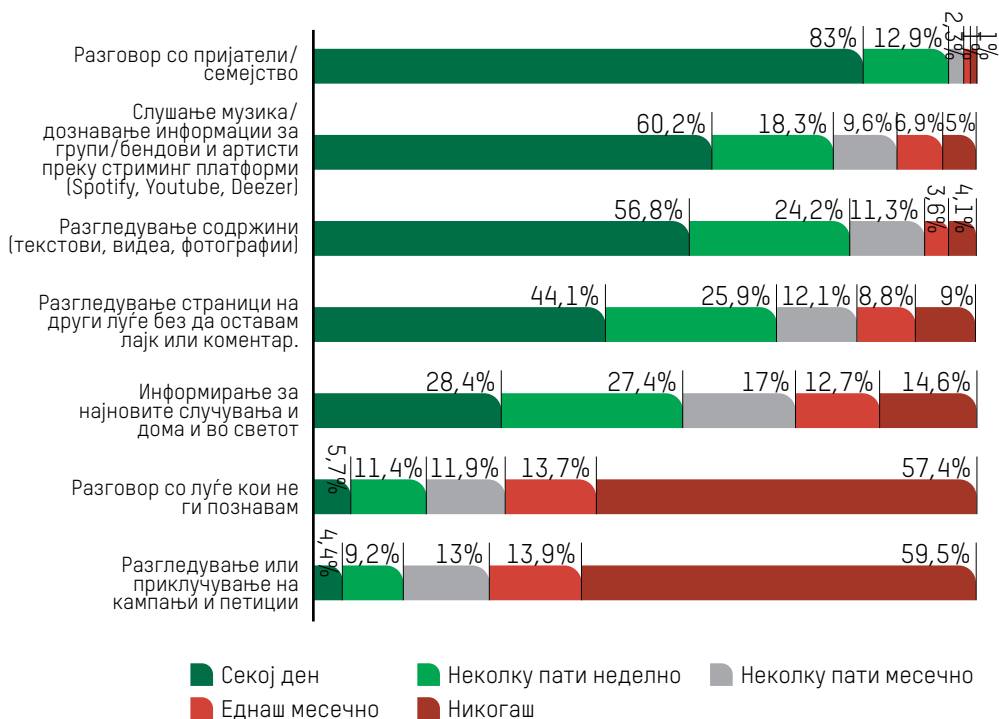


Во поглед на активностите на социјални мрежи, наведени подолу во графиконот (Слика 33), огромно мнозинство (83%) одговориле дека секој ден преку социјалните мрежи разговараат со пријатели/семејство, додека повеќе од половина (60,2%) одговориле дека слушаат музика/дознаваат информации за

групи и артисти преку стриминг платформи. Околу 56,8% одговориле дека разгледуваат содржини (текстови, видеа, фотографии) на социјалните мрежи. Четири од десет испитаника (44,1%) ги разгледуваат страниците на други луѓе секој ден без да остават лајк или коментар.

Слика 33.

Колку често ги правиш следниве активности на социјалните мрежи?

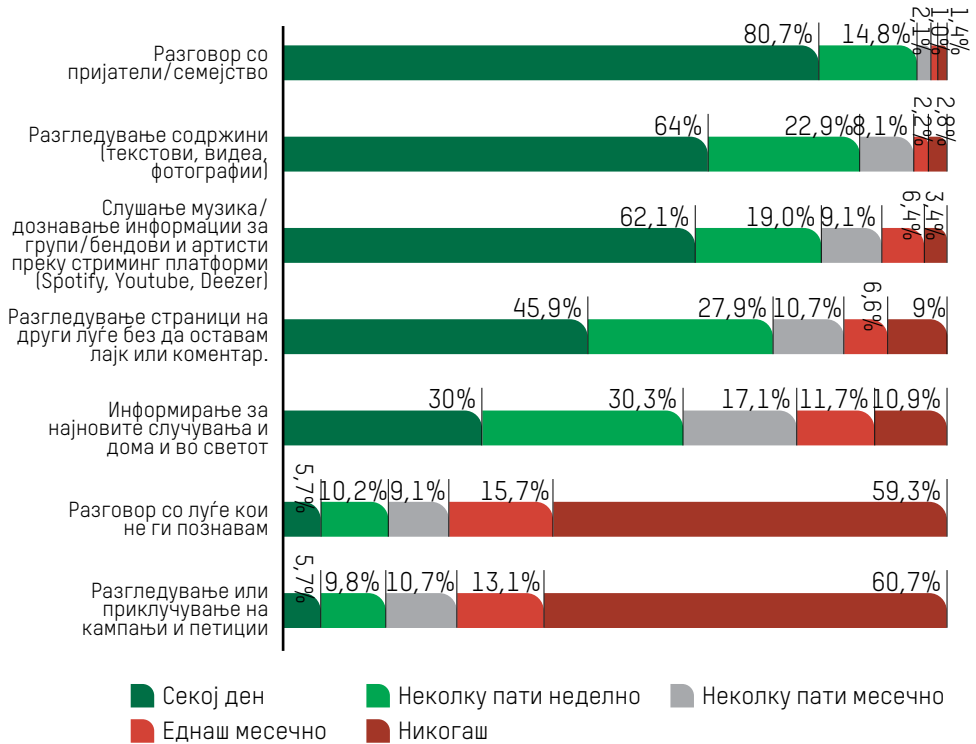


За две работи одговорите се доминантно негативни: шест од десет испитаника (59,5%) никогаш не разгледувале или не се приклучиле на кампањи и петиции, а 57,4% никогаш преку социјалните мрежи не разговарале со луѓе кои не ги познаваат.

**Слика 33.1.**

Колку често ги правиш следниве активности на социјалните мрежи?

Вкрстени резултати – Гимназиско образование

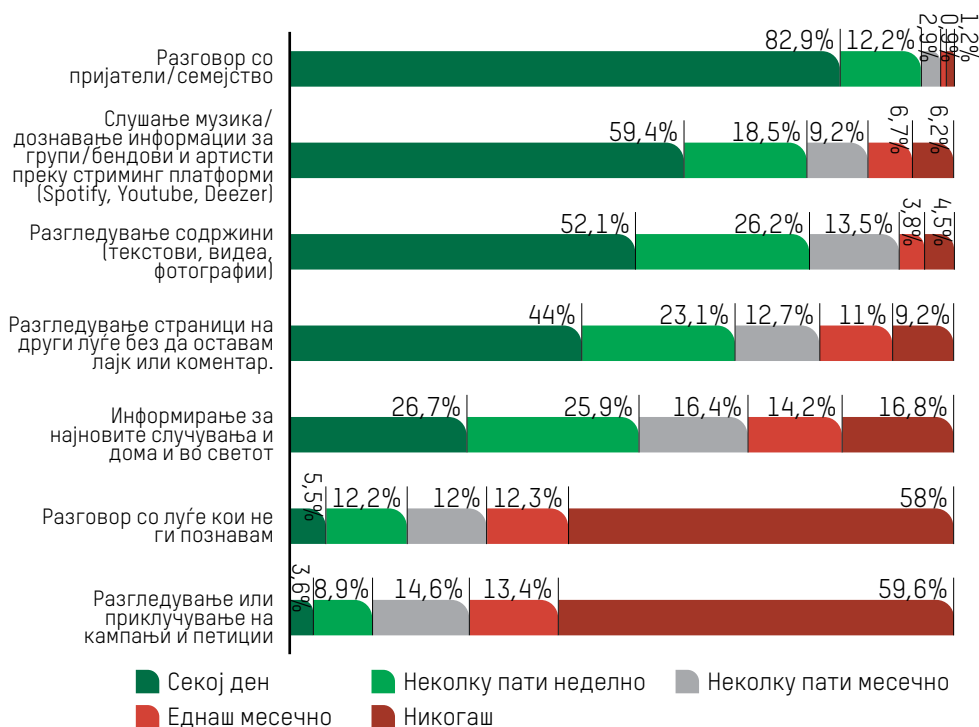


Не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиско и стручно образование (Слика 33.1 и 33.2).

**Слика 33.2.**

Колку често ги правиш следниве активности на социјалните мрежи?

Вкрстени резултати – Стручно образование



Следниот сет ставови се поврзани, во најголем дел, со опасностите на социјалните мрежи (Слика 34). Седум од десет испитаника се согласуваат со ставот дека некој може да се преправа оти е на нивна возраст за да се запознае со нив (це-

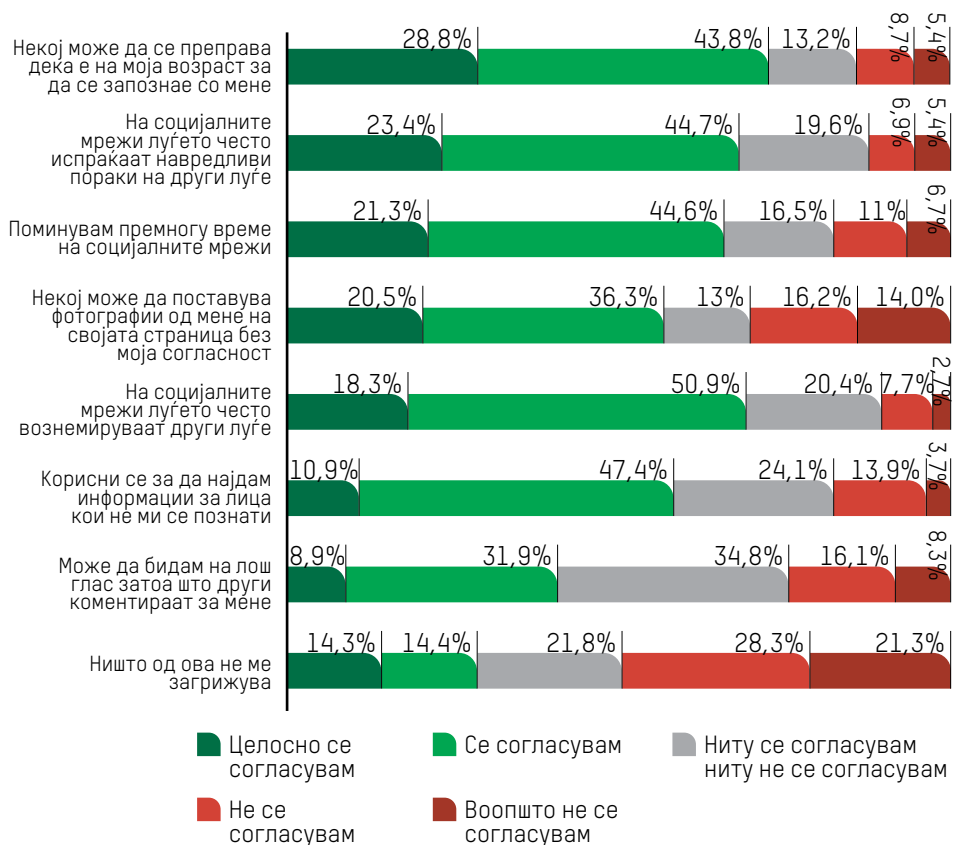
лосно се согласуваат 28,8%, се согласуваат 43,8%). Значајни 69,2% од учениците сметаат дека на социјалните мрежи луѓето често вознемируваат други луѓе (целосно се согласуваат 18,3%, се согласуваат 50,9%). Повеќе од две третини од

учениците (68,1%) се согласуваат дека на социјалните мрежи луѓето често испраќаат навредливи пораки на други луѓе (целосно се согласуваат 23,4%, се согласуваат 44,7%). Две третини (65,9%) чувствуваат дека поминуваат премногу време на социјалните мрежи

(целосно се согласуваат 21,3%, се согласуваат 44,6%). Исто така, повеќе од половина ученици (58,3%) ги сметаат социјалните мрежи за корисни во наоѓањето информации за непознати лица (целосно се согласуваат 10,9%, се согласуваат 47,4%).

### Слика 34.

Во кој степен се согласуваш или не се согласуваш со следниве ставови во врска со социјалните мрежи?



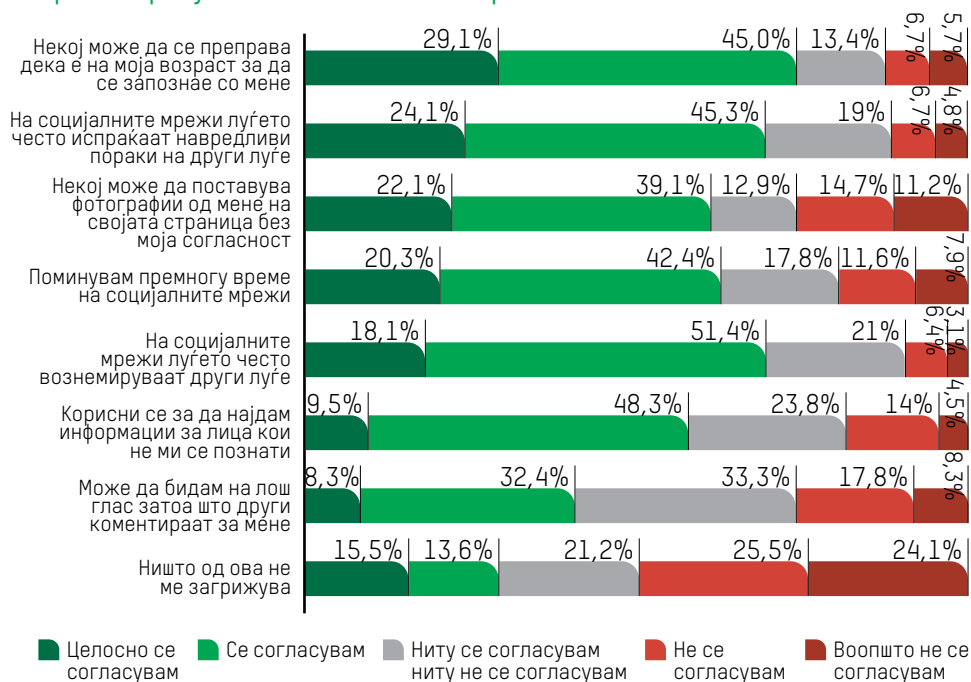
Интересни се ставовите околу тоа дали тие можат да бидат на лош глас затоа што други коментираат за нив – нешто помалку од една третина се согласуваат со ова (31,9%), а нешто повеќе од една третина (34,8%) немаат изградено став. Она на што треба да се обрне внимание е дека 28,7% од учениците ништо од наведеното не ги загрижува. Високи 30,2% не се согласуваат со тврдењето дека некој може да поставува нивни фо-

тографии на сопствениот профил без нивна согласност, додека 13% се неутрални во врска со ова. Ваквите наоди укажуваат дека не така занемарлив број од учениците очигледно има недоволни познавања за опасностите од злоупотреба на лични податоци од страна на кибер-предатори и нарушувањата на безбедноста во интернет просторот или пак се незаинтересирани за оваа тема.

### Слика 34.1.

Во кој степен се согласуваш или не се согласуваш со следниве ставови во врска со социјалните мрежи?

Вкрстени резултати – Гимназиско образование

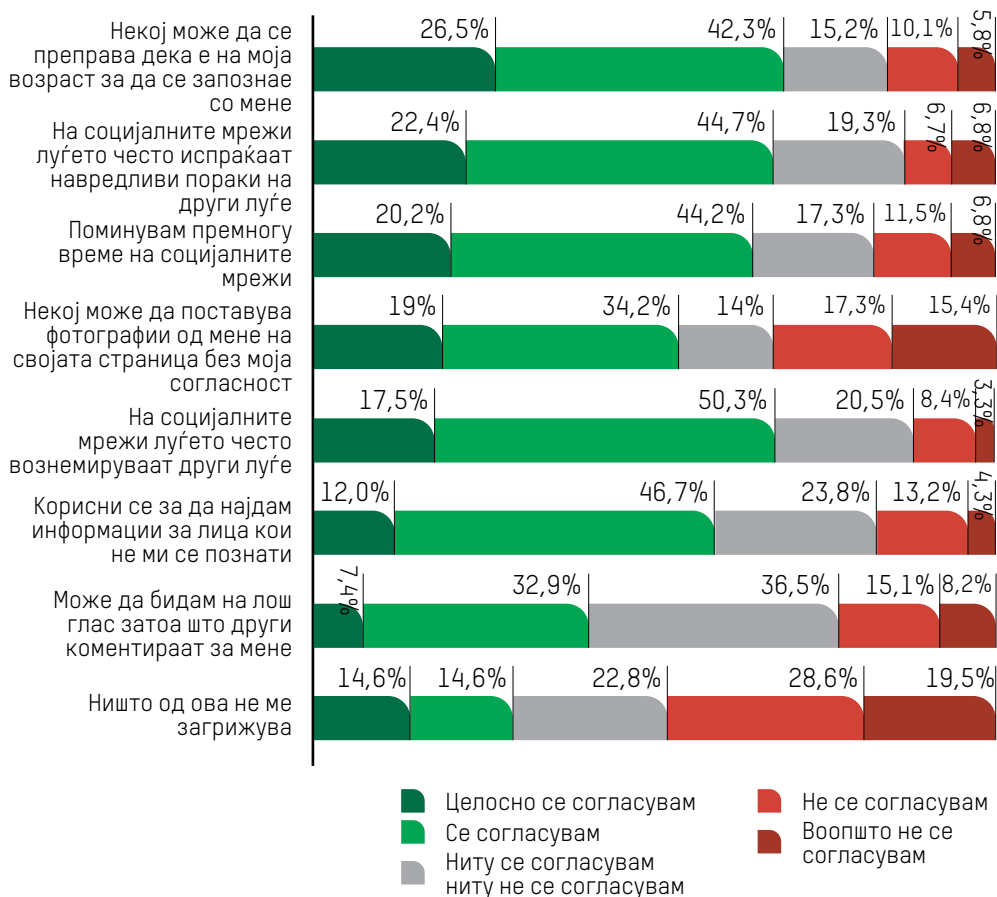


Во однос на ова прашање не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиско и стручно образование (Слика 34.1 и 34.2).

**Слика 34.2.**

Во кој степен се согласуваш или не се согласуваш со следниве ставови во врска со социјалните мрежи?

Вкрстени резултати – Стручно образование





Кога станува збор за споделување-то лични информации на интернет (Слика 35), учениците во огромно мнозинство споделуваат фотографии од нивниот одмор – вкупно 82% од кои 41,5% тоа го прават без проблем, а 39,8% откако ќе размислат. Многу блиску по зачестеност е и споделувањето фотографии од излегување со пријателите - вкупно 80% од кои 48,8% ги споделуваат без размислување, а 35,9% би размислиле, но сепак би ги споделиле. Огромно мнозинство (88,3%) од учениците никогаш не би ги споделиле своите домашни адреси, а слични проценти се забележани и за други лични информации како мејл адреси (81,6%) и броеви на мобилни телефони (82,5%). Голем број – 70,1% не би споделиле ниту информација за тоа како се чувствуваат. Сепак 63,3% би споделиле фотографии од нивното семејство

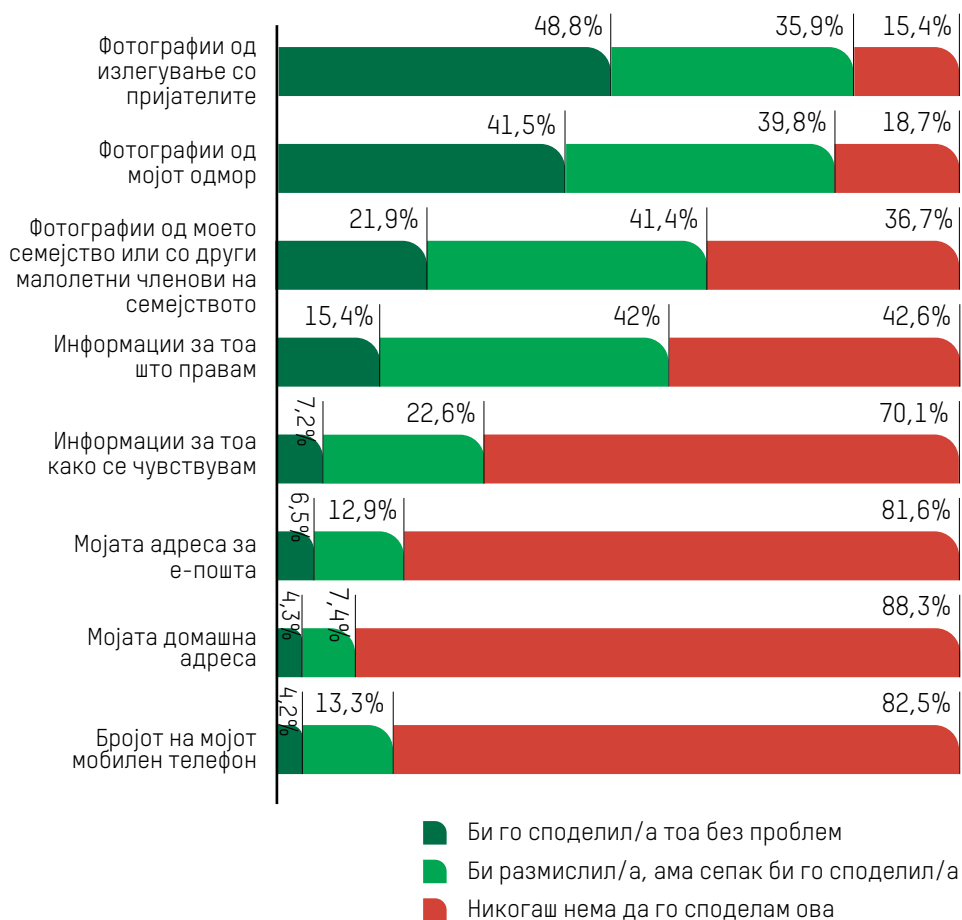
или од други малолетни членови на семејството (21,9% би споделиле без проблем, а 41,4% сепак би споделиле иако претходно би размислиле), додека 36,7% никогаш не би го направиле тоа. Имајќи ги предвид сè почестите апели од експертите за кибер-безбедност да не се поставуваат фотографии од деца и малолетници на социјалните мрежи поради низата ризици поврзани со демнење, следење, препознавање на лица, злоупотреба на лични фотографии, наоѓање на локацијата на училиштето во кое учи детето итн., со ваквото однесување потенцијално се загрозува безбедноста на малолетните членови во семејството.

Машките испитаници (20%) во поголем процент без проблем би споделиле јавни информации за тоа што прават во однос на женските (12%).



**Слика 35.**

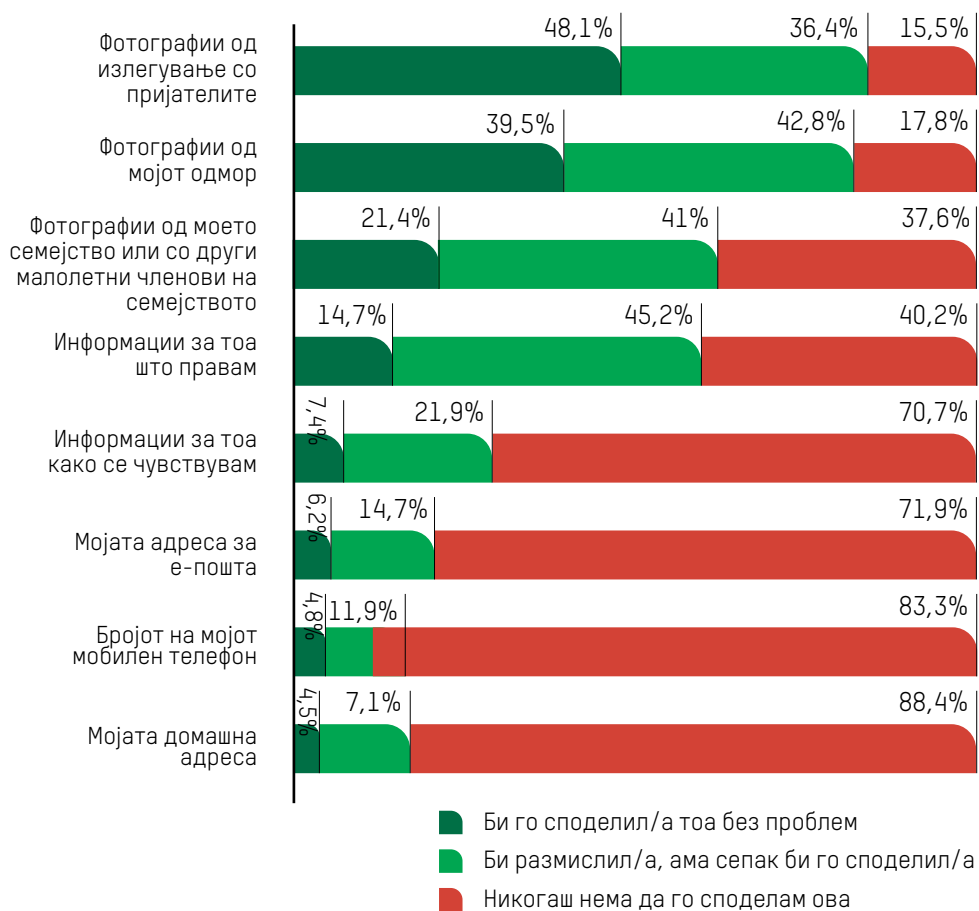
Што од ова би го споделил/а на интернет јавно,  
да можат другите да го гледаат?



**Слика 35.1.**

Што од ова би го споделил/а на интернет јавно,  
да можат другите да го гледаат?

Вкрстени резултати – Гимназиско образование

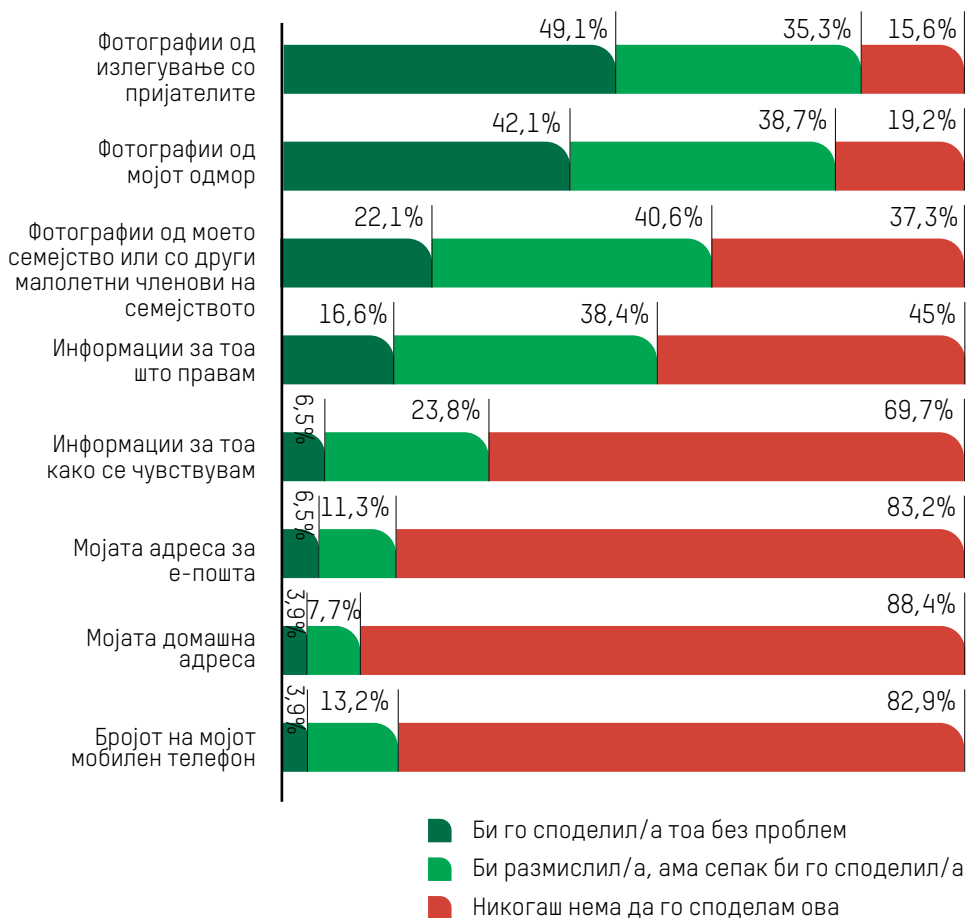


Во однос на ова прашање не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиско и стручно образование (Слика 35.1 и 35.2).

### Слика 35.2.

Што од ова би го споделил/а на интернет јавно, да можат другите да го гледаат?

Вкрстени резултати – Стручно образование

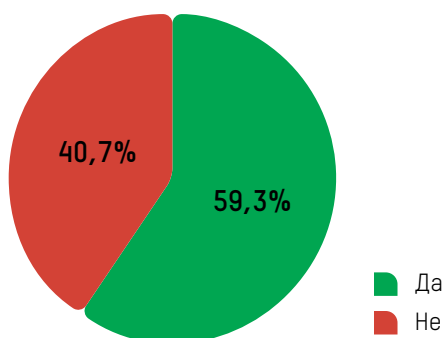


Користењето на социјалните мрежи не би било целосно кога учениците не би биле прашани и дали следат инфлуенсери и блогери и кои се тие. Безмалку 60% (Слика 36) одговориле дека следат инфлуенсер(к)и/блогер(к)и. Притоа, најголемиот број од нив (27,6%) не

издвоиле личност која најмногу ја следат (Табела 3). Оние кои тоа го сториле, на прво место го издвојуваат српскиот јутјубер Бака Прасе<sup>16</sup> (3,7%), на второ македонскиот јутјубер Стефан Лазаров<sup>17</sup> (2,7%) и на трето место американскиот јутјубер Мр.Беаст<sup>18</sup> (2,6%).

### Слика 36.

Дали на твоите социјални мрежи следиш инфлуенсер(к)и и блогер(к)и?



### Табела 3.

Наведете ги имињата на двајцата/двете инфлуенсер(ки) и или блогер(к)и што најмногу им ги следите содржините? Топ 10

Бака Прасе	3,7%
Стефан Лазаров	2,7%
Мр Беаст	2,6%
Ања Бла	1,9%
Кристиано Роналдо	1,6%
Роберто Навали	1,4%
Кајли Џенер	1,1%
Ана Лазаревиќ	1,0%
Леа Станкович	1,0%
Кендал Џенер	0,9%
Без одговор	27,6%

<sup>16</sup> Српски јутјубер, интернет личност, рапер, гејмер, актер и забавувач.

<sup>17</sup> Македонски јутјубер, интернет личност.

<sup>18</sup> Американски јутјубер-бизнис-филантроп

Кога станува збор за тоа како учениците од прва и втора година средно образование реагираат кога ќе се соочат со негативни содржини на интернет, мнозинство од учениците (55,5%) одговориле дека ќе ги игнорираат/нема да реагираат (Слика 37). На второ место, 50,2% од испитаниците одговориле дека ќе го блокираат лицето што ги споделило, 47,6% од испитаниците одговориле дека ќе престанат да го следат лицето што споделило таква содржина, 34% би ја

споделиле содржината со пријателите за да укажат дека тоа не е во ред, додека 23,1% би ја пријавиле кај провајдерот на социјалната мрежа. Другите опции за можна реакција би ги направиле под една петтина од испитаниците, со тоа што само 1,6% одговориле дека не знаат што би направиле.

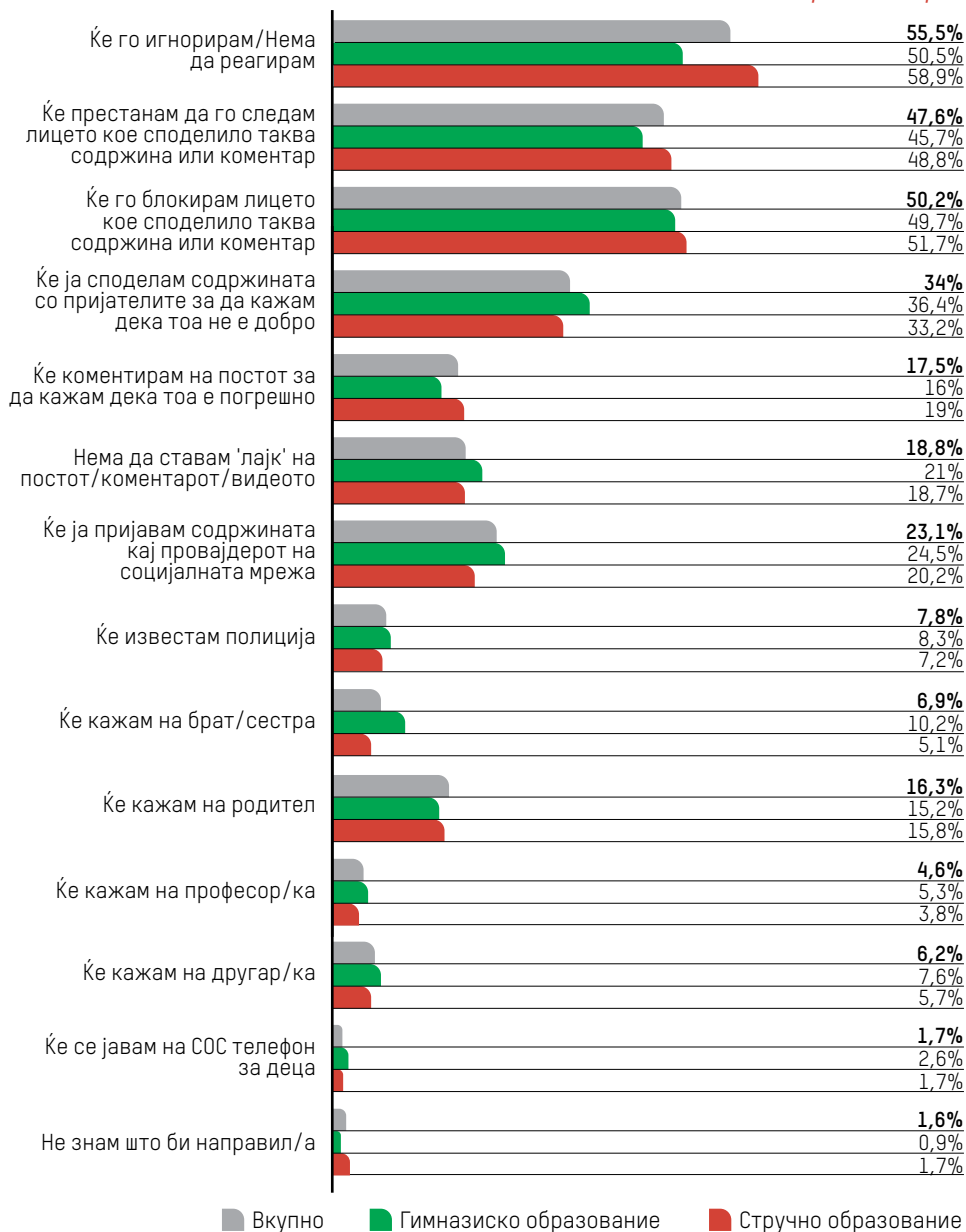
Во однос на ова прашање не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиско и стручно образование.



**Слика 37.**

Што ќе направиш ако на интернет видиш нешто што сметаш дека е загрижувачко, безобразно, навредливо, што може некому да нанесе штета или да влијае негативно?

*Можни се до три одговори*



Во однос на тоа дали и од каде учениците добиле информации како да бидат безбедни на интернет (Слика 38), значителен број (81,6%) наведуваат дека добиле совети за безбедност на интернет од родителите. Околу 40% од учениците добиле совет од друг член на семејството, а од наставниците на училиште – 36,9%. Помал процент (29,8%) од учениците добиле информации од пријатели.

Кај две од опциите има нешто повеќе одговори од гимназијалците отколку од учениците од стручните училишта – имено, учениците од гимназиски училишта почесто добивале информации за безбедност на интернет од друг член на семејството и од наставник на училиште, за разлика од врсниците од средните стручни училишта.

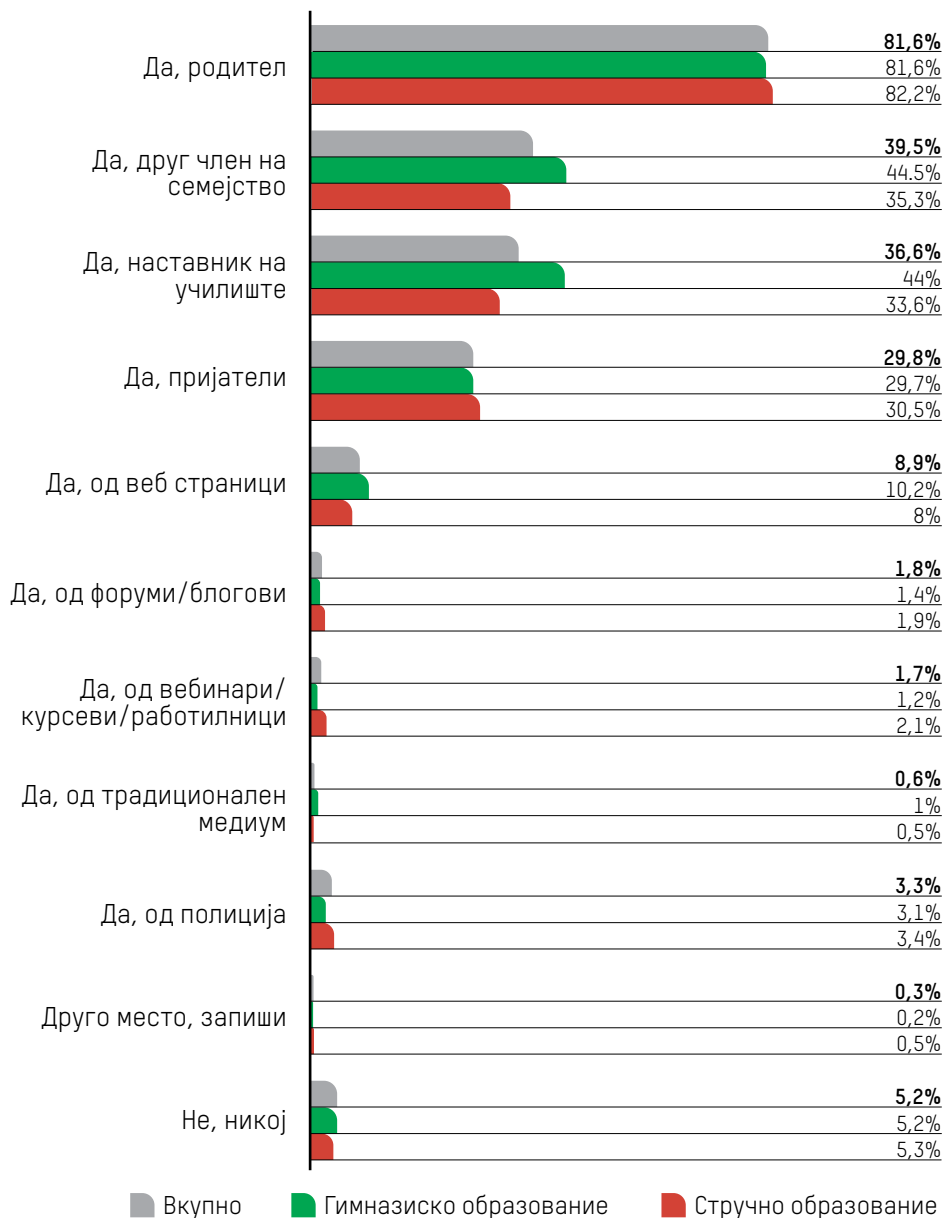




**Слика 38.**

Дали некој ти дал информации или совет за тоа како да бидеш безбеден/  
на додека си на интернет?

*Можни се повеќе одговори*



Испитаничките во поголем процент се изјасниле дека добиле информации или совет од родител за

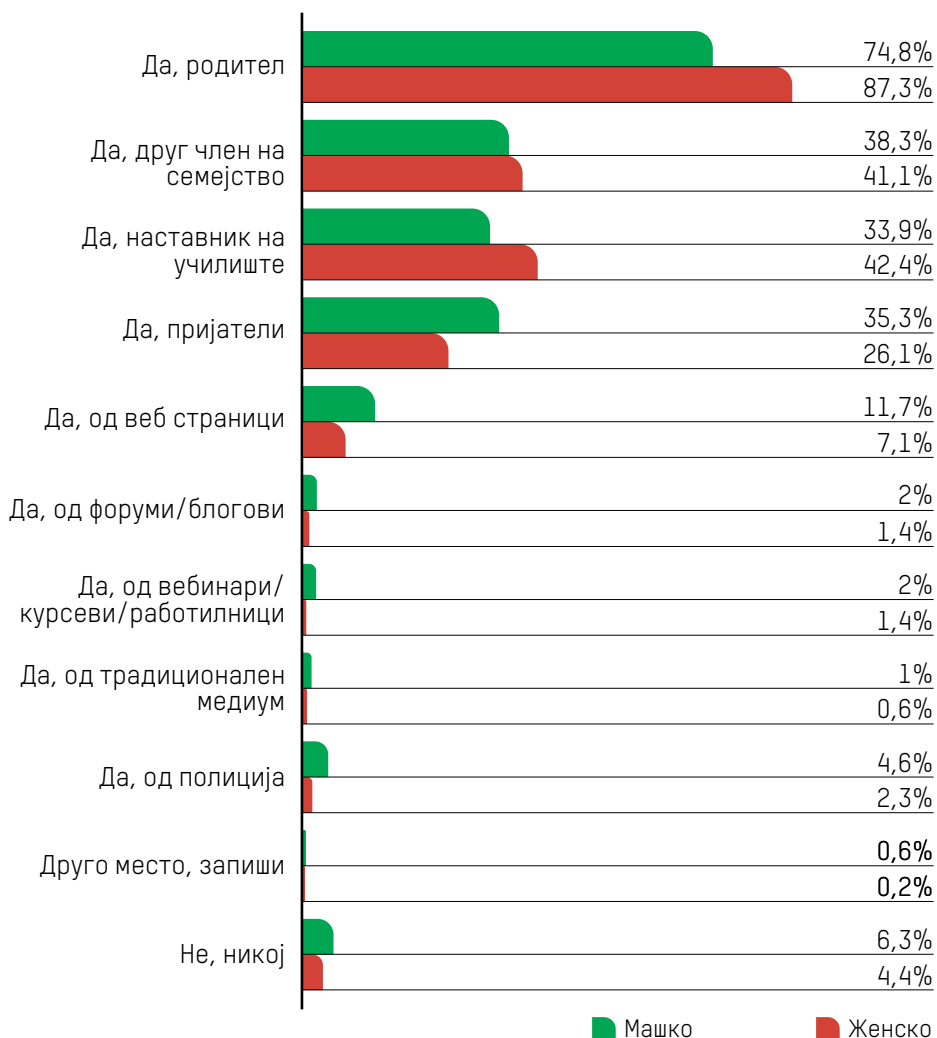
тоа како да бидат безбедни додека се на интернет во споредба со испитаниците (Слика 38.1).

### Слика 38.1.

Дали некој ти дал информации или совет за тоа како да бидеш безбеден/на додека си на интернет?

*Можни се повеќе одговори;*

Вкрстени резултати по пол



Од соопштените резултати, најпрво може да се заклучи дека безмалку сите ученици во истражувањето имаат профили на популарните социјални мрежи (што е очекуван наод), меѓу кои предничи Инстаграм (93,1%), потоа следува Тик ток (87,6%), па Фејсбук (81,3%) и Снепчет (80,1%). Ученичките во поголем процент ја користат социјалната мрежа Тик Ток, споредено меѓу учениците. Најголемиот дел од учениците (вкупно 81,4%) се генерално претпазливи кога се работи за тоа кој може да го следи/види нивниот профил, изјавувајќи дека тоа им е овозможено само на нивните пријатели/следбеници (49%), односно на еден дел од нив (32,1%). Нивните најчести активности на социјалните мрежи воглавно можат да се сумираат во секојдневни разговори со пријатели/семејство; слушање музика/дознавање информации за групи и артисти преку стриминг платформи; разгледување текстови, видеа, фотографии, или пак страници на други луѓе без оставање „лајк“ или коментар. Понатаму, поголем процент (вкупно 72,6%) се свесни дека некој може да се преправа како да им е врсник за да се запознае со нив. Нешто помалку (69,2%) сметаат дека на социјалните мрежи луѓето

често вознемируваат други луѓе, како и дека на социјалните мрежи луѓето често испраќаат навредливи пораки (68,1%). Две третини од учениците се самокритични и свесни дека поминуваат премногу време на социјалните мрежи, но од добиените податоци се чини дека тоа не е доволно моќен мотиватор за да го променат своето однесување намалувајќи го времето поминато онлајн и пренасочувајќи го вниманието на нешто друго. Индикативен е и податокот дека 28,7% од учениците ништо од наведеното не ги загрижува и дека 30,2% не се согласуваат со тврдењето дека некој може да поставува нивни фотографии на сопствениот профил без нивна согласност. Поголем процент (63,3%) би споделиле фотографии од нивното семејство или од други малолетни членови на семејството. Ваквите наоди укажуваат дека не така мал број ученици или немаат доволно познавања за опасностите од злоупотреба на лични податоци од страна на кибер-предатори и нарушувањата на безбедноста во интернет просторот или сметаат дека ним такво нешто не може да им се случи или пак се сосема незаинтересирани за овие теми.

Големо мнозинство, на социјалните мрежи споделува фотографии од нивниот одмор, од излегување со пријателите, но исто така никогаш не би ги споделиле своите домашни адреси, мејл адреси и телефонски броеви. Голем број не би споделиле ниту информација за тоа како се чувствуваат. Учениците во поголем процент без проблем би споделиле јавни информации за тоа што прават, споредено со ученичките. Кога станува збор за соочување со негативни содржини на интернет, поголем е процентот на оние кои соопштуваат дека ќе ги игнорираат или ќе го блокираат лицето кое ги споделило. Во овој контекст, охрабрувачки е наодот кој укажува дека само 1,6% не знаат што би направиле во таква ситуација. Улогата на родителите во советувањето на учениците како да ја сочуваат безбедноста во интернет просторот е мошне голема, што се гледа од високиот процент (81,6%) на одговори кои ги посочуваат токму нив како главен извор на информации. Ова е поизразено кај ученичките. Следни по влијание се некој друг член од семејството, наставниците и врсниците. Кај учениците од гимназиите информации за безбедност на интернет

во поголем број на случаите дошле од друг член на семејството и од наставник на училиште, споредено со учениците од средните стручни училишта.

## **4. Мобилен телефон**

Во современиот дигитален свет, станува јасно дека мобилните телефони не се само технолошки уреди, туку и есенцијален дел од дневниот живот на учениците во средното образование. Затоа беше потребно да се утврди кои се активностите за кои учениците ги користат своите мобилни телефони и со каква зачестеност (Слика 39). Големо мнозинство (85,5%) од нив секој ден ги користат апликациите на социјалните мрежи. Интересно е дека разговарањето по телефон – оригиналната намена на телефонот, како секојдневна активност се наоѓа на второ место – ова како нешто што го прават секој ден на телефон го означиле 83,3% од учениците, што е секако големо мнозинство, на кое треба да се додадат и 13,7% од испитаниците кои тоа го прават неколку пати неделно. На трето место учениците

го навеле слушањето музика преку телефон, со висок процент што го прават ова секојдневно (75,8%). Седум од десет ученика (68,7%)

гледаат видеа преку мобилниот телефон секој ден, а потоа следи употребата на апликации за директни пораки (63,9%).

### Слика 39.

Колку често ги правиш следниве активности на својот мобилен телефон?

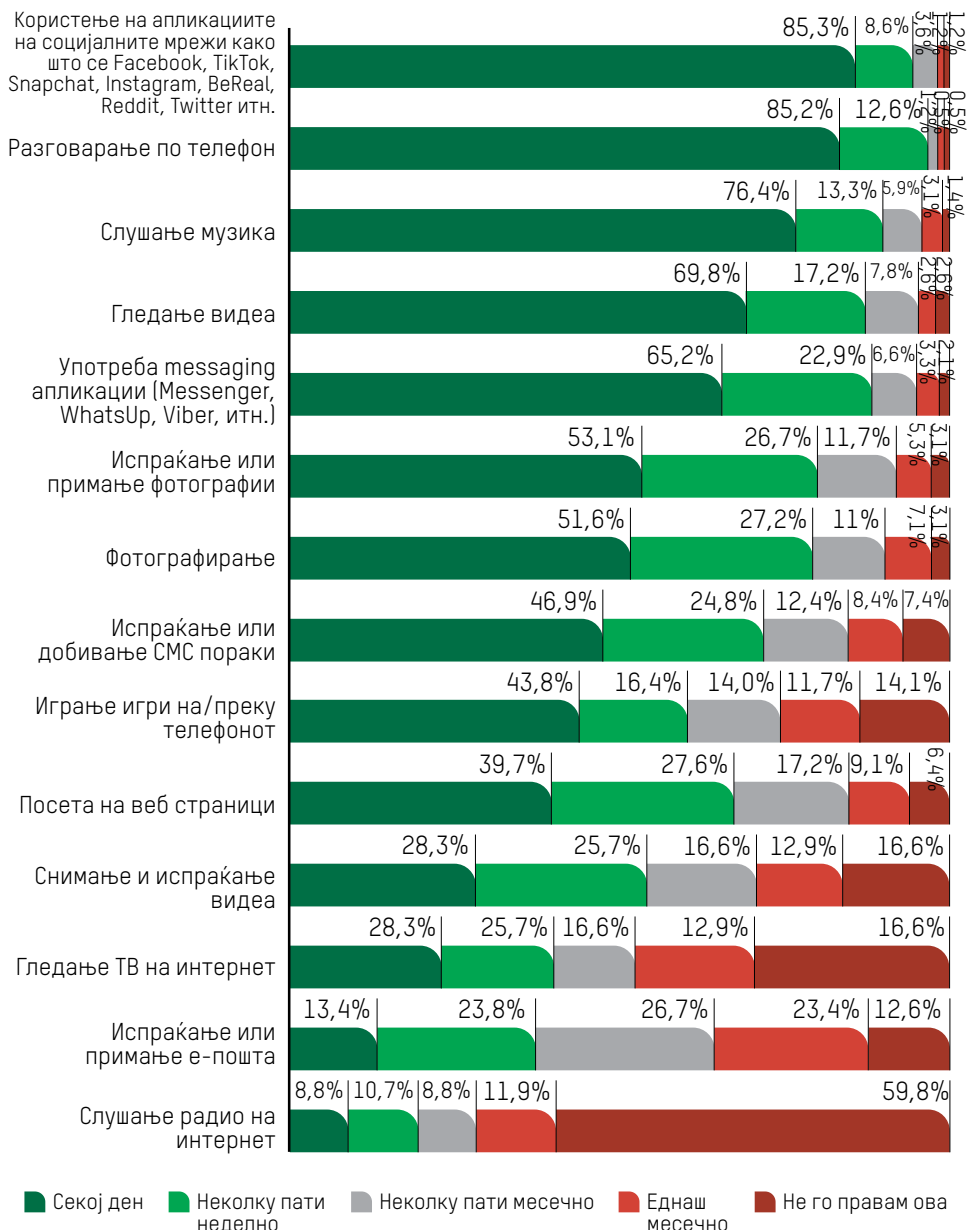


Мобилниот телефон често пати се користи и за фотографирање/споделување фотографии. Така 54,4% од учениците секојдневно испраќаат или примаат фотографии, а 24,5% тоа го прават неколку пати неделно, додека 49,8% се фотографираат секојдневно, а 27,7% - неколку пати неделно. Телефоните често се користат и за СМС пораки - 48% секојдневно и 24,4% неколку пати неделно; како и за играње игри - 41,1% играат секојдневно, а 18,8% неколку пати неделно. Сличен е вкупниот процент на оние кои често преку мобилниот одат на веб страници - вкупно 63% од кои 36,3% секојдневно, а 26,7% неколку пати неделно. Повеќе од половината (вкупно 52%) со мобилниот телефон често снимаат и испраќаат видеа - 27,5% секој ден, а 24,1% неколку пати неделно.



**Слика 39.1.**

Колку често ги правиш следниве активности на својот мобилен телефон  
Вкрстени резултати – Гимназиско образование

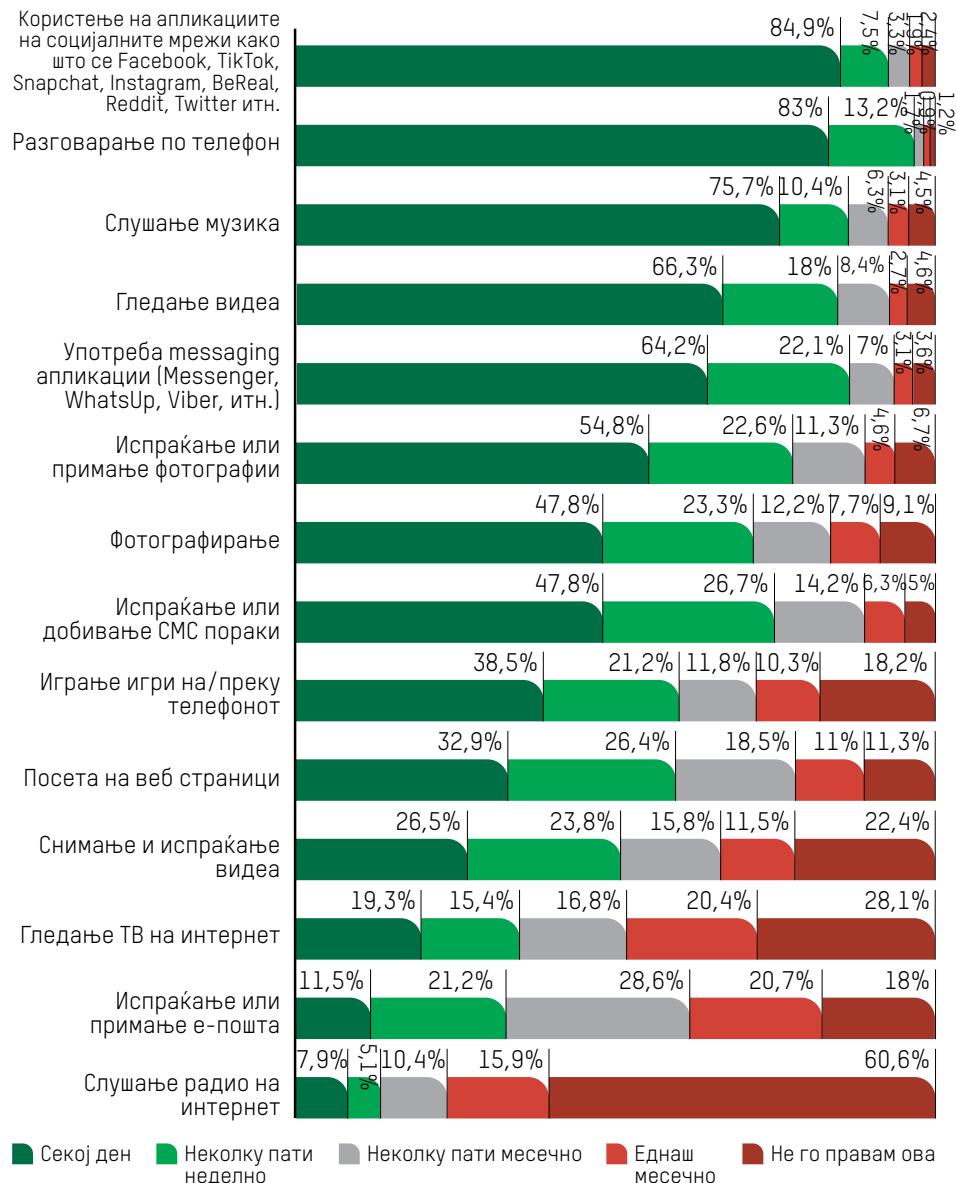


Во однос на ова прашање не се согледани значајни статистички раз-

лики помеѓу гимназиско и стручно образование (Слика 39.1 и 39.2).

**Слика 39.2.**

**Колку често ги правиш следниве активности на својот мобилен телефон  
Вкрстени резултати – Стручно образование**





Како што е констатирано и во претходните сегменти, речиси сите ученици кои учествуваат во ова истражување имаат свој мобилен телефон. Големо мнозинство од нив, телефоните ги користат за пристапување кон социјални мрежи, разговарање, слушање музика, како и за фотографирање/споделување фотографии, односно снимање и праќање видеа. Интересно би било подетално да се истражат содржините на видеата што ги праќаат и добиваат, од причини што, иако технологијата овозможува многу придобивки, во случаите на кибер-малтретирање токму истата таа технологија е главниот медиум кој се користи за да се пратат смс-пораки, видеа или фотографии кои можат да вклучуваат провокација/насилна содржина или да се компромитирачки со цел заплашување, изнудување и заканување.

## 5. Општи информации и користење на електронска опрема

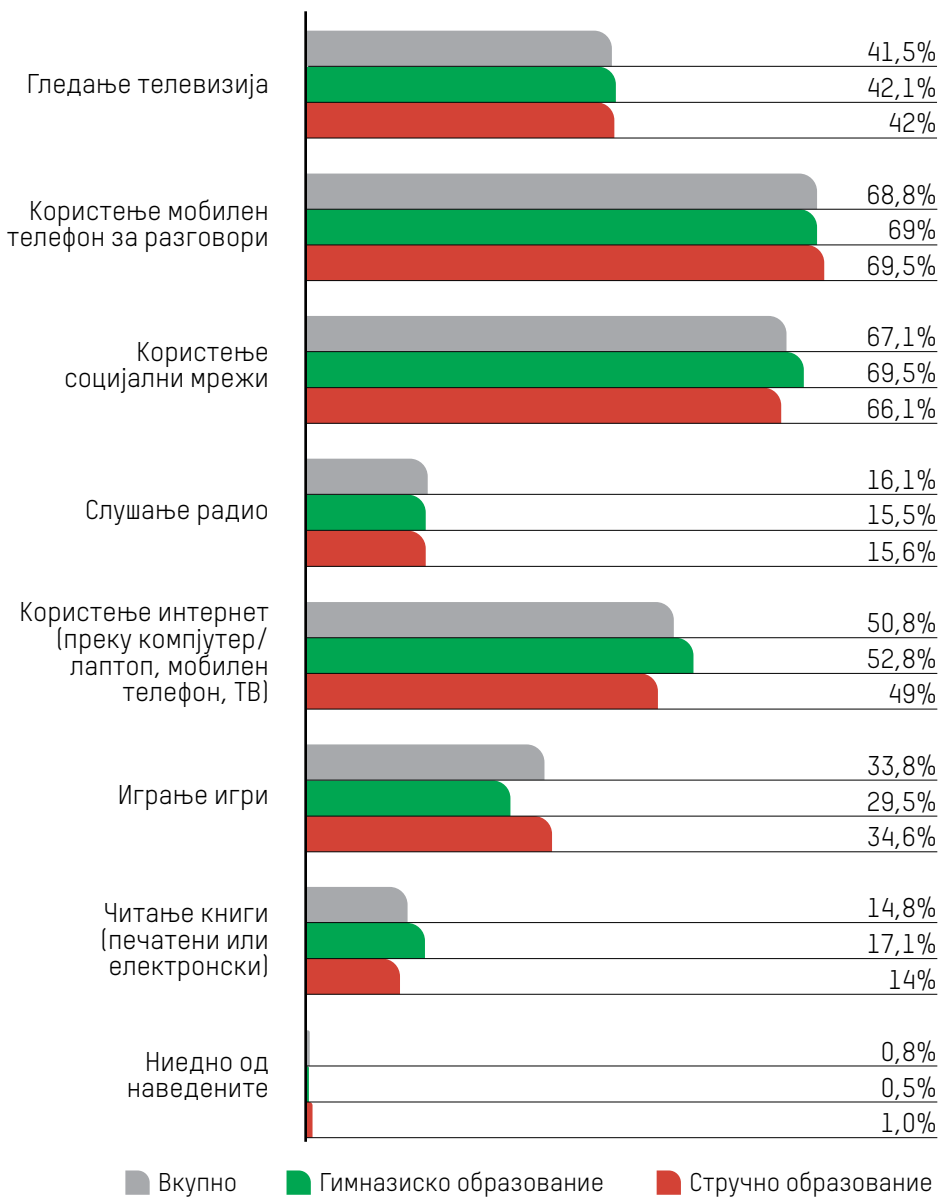
Во последната тема од истражувањето акцентот е ставен на активностите кои најмногу би им недостигале на учениците кога не би можеле да ги прават во текот на една недела, како и на користењето различни видови електронска опрема.

Од активностите кои најмногу би им недостигале (Слика 40), учениците на прво место го издвојуваат мобилниот телефон за разговори (68,8%) и користењето социјални мрежи (67,1%), додека на половина ученици би им недостигало и користењето интернет (50,8%). Позначајна застапеност имаат уште одговорите дека ќе им недостига гледањето телевизија – 41,5% и играњето игри – 33,8%.

Во однос на ова прашање не се согледани значајни статистички разлики помеѓу гимназиско и стручно образование.

**Слика 40.**

Кои три активности од наведените најмногу би ти недостигале кои не би можел/а да ги правиш во текот на една недела? *Можни се до три одговори*

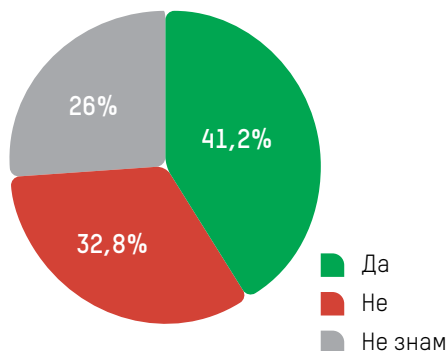


На прашањето: „Дали на училиште добивате доволно информации за користење на медиумите и за тоа што всушност значат медиумските содржини“, четири од десет учени-

ка (41,2%) сметаат дека добиваат доволно информации на училиште, додека 32,8% не се согласуваат со ова, а 26% не се сигурни (Слика 41).

**Слика 41.**

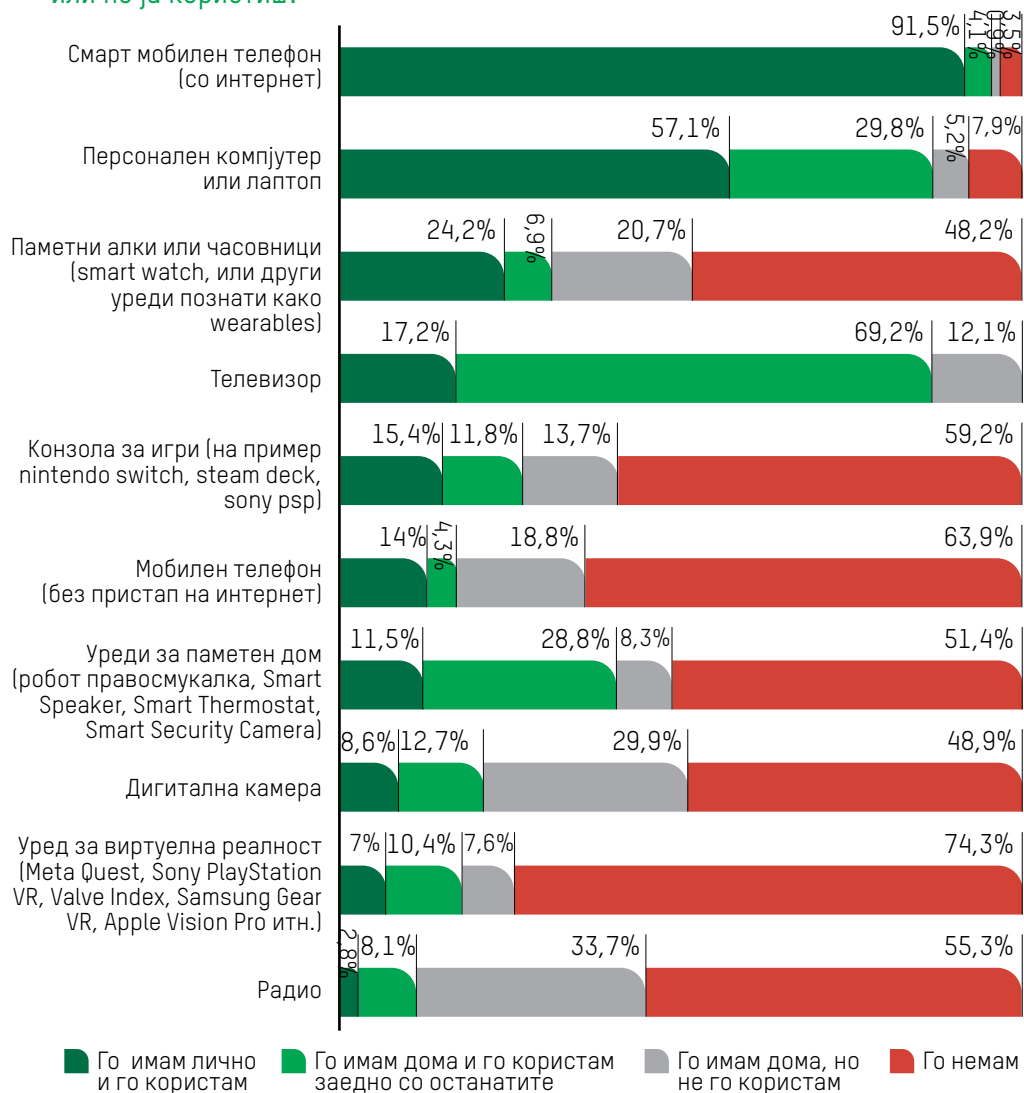
Дали на училиште добивате доволно информации за користење на медиумите и за тоа што всушност значат медиумските содржини?



На последното прашање кое се однесува на поседувањето електронска опрема, податоците покажуваат високо ниво на поседување и користење паметни мобилни телефони од страна на учениците (91,5%). Понатаму, значителен број ученици (57,1%) имаат и користат лични компјутери или лаптопи на што се надоврзуваат уште 29,8% кои го користат домашниот компјутер или лаптоп ( Слика 42). Најголем дел од учениците во својот дом немаат уред за виртуелна реалност (74,3%), нешто под две третини (63,9%) немаат мобилен телефон без пристап на интернет, а потоа конзоли за игри – 59,2%.

**Слика 42.**

Која електронска опрема од различни видови ја имаш дома и ја користиш или не ја користиш?



Интересен е податокот дека 55,3% од испитаниците немаат радио, една третина (33,7%) го имаат дома, но не го користат, а само

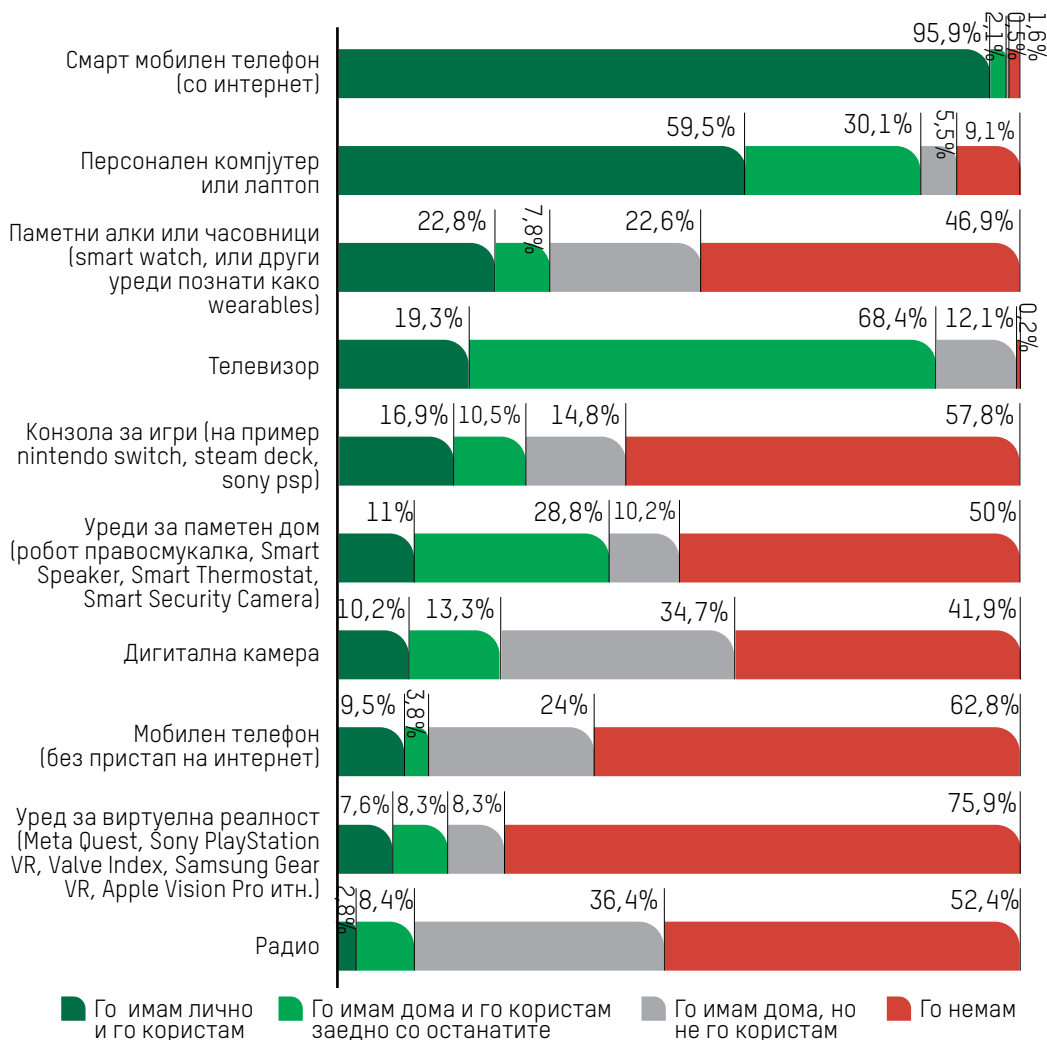
вкупно 10,9% го користат без оглед дали уредот е нивни личен или од домаќинството. Исто така, половина (51,4%) немаат уреди за паметен

дом, но 41% ги имаат – помалку од нив лични (11,5%), а повеќе имаат вакви уреди во домот (28,8%). Околу половина (48,9%) исто така

немаат дигитална камера (како за себен уред, а не на мобилниот телефон.)

### Слика 42.1.

Која електронска опрема од различни видови ја имаш дома и ја користиш или не ја користиш? Вкрстени резултати – Гимназиско образование

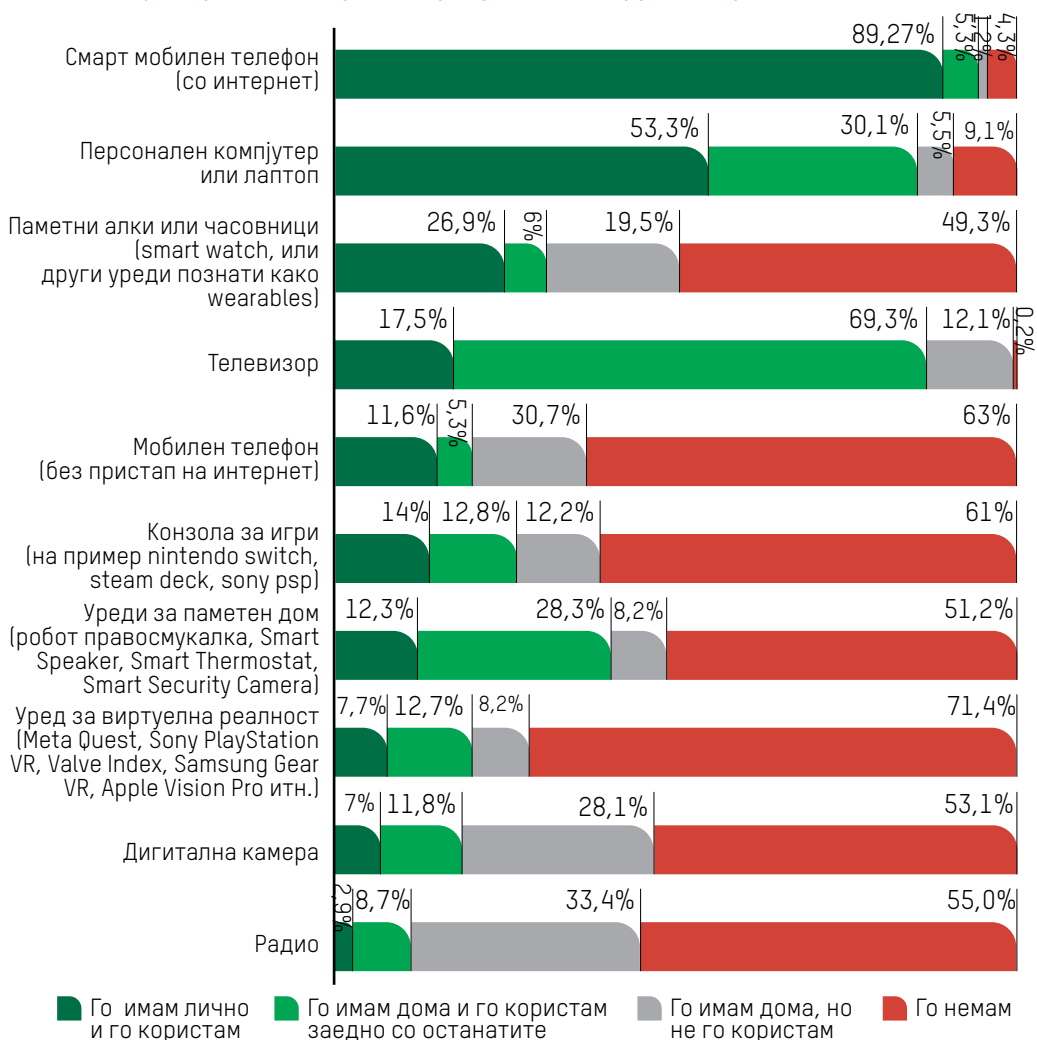


Во однос на ова прашање, со исклучок на поседување сопствен смарт мобилен телефон - кој е присутен кај учениците од гимназиско образование, не се согледа-

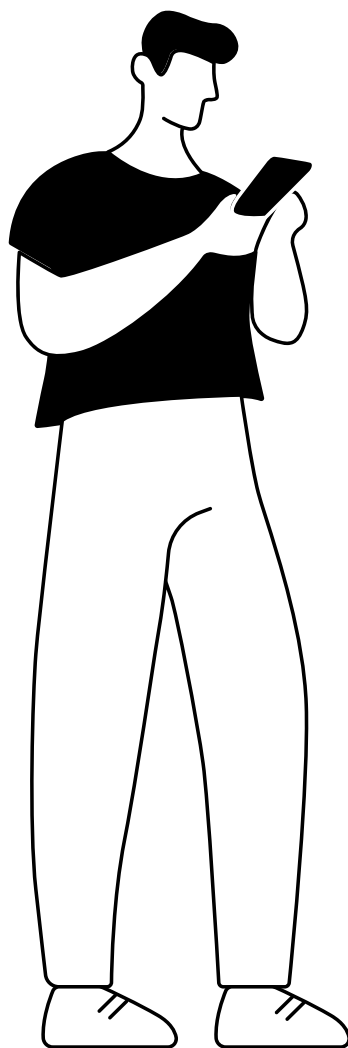
ни значајни статистички разлики во однос на другите видови електронска опрема помеѓу учениците од гимназиско и стручно образование (Слика 42.1 и 42.2).

### Слика 42.2.

Која електронска опрема од различни видови ја имаш дома и ја користиш или не ја користиш? Вкрстени резултати – Стручно образование



Одговорите на прашањето кои активности најмногу би им недостигале се во склад со добиените наоди за поседувањето мобилни телефони и зачестеноста на нивното користење (91,5%). Оттука, очекувано е тие и најмногу да им недостигаат (за разговори, користење на социјални мрежи, интернет, гледање телевизија и играње игри). Исто така, поголемиот број ученици имаат на располагање и други електронски уреди, како што е личен/домашен компјутер и лаптоп. Од особена важност е наодот според кој 41,2% сметаат дека добиваат доволно информации на училиште за користење на медиумите и за тоа што всушност значат медиумските содржини, но исто така 32,8% не се согласуваат со ова, а 26% не се сигурни. Оттука, ова е важен показател дека на овие теми треба да се обрне поголемо внимание во рамки на наставата во средното образование.





Заклучоци од  
истражувањето

Телевизија

Интернет

Социјални  
мрежи

Препораки

**[ 5 ]**

**ЗАКЛУЧОЦИ  
И ПРЕПОРАКИ**



## Заклучоци од истражувањето

Мобилните (смарт) телефони се убедливо најчесто користени уреди меѓу учениците. Истражувањето потврди дека мобилните телефони имаат значителен удел во секојдневието на средношколците, со висока употреба на уредите за телефонски разговори, апликации за социјални мрежи и за користење интернет генерално.

Иако, според податоците, постои значителна свест за улогата/влијанието што алгоритмите го имаат врз информациите/содржините со кои се среќаваат онлајн, сепак од особена важност е наодот според кој 41,2% од учениците сметаат дека добиваат доволно информации на училиште за користење на медиумите и за тоа што всушност значат медиумските содржини, но значителни 32,8% не се согласуваат и 26% не се сигурни за ова. Ова е важен индикатор дека на овие теми е потребно да се обрне поголемо внимание во рамки на наставата во средното образование.

Покрај формалното образование, улогата на родителите и настав-

ниците како извори на информации за безбедно користење на интернет исто така е многу значајна. Влијанието на родителите во советувањето на децата како да ја сочуваат безбедноста во интернет просторот е големо, што се гледа од високиот процент (81,6%) одговори кои ги посочуваат токму нив како главен извор на информации. Следни по влијание се некој друг член од семејството, наставниците и врсниците. Учениците од гимназиите, до информации за безбедност на интернет во поголем број случаи добиле од друг член на семејството и од наставник на училиште, споредено со учениците од средните стручни училишта. Овие податоци истовремено ја потенцираат потребата од постојан дијалог и одговорна соработка меѓу училиштата, семејствата и заедницата во целина за да се обезбеди дека младите луѓе се опремени со вештините потребни за безбедно и одговорно користење на дигиталните технологии.

Анализата на критичкото размислување и медиумската писменост кај средношколците открива извесно ниво на свест и знаење меѓу учениците во однос на дигиталната приватност и безбедност.

Големо мнозинство од учениците (87,2%) одговориле дека се спремни да преземат прелиминарни проверки пред да им дозволат на апликациите пристап до нивните лични податоци и ова е показател за одреден степен на разбирање за потенцијалните ризици што ги носи интернетот и за важноста на заштитата на сопствената приватност. Сепак, ако се земат предвид одговорите на учениците на дел од другите сетови прашања, впечатокот е поинаков. Неконзистентноста помеѓу знаењето што треба/не треба да се направи (декларативно) и како се однесуваат учениците во реалноста, е видлива и од одговорите на блокот прашања за користењето на социјалните мрежи (на пр. Инстаграм, Тик-Ток, Снепчат итн.) и нивната популарност кај оваа возрастна група. Оттука, претходно соопштените високи 87,2% треба да се земат со резерва, од причина што најверојатно се должат на тенденцијата за давање социјално посакувани одговори. Всушност, веројатноста е дека е поголем процентот на оние ученици кои не обрнуваат поголемо внимание на тоа до кои нивни лични податоци апликацијата би можела да има пристап, туку ја инсталира-

ат од различни причини (на пр. затоа што е популарна, мнозинството врсници ја користат, ја зголемува нивната видливост и популарност помеѓу врсниците итн.).

Еден од најзначајните предизвици што го откри ова истражување е недостатокот на вештини кај учениците за верификација на информациите и содржините на интернет, конкретно за техниките и алатките за проверување на потеклото на фотографии објавени на интернет. Дополнително, иако мнозинството ученици имаат основно разбирање за разликите меѓу дезинформација и мисинформација, сепак потребни се подлабоки знаења и вештини за да се идентификуваат и разберат овие појави во практиката, особено на интернет каде што тие секојдневно поминуваат значително време.

Учениците имаат генерално разбирање за различните форми на медиумско рекламирање, вклучувајќи ги и пласирањата на производи во програми, иако постои разлика во перцепциите помеѓу учениците од различни видови училишта. Воедно, одговорите на прашањата во врска со нивните реакции на шокантни информации

упатуваат на тоа дека поголемиот дел од учениците би направиле проверка на веродостојноста на информацијата пред да реагираат. Сепак, податокот дека значителен дел би ја споделиле таквата објава со своите пријатели укажува на потребата од поголема едукација за одговорното користење на социјалните мрежи и потенцијалните последици од споделувањето на сензационалистички содржини.

Иако има висок процент на ученици кои детектирале точни и погрешни одговори на понудените тврдења во врска со социјалните мрежи, сепак не така мал број на ученици загрижувачки наивно (или незаинтересирано) пристапуваат кон социјалните мрежи и медиуми, што повторно упатува на потребата од стекнување дополнителни знаења и натамошно градење на нивниот критички став и јакнење на дигиталната и медиумската писменост.

Конечно, важно е да се напомене дека учениците веруваат, односно се согласуваат со тврдењето дека луѓето имаат тенденција да бараат информации кои ги потврдуваат нивните сопствени убедувања. Ова укажува на потенцијална изложеност на ефектот на ехо-комора<sup>19</sup> – околина каде што луѓето се изложени само на мислења или информации кои ги поддржуваат или ги засилуваат нивните постоечки гледишта, без да се среќаваат со различни и/или спротивни перспективи/гледишта/содржини. Овој ефект е посебно истакнат на социјалните мрежи и интернет платформите, каде алгоритмите често ги филтрираат информациите кои им се прикажуваат на корисниците – момент за којшто мнозинството ученици се свесни. Она што е критично за учениците е разбирањето за импликациите од ефектот каде што содржините

<sup>19</sup> Согласно дефиницијата од Речникот на медиумска писменост, ехо-комора е состојба којашто се создава под влијание на компјутерски програмирани алгоритми коишто ги одредуваат информациите што ги примаме. Овој процес е тесно поврзан со нашите онлајн-активности, пребарувања на интернет и претставува еден вид автоматизирана персонализација на информациите. „Ехо-комора“ концептски претставува информациски меур што означува затворен систем на комуникација со информации којашто може да му оневозможи на корисникот на медиумските содржини да биде изложен на повеќе различни гледни точки на иста тема. На овој начин се засилуваат личните убедувања и ставови (<https://recnik.medium.edu.mk/termin/eho-komora/>).

се ротираат во затворен круг, без значајна изложеност кон различни или спротивставени гледишта, што на крај може да резултира со формирање на мислење преку „сервирање“ информации од страна на алгоритмите.

## Телевизија

Перцепциите и однесувањата на средношколците кон телевизијата покажуваат дека таа сè уште игра значајна улога во нивните животи, иако начинот на кој ја користат и доживуваат постепено се менува. Анализата на перцепциите и однесувањата на средношколците кон телевизијата како медиум открива значајни трендови и промени во начинот на кој младите го доживуваат и користат овој традиционален извор на информации и забава. Ова најмногу се одразува во резултатите од истражувањето, каде значителен број ученици (23%) ја сметаат можноста за гледање програми по барање како основно значење на поимот „гледање телевизија“.

Учениците гледаат телевизија секојдневно (иако пократко за време на работната недела), а времетраењето на гледање се зголемува за викендите, кога 28,8% гледаат

телевизија подолго од 3 часа на ден. На прво место учениците гледаат спортски натпревари (38,5%), потоа играни филмови (36,5%), па хумористични емисии (33,3%). Според најголемиот дел од нив, на телевизија има премногу реклами, вести и дебатни емисии и нема доволно програми што им се допаѓаат. Кога станува збор за документарните ТВ програми, учениците генерално сметаат дека тие ги покажуваат точните факти за настаните. Сличен став имаат и за ТВ вестите/дневниците. Оценките се поделени околу преголемото присуство на програми со насилство, па така приближно исто ги има оние кои не се согласуваат со ваквото тврдење и оние кои имаат неутрален став. Нешто помал број од учениците се согласуваат дека на ТВ има премногу вакви програми. Одговорите се безмалку рамномерно распределени во поглед на ставот дека во животот има многу важни позитивни настани, ама во ТВ вестите се известува само за негативните. Во поглед на реалните шоа кои се емитуваат на телевизија, не така мал процент (27,6%) сметаат дека тие ги прикажуваат настаните какви што се, додека за 36,5% тоа не е така. Неутрален

став по ова прашање имаат 39,9% од учениците. Овие наоди стануваат поиндикативни кога се анализираат заедно со користењето на интернетот и социјалните мрежи.

## Интернет

Споредено со гледањето телевизија во текот на работната недела, учениците се значително повеќе и подолго во интернет просторот. Оваа разлика е уште поголема за време на викендите, кога голем дел од учениците (57,9%) активно користат интернет повеќе од 5 часа во текот на денот, а не е мал процентот ниту на оние кои се активно онлајн од 3 до 5 часа на ден (27,6%). Кога се онлајн, времето најмногу го поминуваат на социјалните мрежи (89% секој ден) и во слушање музика (72,6% секој ден). Други активности за кои учениците често го користат интернетот се: пристапување кон Скајп, Вацап, Месинџер, Телеграм, потоа пребарување податоци потребни за училиште, како и гледање ТВ програми, видеа и филмови. Мнозинство ученици (62,8%) никогаш не слушаат радио на интернет.

Повеќе од половина ученици (потоа 62%) гледаат Тик Ток видеа, потоа кратки видеа (рилс)

на Инстаграм (46%), музика (39%) и кратки видеа (шортс) на Јутјуб (31%). Помал дел од учениците покажуваат скептицизам кон вистинитоста на содржините објавени на социјалните мрежи. За разлика од нив, речиси половина ученици сметаат дека содржините се вистинити (целосно се вистинити 3,3%, донекаде се вистинити 42,6%). За да се стекне подетален увид во потенцијалното позитивно или негативно влијание на посочените социјални мрежи, потребно е дополнително да се истражи какви се содржините на видеата и објавите што учениците ги гледаат преку овие апликации.

Во однос на активностите кои учениците сакаат или не сакаат да ги прават на интернет, мнозинство од учениците (64,1%) имаат поставено фотографии на веб-страница или на социјална мрежа, 41,6% поставиле фотографија на која додале филтри и ја уредиле (дополнителни 11,3% би сакале да го сторат тоа), а 37,1% не би сакале да го направат ова. Кратко видео не би сакале да направат и да го постават на веб-страница/социјална мрежа 40,8%, но 38% го направиле тоа, а уште 9,6% би сакале. Слична е ситуацијата и со вклучувањето во

живо на Фејсбук, Јутјуб, Инстаграм и др. - околу 44,5% не би сакале да го сторат тоа, но 37,1% го сториле, а 8,7% би сакале да го направат. Исто така, 40,7% не би сакале да напишат текст и да го објават на веб-страница/социјална мрежа, но 23,8% тоа веќе го направиле, а 19% би сакале да го сторат. Вкупно 49,5% или веќе имаат направено мим или гиф (29,6%), или пак би сакале да го сторат тоа (19,9%), додека 32,4% не би сакале да го направат тоа, а 18,1% изјавиле дека не знаат дали би сакале или не би сакале да направат мим или гиф.

Ставовите на учениците кон интернетот покажуваат дека тие се чувствуваат удобно користејќи го како алатка за учење и забава, иако постојат извесни грижи за безбедноста и приватноста на интернет. Многумина од нив веруваат дека ги имаат потребните знаења за да останат безбедни онлајн, но сепак има значителен дел кој изразува несигурност или недостиг од вакви знаења. Интересно е дека, иако учениците во голем број учествуваат во различни онлајн активности, постои изразен скептицизам кон позитивните ефекти на социјалните мрежи врз нивното

ментално здравје и социјални вештини, со значителен дел кој верува дека интернет комуникацијата не е замена за вистинските интерперсонални односи.

Учениците поминуваат значително време и во играње игри. Во своите одговори, тие на прво место ги издвојуваат игрите со пукање (FPS и TPS) кои зачестено ги играат вкупно 38% - 20,5% секој ден и 16,6% неколку пати неделно, но наспроти ова, вакви игри никогаш не играат 41,5% од испитаниците, а 12% еднаш месечно. На второ место по интензитет се спортските игри и симулаторите, како што се FIFA, NBA2K, Need for speed (16,9% ги играат секој ден, а 14,3% неколку пати неделно), кои пак никогаш не ги играат 43,4% (12,3% еднаш месечно).

Во однос на фреквенцијата, во училиштен ден, 39,8% од учениците играат игри до 3 часа, 31% играат од 3 до 5 часа и речиси исто толку повеќе од 5 часа (29,2%). За време на викендите, огромен процент од учениците (вкупно 85,5%) играат подолго од 3 часа дневно (57,9% повеќе од 5 часа). Ако на овие податоци се надоврзат претходно соопштените наоди за времето

поминато на социјалните мрежи и пред ТВ во текот на викендите (па и за време на работната недела), станува мошне загрижувачки степенот на екранизација и изложеноста на учениците на медиумски содржини кои често пати не се во едукативни цели. Тоа што учениците се толку фреквентно и интензивно во интернет просторот, сепак не имплицира автоматски дека знаат сè за дигиталната комуникација и дека имаат развиена медиумска писменост.

### Социјални мрежи

Анализата на користењето на социјални мрежи од страна на средношколците открива дека тие се веќе интегрален дел од нивниот секојдневен живот. Речиси сите ученици во истражувањето имаат профили на популарните социјални мрежи, меѓу кои предничи Инстаграм (93,1%), потоа следува Тикток (87,6%), па Фејсбук (81,3%) и Снепчет (80,1%). Масовното присуство на популарни социјални мрежи меѓу учениците е очекувано, но исто така говори за значењето што го имаат овие платформи во нивната комуникација, социјализација и пристап до информации. Резултатот што покажува дека

мнозинството ученици се генерално претпазливи околу тоа кој може да ги следи и види/отвори нивните профили укажува на постоечка свест за приватноста и безбедноста на интернет. На оваа линија, голем процент (вкупно 72,6%) се свесни дека некој може да се преправа како да им е врскик за да се запознае со нив. Нешто помалку (69,2%) сметаат дека на социјалните мрежи луѓето често вознемируваат други луѓе, како и дека на социјалните мрежи луѓето често испраќаат навредливи пораки (68,1%). Интересно е да се забележи дека, додека две третини од учениците се самокритични и свесни дека поминуваат премногу време на социјалните мрежи, од добиените податоци се чини дека тоа не е доволно моќен мотиватор за да тие го променат своето однесување намалувајќи го времето поминато онлајн и пренасочувајќи го вниманието на нешто друго. Со ова се истакнува уште повеќе потребата од засилена едукација и подигање на свеста за безбедно и умерено користење на овие платформи.

Споделувањето на лични фотографии и моменти од секојдневието е суштинска активност на социјал-

ните мрежи за многу ученици, што го потенцира нивниот социјален аспект. Големо мнозинство на социјалните мрежи споделува фотографии од нивниот одмор, од излегување со пријателите, но исто така никогаш не би ги споделиле јавно своите домашни адреси, мејл адреси и телефонски броеви. Голем број не би споделиле ниту информација за тоа како се чувствуваат. Споредено со ученичките, учениците во поголем процент без проблем јавно би споделиле информации за тоа што го прават.

Одговорите на учениците во однос на соочувањето со негативни содржини на интернет покажуваат дека покрај игнорирањето како најзастапена реакција, тие би одговориле на овие содржини така што би блокирале корисници или би престанале да го следат лицето што споделило таква содржина. Ова е донекаде охрабрувачки податок бидејќи покажува дека учениците не се целосно индиферентни пред негативностите што може да ги сретнат на интернет.

## Препораки

**1.** Да се изработи рамка за медиумска писменост за средно образование, како што постои за основно, со што ќе се постигне континуитет во развојот на критичкото мислење и надградувањето на медиумската писменост низ двата образовни потсистеми. Истата да ги земе предвид предзнаењата на учениците, развојните карактеристики на овој возрасен период, степенот на нивниот сознаен и социоемоционален развој, најновите сознанија за стратегии за развој на критичкото мислење, како и за креирање наставни активности со кои би се поттикнале конкретни вештини преку кои би се унапредила медиумската писменост на учениците.

**2.** Имајќи ја предвид високата изложеност на учениците на социјалните мрежи, а сепак на моменти недоволните познавања на начините како да се провери дали одредена фотографија е лажна, потоа релативно високиот процент на оние кои не ги читаат условите за користење пред да инсталираат одредена апликација, недоволно



високиот процент на препознавање говор на омраза, на верување во вистинитоста на информациите до кои може да се дојде преку различни медиуми итн., потребно е воведување дополнителни содржини (предавања, обуки) за кибер-безбедност во насока на намалување на ризиците од различни форми на злоупотреба на личните податоци и приватноста, онлајн насилство и слично. Ова до толку повеќе што, на пример, голем процент од учениците објавуваат свои фотографии (од одмори, излегувања со пријателите, од своите семејства) на интернет, а едно од основните правила е дека сè што ќе се постави еднаш на интернет, таму останува засекогаш (дури и кога ќе се избрише). Оттука, од суштинска важност е навистина да ја разберат опасноста од несоодветното или несовесно користење на интернетот (не само да ја знаат декларативно) и уште повеќе – како ефикасно да се заштитат додека се онлајн (во смисла на тотален процент од учениците, а не само одреден процент од нив, како што може да се забележи во дел од одговорите во ова истражување).

**3.** Со оглед на сè позачестеното користење на вештачката интелигенција од страна на помладата генерација, која во голем процент поседува паметни телефони (согласно наодите од ова истражување), потребно е да се организира циклус предавања со експерти од областа (на пр. универзитетски професори од ФИНКИ), за време на класните часови и/или наставата по информатика, кои ќе ги запознаат со позитивните и негативните страни на ВИ и со најефикасните начини за нејзино користење, пред сè во едукативни цели. Ова е важно, бидејќи како што покажуваат дел од резултатите, големо мнозинство од учениците (вкупно 71,7%) сметаат дека веб страниците со информации за учење се вистинити, како и дека вештачката интелигенција генерира вистинита содржина (вкупно 45,7%). Тоа во пракса не е секогаш точно.

**4.** Вклучувањето на родителите во активностите опишани под точка 2 и 3 е исклучително важно, пред сè затоа што учениците токму нив ги посочуваат како примарни извори на информации за тоа како да се заштитат во интернет просторот. Наставниците исто така треба

да бидат вклучени во предавања/обуки/работилници на овие теми, од причина што тие секојдневно се во контакт со учениците и треба да поседуваат доволно знаења и вештини за развој на критичкото размислување кај учениците, унапредување на нивната медиумска писменост, зголемување на информираноста за начините како да се сочува безбедноста на личните податоци во интернет просторот и слично.

**5.** Потребно е продлабочување на информираноста за медиумската регулатива кај учениците, што може да се постигне преку вклучување на компетентни лица во рамки на наставните активности или пак низ организирани работилници на конкретни теми поврзани со медиумската регулатива во кои ќе работат во групи, под супервизија на компетентни ментори.

**6.** Медиумската и информациската писменост се тесно поврзани со пошироката палета дигитални компетенции и вештини за кои е потребно да се направи рамка, како за учениците, така и за наставниот кадар. Со оглед на тоа што учениците поседуваат ре-

лативно развиени дигитални вештини за темите кои ги обработува ова истражување, потребно е фокусот да се насочи кон надградување на критичкото разбирање на содржините со кои се соочуваат на социјалните мрежи, како и кон напредното користење на интернет. Во оваа насока, може да се организираат хакатони на различни релевантни теми, каде преку соработка и групна активност учениците ќе учат едни од други, со помош на нивните ментори и ќе креираат иновативни решенија за темата од интерес.

**7.** Поттикнувањето на развојот на критичкото мислење (кое е тесно поврзано со медиумската писменост) кај учениците во средното образование треба да ги следи развојните линии на формалните операции и на сложените форми на мислење како што се комбинаторното, пробабилистичкото, експерименталното, формално-поимното и хипотетско-дедуктивното мислење. Во таа насока, потребно е да бидат креирани активности кои на учениците ќе им овозможат метакогнитивна рефлексивна рефлексија, преку која ќе можат да направат рефлексија на своите идеи, да ги

споредуваат различните идеи, да ја проценуваат нивната валидност и да прават избор на најдобрите помеѓу оние што им стојат на располагање. На овој начин ќе се постигне продлабочување на разбирањето на сопствените идеи и ќе се зголеми способноста за артикулирање на личните верувања и размислувања. Исто така, критичкото мислење може да се развива и преку решавање на практични проблем-ситуации, во кои учениците ќе треба да ги селектираат најсилните аргументи и логички да резонираат, за да дојдат до најдоброто можно решение. Понатаму, потребно е што повеќе да се користи функционално знаење (а не само фактографското), што се постигнува преку истражувања, презентирање наоди, докази и објаснувања за идејата што се истражува, преку поставување отворени прашања во дискусиите кои оставаат простор на адолесцентите да ги искажат своите размислувања и повеќе да се насочат кон обмислување на одговорите пред да ги дадат, наместо кон давање на точниот одговор на поставеното прашање.





Клучни Демографски карактеристики  
на испитаниците од примерокот

Листа на средни училишта според јазик  
на настава и статистички региони

**[ 6 ]**

**АНЕКС I -  
Демографија**

**Табела 4.**  
Клучни демографски карактеристики  
на испитаниците од примерокот

Демографски податоци	N=884	Гимназиско (База 580)	Стручно (База 584)
<b>Вид на училиште</b>			
Гимназиско	33,9%		
Стручно	66,1%		
<b>Во која година учиш?</b>			
Прва година	50,3%	49,3%	51,0%
Втора година	49,7%	50,7%	49,0%
<b>Пол</b>			
Машки	44,3%	41,6%	45,0%
Женски	55,7%	58,4%	55,0%
<b>На кој јазик учиш?</b>			
Македонски	65,5%	67,1%	66,3%
Албански	31,1%	29,5%	30,5%
Турски	3,4%	3,4%	3,3%
<b>Возраст</b>			
14 години	5,7%	5,9%	5,8%
15 години	48,5%	46,6%	49,3%
16 години	44,9%	47,1%	43,8%
17 години	0,9%	0,5%	1,0%

### На кој јазик зборувате дома?

Македонски	63,1%	66,2%	63,0%
Албански	31,0%	29,3%	30,5%
Турски	5,1%	4,0%	5,5%
Ромски	0,0%	0,2%	0,0%
Влашки	0,1%	0,2%	0,2%
Српски	0,2%	0,2%	0,2%
Босански	0,5%	0,0%	0,7%
Друго	0,0%	0,0%	0,0%

### Статистички регион

Скопски	31,4%	34,7%	28,1%
Североисточен	9,3%	14,3%	4,3%
Полошки	10,7%	6,9%	14,6%
Пелагониски	7,5%	8,6%	6,3%
Југоисточен	7,4%	3,8%	11,0%
Југозападен	17,4%	17,2%	17,6%
Источен	8,6%	7,8%	9,4%
Вардарски	7,7%	6,7%	8,7%

**Табела 5.**  
Листа на средни училишта според јазик  
на настава и статистички региони

	Регион	Општина/ Град Скопје	Средно училиште	Испитаници (ученици)	
				I година	II година
	<b>Настава на македонски јазик</b>				
1	Скопски	Град Скопје	СУГС Гим. „Никола Карев“	28	28
2	Скопски	Град Скопје	СУГС „Георги Димитров“	25	26
3	Скопски	Град Скопје	ДУФК „Методија Митевски Брицо“	14	13
4	Североисточен	Куманово	СОУ Гим. „Гоце Делчев“	20	24
5	Вардарски	Св.Николе	СОУ „Кочо Рацин“	8	8
6	Вардарски	Кавадарци	СОУ Гим. „Добри Даскалов“	11	11
7	Источен	Штип	СОУ „Славчо Стојменски“	14	13
8	Источен	Делчево	СОУ „Методи М.Брицо“	10	8
9	Југоисточен	Струмица	СОУ „Јане Сандански“	10	12
10	Пелагонија	Битола	СОУ Гим. „Јосип Броз Тито“	21	19

11	Пелагонија	Прилеп	СОУ Гимназија „Мирче Ацев“	16	18
12	Југозападен	Охрид	ОСУ „Св. Климент Охридски“	13	17
				190	197

	Регион	Општина/ Град Скопје	Средно училиште	Испитаници (ученици)	
	Настава на албански јазик			I година	II година
1	Скопски	Град Скопје	СУГС Гим. „Зеф Љуш Марку“	21	26
2	Полог	Тетово	СОУ Гим. „Кирил Пејчиновиќ“	20	20
3	Југозападен	Кичево	ОСУ „Дрита“	6	7
4	Југозападен	Струга	СОУ Гим. „Д-р Ибрахим Темо“	7	7
5	Пелагонија	Долнени	СОУ Гимназија „Преродба - Рилиндја“	8	8
6	Североисточен	Куманово	СОУ Гим. „Сами Фрашери“	10	11
7	Североисточен	Липково	СОУ „Исмет Јашари“	8	8
				80	87



	Регион	Општина/ Град Скопје	Средно училиште	Испитаници (ученици)	
				I година	II година
	Настава на турски јазик				
1	Скопски	Град Скопје	СУГС Гим. „Јосип Броз Тито“	10	10

**Забелешка:** Примероците се креирани според процентуалниот опфат на запишани ученици во прва и втора година во средните стручни и гимназиски училишта во земјава, како и процентуалната застапеност на ученици во трите јазици на настава (македонски, албански и турски). Има отстапка кај учениците со турска јазична настава, односно зголемен е бројот на испитаници, бидејќи нивната процентуалната застапеност не е доволна за да се извадат квалитетни податоци. Нема отстапки од примерокот дизајниран за потребите на истражувањето и опфатот на училиштата при спроведување на анкетата.





**( 7 )**

**АНЕКС II  
- Анкетен  
прашалник**

Податоци

Критичко  
размислување

Телевизија

Интернет

Мобилен  
телефон

Општи  
информации

## ИСТРАЖУВАЧКИ ПРОЕКТ :

### Медиумската писменост кај ученици во прва и втора година средно образование

Драг ученику,

Ова истражување, кое го спроведуваат Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и проектот „Младите размислуваат“, треба да ни помогне да дознаеме како учениците од прва и втора година средно образование употребуваат различни видови медиуми и што мислат за нив. Оваа анкета е анонимна, што значи дека сите дадени одговори остануваат доверливи и твојот идентитет нема никаде да се појави. Твоето мислење ќе биде користено за да се испланираат активности за воведување на медиумската писменост и критичкото размислување во формалното и неформалното образование, како и за заштита на младите од штетната содржина во аудиовизуелните услуги што се добиваат преку ТВ или онлајн.

Во ова истражување нè интересира твоето мислење и затоа обиди се, колку што е можно, твоите одговори да бидат најблиску до она што објективно го мислиш или правиш. За да ја пополниш анкетава потребни се **околу 30 минути**.

Ти благодариме

(Пополнува анкетар)

**Вид на училиште:**

- А. Гимназиско
- Б. Стручно

## 1. ПОДАТОЦИ

---

**Упатство:**

*На прашањата од 1 до 5, заокружи го бројот пред твојот одговор.*

**I. Колку години имаш?**

- 1. 14
- 2. 15
- 3. 16
- 4. 17

**II. Во која година учиш?**

- 1. Прва година
- 2. Втора година

**III. Пол**

- 1. Машки
- 2. Женски
- 3. Одбива да одговори

**IV. На кој јазик учиш?**

- 1. Македонски
- 2. Албански
- 3. Турски

**V. На кој јазик зборувате дома?**

- 1. Македонски
- 2. Албански
- 3. Турски
- 4. Ромски
- 5. Влашки
- 6. Српски
- 7. Босански
- 8. Друг (напиши кој):

**VI. Која електронска опрема од различни видови ја имаш дома и ја користиш или не ја користиш?**

**Упатство:**

*Избери по еден одговор во секој РЕД така што во КОЛОНАТА со твојот одговор ќе го заокружиш соодветниот број. Бројот 1 означува „го имам лично и го користам“, 2 означува „го имам дома и го користам заедно со останатите“, 3 „го имам дома, но не го користам“ и 4 значи „го немам“.*

Електронска опрема	Го имам лично и го користам	Го имам дома и го користам заедно со останатите	Го имам дома, но не го користам	Го немам
1. Телевизор	1	2	3	4
2. Персонален компјутер или лаптоп	1	2	3	4
3. Паметен мобилен телефон (со интернет)	1	2	3	4
4. Мобилен телефон (без пристап на интернет)	1	2	3	4
5. Конзола за игри (на пример nintendo switch, steam deck, sony psp)	1	2	3	4
6. Радио	1	2	3	4
7. Дигитална камера	1	2	3	4
8. Паметни алки или часовници (smart watch, или други уреди познати како wearables)	1	2	3	4
9. Уреди за паметен дом (робот правосмукалка, Smart Speaker, Smart Thermostat, Smart Security Camera)	1	2	3	4
10. Уред за виртуелна реалност (Meta Quest, Sony PlayStation VR, Valve Index, Samsung Gear VR, Apple Vision Pro итн.)	1	2	3	4

## 2. КРИТИЧКО РАЗМИСЛУВАЊЕ

---

1. Одеднаш забележуваш многу фотографии од постари луѓе во твоите новости на социјалните медиуми, а потоа сфаќаш дека твоите пријатели користеле апликации како FaceApp со цел нивните лица да изгледаат постаро. Овие апликации бараат инсталација, пристап до камерата или да внесеш лични податоци. Дали би им овозможил/а пристап на овие апликации до твоите податоци, фотографии и видеа?

**Упатство:** *Избери еден одговор така што ќе го заокружиш бројот во колоната со твојот одговор.*

Да, веднаш, без размислување.	1
Најпрвин ќе проверам до кои податоци апликацијата ќе има пристап и ќе размислам дали да ја инсталирам	2
Мислам дека не постои никаква опасност и ќе ѝ дадам пристап на апликацијата	3

2. Во последно време, на социјалните мрежи гледаш вести и постови само од некои од твоите пријатели. Што мислиш, зошто е тоа така?

**Упатство:** *Избери еден одговор така што ќе го заокружиш бројот во колоната со твојот одговор.*

Тоа е затоа што тие се многу активни на социјалните мрежи.	1
Социјалните мрежи знаат чии објави ми се допаѓаат и на кои коментирам, па почесто ми ги прикажуваат нивните постови.	2
Претпоставувам дека другите едноставно веќе не ми се пријатели на социјалните медиуми или јас престанав да ги следам во одреден момент.	3

3. Твојот пријател/ка ти испратил/а линк со порака „Леле, не можев ни да замислам дека можеш да го направиш ова. Има дури и фотографии“. Каква е твојата реакција?

**Упатство:** *Избери еден одговор така што ќе го заокружиш бројот во колоната со твојот одговор.*

Некој ме следи! Треба веднаш да кликнам на овие фотографии!	1
Ќе ставам налепница преку камерата на мојот лаптоп и телефон за да се заштитам.	2
Треба да проверам најпрво со мојот/ата пријател/ка пред да кликнам на линкот.	3
Сигурно е некоја шега, ќе кликнам на линкот да видам	4

4. Дали си запознаен/а со некои техники и алатки за проверување на потеклото на фотографија објавена на интернет?

**Упатство:** *Заокружи го бројот пред твојот одговор.*

1. Да
2. Не

10.1. Ако твојот одговор е ДА, наведи со кои: \_\_\_\_\_

5. Дали сметаш дека е неопходно да ги прочиташ политиките (Terms of Use) пред да се регистрираш на социјална мрежа или апликација?

**Упатство:** *Избери еден одговор така што ќе го заокружиш бројот во колоната со твојот одговор.*

Немам време за тоа. Автоматски се согласувам со правилата без да читам, како и сите други.	1
Секогаш ги читам овие правила. Подобрo е да знам за што се регистрирам.	2
Зошто да губам време на тоа, и онака не можам да ги сменам.	3

6. Насловот: „ШОКАНТНО: Погледнете што се случуваше вчера во Скопје... бидете подготвени! (ВИДЕО)“ е пример за:

**Упатство:** *Избери еден одговор така што ќе го заокружиш бројот во колоната со твојот одговор.*

Објективно информирање.	1
Нечие мислење.	2
Наслов - мамка за кликови.	3
Не знам.	4

7. Кој од следниве елементи може да укаже дека профилот на социјалните/онлајн медиуми може да биде бот или трол:

**Упатство:** *Избери еден или повеќе одговори така што ќе го заокружиш бројот во колоната со твојот одговор.*

Корисничкото име содржи многу специјални симболи, големи букви и бројки.	1
Сликата на профилот изгледа како филмска ѕвезда.	2
Профилот не содржи лични податоци.	3
Има невообичаено голем број следбеници за нов профил.	4
Сè од погоре наведеното.	5
Ништо од наведеното	6
Не знам што е тоа бот	7
Не знам што е тоа трол	8



8. **Насловот:** „Навивачите протестираа во Скопје пред фудбалскиот натпревар: Да ги убиеме „кучињата“!“ е пример за:

**УПАТСТВО:** *Избери еден одговор така што ќе го заокружиш бројот во колоната со твојот одговор.*

Известување од спортски настан.	1
Употреба на говор на омраза.	2
Лажни вести.	3
Не сум сигурен/а.	4

9. **Важно е да знаеме кои се сопствениците на медиумите, затоа што?**

**Упатство:** *Избери еден одговор така што ќе го заокружиш бројот во колоната со твојот одговор.*

Сопственоста може да влијае на информациите кои медиумите одлучуваат да ги пренесат.	1
Таа ни кажува кои се најбогатите луѓе во државата.	2
Мислам дека сопственоста нема никакво влијание врз медиумската содржина. Новинарите се тие кои што одлучуваат.	3
Не сум сигурен/а	4

10. **Во медиумите можеме да сретнеме многу факти, но и нечии мислења. Според тебе, кои од примерите подолу се факти?**

**Упатство:** *Заокружи го бројот пред колоната после секој пример што мислиш дека е факт.*

Бразилското кафе е подобро од Кенијското кафе.	1
Демократијата е најдобрата форма на владеење.	2
Втората светска војна заврши во 1945 година.	3
Кучето е најдобар пријател на човекот.	4
Земјата е трета планета од Сонцето.	5
Македонците се многу гостопримливи и дарешливи.	6

**11. Кој одговор најдобро објаснува што е дезинформација:**

**Упатство:** *Избери еден одговор така што ќе го заокружиш бројот во колоната со твојот одговор.*

Неточна информација споделена без намера да наштети.	1
Неточна информација со намера да наштети некому или да излаже.	2
Точна информација, но споделена со намера да наштети некому.	3

**12. Кој одговор најдобро објаснува што е мисинформација (погрешна информација):**

**Упатство:** *Избери еден одговор така што ќе го заокружиш бројот во колоната со твојот одговор.*

Неточна информација споделена без намера да наштети.	1
Неточна информација со намера да наштети некому или да излаже.	2
Точна информација, но споделена со намера да наштети некому.	3

**13. Кои од следниве медиумски содржини имаат цел да нè убедат во нешто:**

**Упатство:** *Избери еден или повеќе одговори така што во колоната со твојот одговор ќе го заокружиш бројот соодветно.*

Колумна.	1
Пропаганда.	2
Реклама.	3
Сè од претходно наведеното.	4
Ништо од наведеното	5

14. Доколку на социјалните мрежи најдеш на некаква објава која е шокантна и прави да бидеш лут/а, вознемирен/а или бесен/а ти:

**Упатство:** *Избери еден одговор така што ќе го заокружиш бројот во колоната со твојот одговор.*

Веднаш ќе ја споделиш со останатите на социјалната мрежа.	1
Ќе им пратиш само на оние кои ти се пријатели.	2
Ќе се тргнеш од екранот, смириш и ќе ја провериш веродостојноста на информацијата.	3

15. Пласирање на производи, како форма на медиумско рекламирање, се случува кога:

**Упатство:** *Избери еден одговор така што ќе го заокружиш бројот во колоната со твојот одговор.*

Гледачите се поканети да купат производ со јавување за време на телевизиската програма во живо.	1
Одредени брендови или производи стануваат видливи за публиката за време на емитувањето програма, при што се позиционираат за да бидат опфатени со камерата.	2
Компаниите ги продаваат своите производи на саем и ги покануваат медиумите да го покриваат настанот.	3

**16. Според тебе, што од следново е точно или неточно во врска со социјалните мрежи?**

**Упатство:** *Избери еден точен или неточен одговор во секој ред.*

	Точно	Неточно
Ако споделиме нешто онлајн, тоа не може да има последици во реалниот живот.	1	2
Луѓето често бараат онакви информации кои се во склад со нивните убедувања и ставови.	1	2
За тоа како доаѓаат информациите до нас на социјалните мрежи најчесто одлучува алгоритмот.	1	2
Новинарите имаат Етички кодекс според кој се раководат.	1	2
Ако информацијата е објавена на ТВ тоа значи дека е сигурно вистинита.	1	2

## 3. ТЕЛЕВИЗИЈА

### 17. Што значи за тебе „гледање телевизија“?

**Упатство:** *Избери еден одговор така што ќе го заокружиш бројот во колоната со твојот одговор.*

Опција	
1. Гледам ТВ канали <b>на телевизор</b> во моментот кога се емитуваат	1
2. Гледам ТВ канали <b>на компјутер или таблет</b> во моментот кога се емитуваат	2
3. Гледам ТВ канали <b>на мобилен телефон</b> во моментот кога се емитуваат	3
4. Гледам Netflix, HBO Go, Amazon Prime Video, Showtime и други програми по барање <b>на телевизор</b>	4
5. Гледам Netflix, HBO Go, Amazon Prime Video, Showtime и други програми по барање <b>на компјутер или таблет</b>	5
6. Гледам Netflix, HBO Go, Amazon Prime Video, Showtime и други програми по барање <b>на мобилен телефон</b>	6

### 18. Во просек, колку часа дневно гледаш телевизиски програми?

**Упатство:** *На секое прашање во табелата можеш да дадеш само по еден одговор, така што колоната со твојот одговор ќе го заокружиш соодветниот број.*

*Внимавај, прашањето во првиот ред се однесува само на училиштен ден во неделата, а во вториот ред за ден од викендот.*

Ден	помалку од 1 час	од 1 час до 3 часа дневно	од 3 до 5 часа	повеќе од 5 часа
Во школски ден	1	2	3	4
За викенд	1	2	3	4

## 19. Што најмногу гледаш на телевизија?

**Упатство:** *Избери до три одговори така што во првата колона ќе го заокружиш првиот избор, во втората колона вториот и во третата, третиот избор.*

Содржини	Прв избор	Втор избор	Трет избор
1 Вести	1	1	1
2 Хумористични емисии	2	2	2
3 Документарни емисии	3	3	3
4 Музички емисии	4	4	4
5 Детски емисии	5	5	5
6 Образовни емисии	6	6	6
7 Емисии за готвење	7	7	7
8 Цртани филмови	8	8	8
9 Играни филмови	9	9	9
10 Сериски филмови	10	10	10
11 Спортски натпревари	11	11	11
12 Реални ТВ шоуа (reality show)	12	12	12
13 Емисии за здрав живот	13	13	13
14 Реклами	14	14	14
15 Нешто друго, <i>напиши што:</i>	15	15	15
16 Не гледам телевизија	16		

20. На скала од 1-5 во кој степен се согласуваш или не се согласуваш со следниве ставови?

**Упатство:** Избери по еден одговор во секој РЕД така што во КОЛОНАТА со твојот одговор ќе го заокружиш соодветниот број. Бројот 1 означува „Воопшто не се согласувам“, 2 означува „Не се согласувам“, 3 „Ниту се согласувам ниту не се согласувам“, 4 значи „Се согласувам“ и 5 „Целосно се согласувам“.

СТАВОВИ	Воопшто не се согласувам	Не се согласувам	Ниту се согласувам ниту не се согласувам	Се согласувам	Целосно се согласувам
1. Реалните ТВ шоуа (какви што се: „Преживеан/Survivor“, „Голи и исплашени/Naked and Afraid“, „Стројник/Perfect Match/Love is Blind“ и сл.) не ги прикажуваат настаните какви што се.	1	2	3	4	5
2. Документарните ТВ програми (какви што се: емисии за животинскиот свет, за планетата Земја итн.), ги покажуваат фактите за настаните.	1	2	3	4	5
3. ТВ вестите (каков што е дневникот) ги покажуваат фактите за настаните.	1	2	3	4	5
4. Во животот има многу важни позитивни настани, ама во ТВ вестите се известува само за негативните.	1	2	3	4	5
5. На ТВ има премногу реклами.	1	2	3	4	5
6. На ТВ има премногу програми со насилство.	1	2	3	4	5
7. На ТВ нема доволно програми што ми се допаѓаат.	1	2	3	4	5
8. На ТВ има премногу вести и дебатни емисии.	1	2	3	4	5

## 4. ИНТЕРНЕТ

---

21. Преку што најчесто одиш/пристапуваш на интернет?

**Упатство:** *Избери еден одговор така што ќе го заокружиш бројот во колоната со твојот одговор.*

Тип електронска опрема	
Паметен телефон	1
Персонален компјутер или лаптоп	2
Таблет	3
Телевизор	4
Конзола за игри	5
Нешто друго. Што?	6

22. Во просек, колку часа дневно активно користиш интернет?

**Упатство:** *На секое прашање во табелата можеш да дадеш само по еден одговор, така што колоната со твојот одговор ќе го заокружиш соодветниот број.*

*Внимавај, прашањето во првиот ред се однесува само на училиштен ден во неделата, а во вториот ред за ден од викендот.*

Ден	помалку од 1 час	од 1 час до 3 часа дневно	од 3 до 5 часа	повеќе од 5 часа
Во школски ден	1	2	3	4
За викенд	1	2	3	4



23. Во табелата се дадени активности што може да се прават преку интернет. Обележи колку често ја практикуваш секоја од следниве:

**Упатство:** Избери по еден одговор во секој РЕД така што во КОЛОНАТА со твојот одговор ќе го заокружиш соодветниот број. Бројот 1 означува „Секој ден“, 2 означува „Неколку пати неделно“, 3 „Неколку пати месечно“, 4 значи „Еднаш месечно“ и 5 „Никогаш“.

Активности	1. Секој ден	2. Неколку пати неделно	3. Неколку пати месечно	4. Еднаш месечно	5. Никогаш
1. Испраќање или добивање е-пошта	1	2	3	4	5
2. Пристап до апликациите преку социјалните мрежи (Фејсбук, Тик ток, Снепчет, Инстаграм, БиРил, Редит, Твитер итн.)	1	2	3	4	5
3. Пребарување информации за учење на училиште	1	2	3	4	5
4. Користење Скајп, Вибер, ВацАп, Месинџер, Телеграм и сл.	1	2	3	4	5
5. Слушање радио на интернет	1	2	3	4	5
6. Читање или преземање информации за дневни настани од веб страници	1	2	3	4	5
7. Слушање музика онлајн	1	2	3	4	5
8. Преземање музика	1	2	3	4	5
9. Гледање телевизиски програми, видео, филмови онлајн	1	2	3	4	5
10. Преземање телевизиски програми, видео, филмови	1	2	3	4	5
11. Посетување веб страница или блог/влог	1	2	3	4	5



Активности	1. Секој ден	2. Неколку пати неделно	3. Неколку пати месечно	4. Еднаш месечно	5. Никогаш
12. Поставување содржина која самите сте ја креирале (слики, видеа, статуси...)	1	2	3	4	5
13. Пребарување огласи и информации за производи и услуги	1	2	3	4	5
14. Купување на интернет	1	2	3	4	5
15. Преземање софтвер	1	2	3	4	5
16. Користење вештачка интелигенција (Чет Ци-Пи-Ти, Гулг Бард и сл.)	1	2	3	4	5

## 24. Колку често играш игри?

**Упатство:** Избери по еден одговор во секој РЕД така што во КОЛОНАТА со твојот одговор ќе го заокружиш соодветниот број. Бројот 1 означува „секој ден“, 2 означува „неколку пати неделно“, 3 „неколку пати месечно“, 4 значи „еднаш месечно“ и 5 „Никогаш не ја играм“.

Видови игри	1. Секој ден	2. Неколку пати неделно	3. Неколку пати месечно	4. Еднаш месечно	5. Никогаш не ја играм
1. Sandbox (Minecraft, GTA, Sims)	1	2	3	4	5
2. Стратегиски игри (RTS) (Warcraft, Age of Empires)	1	2	3	4	5
3. Игри со пукање (FPS и TPS) (Counter Strike, Overwatch)	1	2	3	4	5



4. Онлајн мулти плеер игри во арена (MOBA) – (Dota 2, League of Legends)	1	2	3	4	5
5. Игри со улоги (RPG, ARPG) – (The Witcher 3, Fallout)	1	2	3	4	5
6. Спортски игри и симулатори (FIFA, NBA2K, Need for speed)	1	2	3	4	5
7. Загатки и забави игри (World of goo, Portal 2)	1	2	3	4	5
8. Акцијоно-авантуристички игри (Assassin's Creed, Star Wars Jedi)	1	2	3	4	5
9. Хорор игри (Resident Evil, Amnesia)	1	2	3	4	5
10. Платформери (Crash Bandicoot, Cuphead)	1	2	3	4	5

## 25. Доколку играш игри, по колку часа на ден го правиш тоа?

**Упатство:** На секое прашање во табелата можеш да дадеш само по еден одговор, така што колоната со твојот одговор ќе го заокружиш соодветниот број.

*Внимавај, прашањето во првиот ред се однесува само на училиштен ден во неделата, а во вториот ред за ден од викендот.*

Ден	помалку од 1 час	од 1 час до 3 часа дневно	од 3 до 5 часа	повеќе од 5 часа
Во школски ден	1	2	3	4
За викенд	1	2	3	4

**26. Какви содржини најмногу гледаш на интернет (на социјалните мрежи или на веб страници)?**

**Упатство:** *Избери до три одговора така што во првата колона ќе го заокружиш бројот на првиот избор, во втората колона вториот и во третата, третиот избор.*

Содржини	Прв избор	Втор избор	Трет избор
Кратки видеа (шортс) на Јутјуб	1	1	1
Кратки видеа (рилс) на Инстаграм	2	2	2
Кратки видеа (рилс) на Фејсбук	3	3	3
Тик Ток видеа	4	4	4
Едукативни видеа за природа, географија, историја	5	5	5
Спорт	6	6	6
Здрав живот	7	7	7
Музика	8	8	8
Смешни видеа	9	9	9
Инциденти/несреќи/катастрофи	10	10	10
Убавина и мода	11	11	11
Видеа со насилство, воени содржини	12	12	12
Филмови (акција, комедија, хорор)	13	13	13
Сериски филмови	14	14	14
Анимирани филмови	15	15	15
Вести	16	16	16
Храна, готвење	17	17	17
Реклами	18	18	18
Друго, што? (запиши)	19		

27. На скала од 1-5, колку сметаш дека се вистинити содржините објавени на:

**Упатство:** Избери по еден одговор во секој РЕД така што во КОЛОНАТА со твојот одговор ќе го заокружиш соодветниот број. Бројот 1 означува „Воопшто не се вистинити“, 2 означува „Донекаде не се вистинити“, 3 „Ниту се вистинити ниту се неистинити“, 4 значи „Донекаде се вистинити“ и 5 „Целосно се вистинити“.

Содржини објавени на:	Воопшто не се вистинити	Донекаде не се вистинити	Ниту се вистинити ниту се неистинити	Донекаде се вистинити	Целосно се вистинити	Не следам
1. Социјални мрежи како Фејсбук, Тик ток, Снепчет, Инстаграм, БиРил, Редит, Твитер, итн.	1	2	3	4	5	6
2. Веб страници со информации за учење и за училиште	1	2	3	4	5	6
3. На веб страници со информации за дневни настани	1	2	3	4	5	6
4. Блог/влог	1	2	3	4	5	6
5. Вештачка интелигенција (Чет Џи-Пи-Ти, Гулг Бард и сл.)	1	2	3	4	5	6

28. На скала од 1-5 во кој степен се согласуваш или не се согласуваш со следниве ставови?

**Упатство:** Избери по еден одговор во секој РЕД така што во КОЛОНАТА со твојот одговор ќе го заокружиш соодветниот број. Бројот 1 означува „Воопшто не се согласувам“, 2 означува „Не се согласувам“, 3 „Ниту се согласувам ниту не се согласувам“, 4 значи „Се согласувам“ и 5 „Целосно се согласувам“.

СТАВОВИ	Воопшто не се согласувам	Не се согласувам	Ниту се согласувам ниту не се согласувам	Се согласувам	Целосно се согласувам
1. Полесно ми е да разговарам на интернет отколку во живо.	1	2	3	4	5
2. Разговорот на интернет е многу поинтересен од оној во реалниот живот.	1	2	3	4	5
3. На интернет е полесно да ги сокриеш информациите за себе во однос на реалниот живот.	1	2	3	4	5
4. На интернет е COOL да бидеш несериозен и непристоен.	1	2	3	4	5
5. На интернет е полесно да зборуваш за лични работи.	1	2	3	4	5
6. Знам како да бидам безбеден/на кога сурфам на интернет.	1	2	3	4	5
7. На интернет чувствувам поголема самодоверба отколку во реалниот живот.	1	2	3	4	5



СТАВОВИ	Воопшто не се согласувам	Не се согласувам	Ниту се согласувам ниту не се согласувам	Се согласувам	Целосно се согласувам
8. Многу лесно се снаоѓам на интернет.	1	2	3	4	5
9. На социјалните мрежи се чувствувам пријатно (не мислам на проблеми и стресови).	1	2	3	4	5
10. Социјалните мрежи се замена за други друштвени контакти.	1	2	3	4	5
11. Социјалните мрежи ми помагаат да решам лични проблеми.	1	2	3	4	5
12. Преку социјалните мрежи стекнувам нови знаења и вештини.	1	2	3	4	5
13. Социјалните мрежи ги користам за да формирам сопствено мислење.	1	2	3	4	5
14. На социјалните мрежи кажувам или правам работи што никогаш не би ги направил/а во живо.	1	2	3	4	5
15. Социјалните мрежи влијаат негативно врз мене.	1	2	3	4	5

29. Во табелата подолу има неколку активности што можат да се прават на интернет. За секоја од нив одговори дали си ги направил/а, би сакал/а или не би сакал/а да ги направиш?

**Упатство:** Избери еден одговор така што ќе го заокружиш бројот во колоната со твојот одговор.

Активност	Го имам ова направено	Би сакал/а ова да го направам	Не би сакал/а ова да го направам	Не знам
1. Да направиш кратко видео и да го поставиш на веб-страница или на социјална мрежа	1	2	3	4
2. Да се вклучиш во живо на Фејсбук, Јутјуб, Инстаграм и сл.	1	2	3	4
3. Да поставиш фотографии на веб-страница или на социјална мрежа	1	2	3	4
4. Да поставиш фотографија на која си додал/а филтри и си ја уредил/а	1	2	3	4
5. Да креираш онлајн фото-албум, картичка за роденден и сл.	1	2	3	4
6. Да направиш меме/мим или гиф	1	2	3	4
7. Да напишеш текст и да го објавиш на веб-страница или на социјална мрежа	1	2	3	4
8. Да направиш своја музика или ремикс на туѓа	1	2	3	4
9. Да креираш свои колекции на идеи на сајтови како Пинтерест	1	2	3	4
10. Да креираш сопствена веб-страница	1	2	3	4
11. Да креираш сопствен влог (видео блог) или блог	1	2	3	4



30. На која социјална мрежа имаш страница или профил?

**Упатство:** *Заокружи броевите на сите апликации на кои имаш профил/ акаунт. Потоа во втората колона означи ја апликацијата што најчесто ја користиш.*

	Имам апликација/ профил	Најчесто ја користам (заокружи само еден одговор)
Фејсбук	1	1
Тик ток	2	2
Снепчет	3	3
Инстаграм	4	4
БиРип	5	5
Редит	6	6
X (поранешно Твитер)	7	7
Threads (Meta)	8	8
Discord	9	9
Телеграм	10	10
Друга/и, која/и?	11	
Немам ниту еден профил	12	

**31. Кој може да ја види твојата страница или профил на апликацијата што најмногу ја користиш?**

**Упатство:** *Избери еден одговор така што ќе го заокружиш бројот во колоната со твојот одговор.*

Само одреден дел од моите пријатели/следбеници/контакти	1
Само моите пријатели/следбеници/контакти	2
Пријателите на мои пријатели	3
Сите/Било кој што има профил	4
Не знам, не сум сигурен/а	5
Немам профил	6

**32. Колку често ги правиш следниве активности на социјалните мрежи?**

**Упатство:** *Избери по еден одговор во секој РЕД така што во КОЛОНАТА со твојот одговор ќе го заокружиш соодветниот број. Бројот 1 означува „Секој ден“, 2 означува „Неколку пати неделно“, 3 „Неколку пати месечно“, 4 значи „Еднаш месечно“ и 5 „Никогаш“.*

Активности	1. Секојдневно	2. Неколку пати неделно	3. Неколку пати месечно	4. Еднаш месечно	5. Никогаш
1. Разговор со пријатели/семејство	1	2	3	4	5
2. Разговор со луѓе кои не ги познавам	1	2	3	4	5
3. Разгледување содржини (текстови, видеа, фотографии)	1	2	3	4	5
4. Разгледување страници на други луѓе без да оставам лајк или коментар.	1	2	3	4	5



5. Слушање музика/дознавање информации за групи/бендови и артисти преку стриминг платформи (Spotify, Youtube, Deezer)	1	2	3	4	5
6. Разгледување или приклучување на кампањи и петиции	1	2	3	4	5
7. Информирање за најновите случувања и дома и во светот	1	2	3	4	5

**33. На скала од 1-5 во кој степен се согласуваш или не се согласуваш со следниве ставови во врска со социјалните мрежи?**

**Упатство:** Избери по еден одговор во секој РЕД така што во КОЛОНАТА со твојот одговор ќе го заокружиш соодветниот број. Бројот 1 означува „Воопшто не се согласувам“, 2 означува „Не се согласувам“, 3 „Ниту се согласувам ниту не се согласувам“, 4 значи „Се согласувам“ и 5 „Целосно се согласувам“.

СТАВОВИ	Воопшто не се согласувам	Не се согласувам	Ниту се согласувам ниту не се согласувам	Се согласувам	Целосно се согласувам
1. Поминувам премногу време на социјалните мрежи	1	2	3	4	5
2. Корисни се за да најдам информации за лица кои не ми се познати	1	2	3	4	5
3. На социјалните мрежи луѓето често вознемируваат други луѓе	1	2	3	4	5
4. Може да бидам на лош глас затоа што други коментираат за мене	1	2	3	4	5

СТАВОВИ	Воопшто не се согласувам	Не се согласувам	Ниту се согласувам ниту не се согласувам	Се согласувам	Целосно се согласувам
5. Некој може да се преправа дека е на моја возраст за да се запознае со мене	1	2	3	4	5
6. Некој може да поставува фотографии од мене на својата страница без моја согласност	1	2	3	4	5
7. На социјалните мрежи луѓето често испраќаат навредливи пораки на други луѓе	1	2	3	4	5
8. Ништо од ова не ме загрижува	1	2	3	4	5

**34. Што од ова би споделил/а на интернет јавно, да можат другите да го гледаат?**

**Упатство:** Избери по еден одговор во секој ред така што ќе го заокружиш бројот во колоната со твојот одговор.

	Би го споделил/а тоа без проблем	Би размислил/а, ама сепак би го споделил/а	Никогаш нема да го споделем ова
1. Информации за тоа што правам	1	2	3
2. Информации за тоа како се чувствувам	1	2	3



3. Фотографии од мојот одмор	1	2	3
4. Фотографии од моето семејство или со други малолетни членови на семејството	1	2	3
5. Фотографии од излегување со пријателите	1	2	3
6. Мојата домашна адреса	1	2	3
7. Мојата адреса за е-пошта	1	2	3
8. Бројот на мојот мобилен телефон	1	2	3

**35. Дали на твоите социјални мрежи следиш инфлуенсер(к)и и блогер(к)и?**

**Упатство:** *Заокружи го бројот пред твојот одговор.*

1. Да
2. Не

**36. Ако на претходното прашање одговори со ДА, наведи ги имињата на двајцата/двете инфлуенсер(к)и или блогер(к)и што најмногу им ги следиш содржините?**

7. \_\_\_\_\_

8. \_\_\_\_\_

37. Што ќе направиш ако на интернет видиш нешто што сметаш дека е загрижувачко, безобразно, навредливо, што може некому да нанесе штета или да влијае негативно?

**Упатство:** Избери три одговора така што во првата колона ќе го заокружиш бројот на првиот избор, во втората колона вториот и во третата, третиот избор.

	Прв избор	Втор избор	Трет избор
1. Ќе го игнорирам/Нема да реагирам	1	1	1
2. Ќе престанам да го следам лицето кое споделило таква содржина или коментар	2	2	2
3. Ќе го блокирам лицето кое споделило таква содржина или коментар	3	3	3
4. Ќе ја сподела содржината со пријателите за да кажам дека тоа не е добро	4	4	4
5. Ќе коментирам на постот за да кажам дека тоа е погрешно	5	5	5
6. Нема да ставам 'лајк' на постот/коментарот/видеото	6	6	6
7. Ќе ја пријавам содржината кај провајдерот на социјалната мрежа (report)	7	7	7
8. Ќе известам полиција	8	8	8
9. Ќе кажам на брат/сестра	9	9	9
10. Ќе кажам на родител	10	10	10
11. Ќе кажам на професор/ка	11	11	11
12. Ќе кажам на другар/ка	12	12	12



13. Ќе се јавам на СОС телефон за деца	13	13	13
14. Не знам што би направил/а	14	14	14
15. Друго, што?	15		

**38. Дали некој ти дал информации или совет за тоа како да бидеш безбеден/на додека си на интернет?**

**Упатство:** *Можеш да избереш повеќе одговори, заокружи ги броевите на одговорите што се однесуваат на тебе.*

Да, родител	1
Да, друг член на семејството	2
Да, наставник/на училиште	3
Да, пријатели	4
Да, од веб страници	5
Да, од форуми, блогови	6
Да, од вебинари/курсеви/работилници	7
Да, од традиционален медиум	8
Да, од полиција	9
Друго место, запиши	10
Не, никој	11

## 5. МОБИЛЕН ТЕЛЕФОН

39. Колку често ги правиш следниве активности на својот мобилен телефон?

**Упатство:** Избери по еден одговор во секој РЕД така што во КОЛОНАТА со твојот одговор ќе го заокружиш соодветниот број. Бројот 1 означува „Секој ден“, 2 означува „Неколку пати неделно“, 3 „Неколку пати месечно“, 4 значи „Еднаш месечно“ и 5 „Не го правам ова“.

Активности	1. Секој ден	2. Неколку пати неделно	3. Неколку пати месечно	4. Еднаш месечно	5. Не го правам ова
1. Разговарање по телефон	1	2	3	4	5
2. Испраќање или добивање СМС пораки	1	2	3	4	5
3. Испраќање или примање е-пошта	1	2	3	4	5
4. Испраќање или примање фотографии	1	2	3	4	5
5. Слушање музика	1	2	3	4	5
6. Играње игри на/преку телефонот	1	2	3	4	5
7. Посета на веб страници	1	2	3	4	5
8. Фотографирање	1	2	3	4	5
9. Користење на апликациите на социјалните мрежи како што се Фејсбук, Тик ток, Снепчет, Инстаграм, БиРил, Редит, Твитер итн.	1	2	3	4	5
10. Употреба messaging апликации (Messenger, Вацап, Вибер, итн.)	1	2	3	4	5
11. Гледање видеа	1	2	3	4	5
12. Снимање и испраќање видеа	1	2	3	4	5
13. Гледање ТВ на интернет	1	2	3	4	5
14. Слушање радио на интернет	1	2	3	4	5



## 6. ОПШТИ ИНФОРМАЦИИ

40. Кои три активности од наведените најмногу би ти недостигале кога не би можел/а да ги правиш во текот на една недела?

**Упатство:** *Избери три одговора така што во првата колона ќе го заокружиш бројот на првиот избор, во втората колона вториот и во третата, третиот избор*

Активности	Прв избор	Втор избор	Трет избор
Гледање телевизија	1	1	1
Користење мобилен телефон за разговори	2	2	2
Користење социјални мрежи	3	3	3
Слушање радио	4	4	4
Користење интернет (преку компјутер/лаптоп, мобилен телефон, ТВ)	5	5	5
Играње игри	6	6	6
Читање книги (печатени или електронски)	7	7	7
Ниедно од наведените	8	8	8
Друго, што?	9		

41. Дали на училиште добивате доволно информации за користење на медиумите и за тоа што всушност значат медиумските содржини?

**Упатство:** *Заокружи го бројот пред твојот одговор.*

1. Да
2. Не
3. Не знам

Многу ти благодариме што одговори на нашата анкета.

