

Мартина Глигорова

# Медиумска писменост: Потреба или неопходност во 21 век?

## Апстракт

Медиумите играат клучна улога во поврзувањето на луѓето со другите членови на заедницата и општеството. Тие им овозможуваат да споделуваат заеднички искуства и, преку процесот на меѓусебна комуникација, да создадат чувство на припадност кон заедничкото општество. Појавата на интернетот во 90-тите години од 20 век и неговиот динамичен развој во првите две децении од 21 век драстично ја промени структурата на медиумскиот систем. Истовремено, медиумите во овој постмодерен свет се примарен извор на информации за граѓаните за домашните и за светските случувања. Следствено, колку што се извори на информации, од друга страна, тие се и плодно тло за развој на „нуспојави“ во медиумскиот свет, а тоа се лажните вести, пропагандата и дезинформациите. Оттука, истражувачкото прашање произлегува од потребата што се појавува за да се спречи брзото ширење на овие појави, со цел да се подигне нивото на свесност на граѓаните. Главната цел на овој труд е да се нагласи потребата од медиумско образование и развој на групата вештини потребни за 21 век во Република Северна Македонија, вклучувајќи критичко читање и разбирање како еден од начините за откривање нови појави. Европските регулативи и препораки, како и трендот на развој на политиката на УНЕСКО, ја наметнаа потребата од популаризација на ова прашање, кое несомнено е надолнето со остварувањето на правата на граѓаните. Република Северна Македонија треба да го ревидира релевантното законодавство и можеби да обезбеди поинаква перспектива за третманот на медиумите, и формално да ја вклучи медиумската и информациската писменост како составен дел од образовните програми од рана возраст.

### Клучни зборови:

Медиумска и информациска писменост, (онлајн) медиуми, европски регулативи, медиумско образование

# Вовед

Медиумите и нивното корисно извршување на функциите се важни во процесот на градењето здрава демократска држава, со силен плуралистички медиумски и образовен систем. Медиумите, како главен извор на информации за граѓаните и за јавноста, во целина имаат голема одговорност за предлагање на видот на содржините, нивната важност и нивното потенцијално влијание врз општеството. Како дел од таа одговорност, но и улога, е поврзувањето на луѓето со другите членови на заедницата и општеството. Тие им овозможуваат да споделуваат заеднички искуства и, преку процесот на меѓусебна комуникација, создаваат чувство на припадност во заедничко општество.

Појавата на интернетот во 90-тите години од 20 век и неговиот динамичен развој во првите две децении од 21 век драстично ја промени структурата на медиумскиот систем. Комуникацијата постепено се прошири на интернет, како дополнителен дел од јавната комуникација. Со зголемувањето на различните комуникациски уреди за пристап до интернет и со намалувањето на трошоците за интернет-конекција, тој почна да зазема централно место во секојдневната комуникација, а со тоа и во политичката комуникација на граѓаните. Како резултат на зголемената употреба на онлајн медиумите и развојот на комуникациски платформи, се зголемија појавите или несаканите ефекти како лажните вести, пропагандата и дезинформациите.

Затоа, многу е важен одговорот на прашањето: Како јавноста ја препознава оваа појава и како се справува со неа? Кои алатки постојат за да се искоренат овие појави и како државите можат да помогнат во нивното решавање? Одговорот е едноставен – медиумска писменост. Според доминантната теорија, не постои унифицирана дефиниција за медиумска писменост, но како појдовна точка ќе ја искористиме дефиницијата на Европската комисија. Оттука, медиумската писменост е „...способноста да се пристапи до медиумите, да се разберат и критички да се проценат различните аспекти на медиумите и на медиумската содржина и да се комуницира во различни контексти“ (Европска комисија, 2007).

Дополнително, медиумската писменост се однесува на сите видови медиуми, вклучувајќи телевизија и филм, радио и снимена музика, печатени медиуми, интернет и други нови дигитални комуникациски технологии. Важно е да се нагласи дека, иако онлајн медиумите во многу земји заземаат централно место за информирање на граѓаните, сепак во Република Северна Македонија, според анализата на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, повеќето граѓани користат традиционални медиуми (телевизија и радио) како извори на информации<sup>1</sup>.

Сепак, без разлика на различните извори, медиумите, општо гледано, се плодна почва за девијантни медиумски феномени и затоа е неопходно итно актуелизирање на медиумската писменост и едукација.

Европската Унија и Обединетите нации, т.е. УНЕСКО, долго време се занимаваат со прашањето на медиумското образование и со интегрирањето на медиумската писменост во наставната програма. Германија првпат се сретна со теоретски публикации за медиумската писменост во 70-тите и во 80-тите години од 20 век, со зголемен интерес за медиумско образование во и надвор од образовниот систем во 80-тите и во 90-тите години. Во оваа европска земја, содржината на образованието за медиумска писменост е важен дел од наставната програма и од стандардите за различни академски предмети и области на учење (Tulodziecki G. и Grafe S., 2012).

Неопходна е критичка перцепција на вестите, за да се изградат силни и поткрепени ставови и мислења. Медиумската писменост е основно ниво на стекнување општи вештини за препознавање визуелни симболи, за работа на компјутер и други медиумски ресурси.

1 Податоци достапни на: <https://avmu.mk/>.

Република Северна Македонија не се приклучи на трендот на европските демократии во процесот на интегрирање на медиумската писменост во образовните програми. Прво, потребно е усогласување на релевантните европски директиви со домашните закони и актуелизирање на проблемот. И покрај идеите и активностите што се преземаат во рамките на Европската Унија, кон кои се стреми Република Северна Македонија, која, во функција на таа стратешка цел, има обврска да го усвои европското законодавство во македонското законодавство, до 2014 година релевантните политички документи и законските акти од областа на медиумите, образованието или културата не се занимаваат сериозно со медиумската писменост.

Само неколку стратешки документи (национални програми, стратегии за развој на конкретната дејност) укажуваат на потребата и на неопходноста од промоција и развој на медиумската писменост како алатка која недостасува за активно граѓанство. Всушност, првите скромни чекори преземени во областа на медиумите беа направени преку Законот за аудио и аудиовизуелни услуги од декември 2013 година. Денес, Република Северна Македонија е во почетна фаза во однос на целосно и доследно регулирање на медиумската писменост, и покрај сите препораки и резолуции што доаѓаат првенствено од Европската Унија и од Советот на Европа<sup>2</sup>. Затоа, фактот што немаме медиумски писмена нација и зголемената појава на пропаганда и на лажни вести укажуваат на итна потреба да се воведат медиумска писменост во образованието и да се актуелизира проблемот.

Главната цел на ова истражување е да се нагласи потребата од медиумско образование и од развој на групата вештини потребни за 21 век во Република Северна Македонија, вклучувајќи го и критичкото читање и разбирање како еден од начините за откривање нови појави. Понатаму, истражувањето треба да ја утврди врската помеѓу развојот на општествата, дигитализацијата и појавата на нови канали на информации преку кои се одвива јавната комуникација и нивото на свесност и развој на критичка способност за оценување на содржината во демократските општества. Со испитување на теоретските и емпириските студии, овој труд треба да одговори дали конкретно Северна Македонија има механизми за подигнување на јавната свест за медиумската писменост како алатка за справување со лажните вести и, воопшто, со несаканите ефекти од системот на медиуми. Како се регулира ова со постојната законска рамка и дали стратешките определби и активности се насочени кон воведување медиумска писменост во образовните програми?

Од особено значење се онлајн медиумите, кои суштински ја демократизираат јавната и политичката комуникација и во голема мера го дефинираат дискурсот на дебата и формирањето на јавното мислење.

Дополнително, целта на ова истражување е теоретско и емпириско испитување на процесот на формирање и унапредување на медиумската писменост во рамките на Европската Унија, кон која Северна Македонија се стреми да пристапи, и на специјализираната агенција при Обединетите нации – УНЕСКО, низ дијахрониска перспектива. За оваа цел, истражувањето ги вклучува највлијателните теории и студии од оваа област, поврзани со комуникациски студии, меѓу кои и оние на германскиот социолог Јирген Хабермас.

2 Северна Македонија е членка уште од средината на 1990-те години.

# Онлајн медиуми

Според сите релевантни истражувања и анализи, телевизијата сè уште е најважниот медиум за информирање на граѓаните, додека онлајн медиумите се на второ место според нивната употреба за информирање, барем во Република Северна Македонија<sup>3</sup>. Ако внимателно се анализираат податоците, може да се види неусогласеноста во навиките за информирање на граѓаните според возраста, односно тенденциите на постарите граѓани да се информираат преку телевизија, додека помладите групи на население речиси претежно се информираат преку интернет и преку новите генерации уреди за интернет-комуникација. Развојната динамика на овој процес јасно укажува дека, во догледна иднина, влијанието на онлајн медиумите дополнително ќе се зголеми, а влијанието на телевизијата ќе стагнира или опаѓа. Германскиот теоретичар и социолог Јирген Хабермас вели дека медиумите треба да бидат јавна сфера, дефинирајќи ја јавната сфера како „простор каде што луѓето можат да се соберат за отворено да разговараат за политички прашања и да формулираат одредени политички стратегии“ (Habermas, 2006 год.). Сепак, продолжува Хабермас, до крајот на 19 век медиумите престанаа да бидат јавна сфера. Политичарите станаа премногу вешти во инструментализирање на медиумите за да го пренесат само своето мислење и своите интереси.

Сопственоста на медиумите постепено почна да се концентрира во рацете на помалите групи кои ги гледаа медиумите само како бизнис, т.е. како платформа за рекламирање и материјална добивка. Печатот ја загуби својата улога во водењето квалитетна и охрабрувачка политичка дебата, додека читателите се претвораат од активни граѓани во потенцијални потрошувачи на производите и на услугите што ги рекламираат медиумите. Развојот на интернетот суштински го промени функционирањето на медиумите и ја продлабочи потребата за воведување механизми за справување со несаканите ефекти од медиумите и потребата од развивање нова група вештини.

Медиумите играат важна улога во политичкиот живот на демократските општества и тие треба да ѝ овозможат на јавноста да биде информирана за важни теми, како и да понудат простор каде што може да се изразат различни ставови и мислења. Сепак, постојат многу сомнежи за тоа колку медиумите успеваат да ги исполнат овие стандарди и очекувања, а често медиумите се во центарот на жестоките дебати за нивните реални одговорности кон јавноста. Важно е да се напомене дека постои судир на интереси и вредности помеѓу слободата на говорот и реалноста, односно фактот дека големите компании доминираат на медиумскиот пазар и ја контролираат содржината што циркулира низ медиумите. Мануел Кастелс ги перципира медиумите како простор за комуникација на идеи и активности што произлегуваат од самото општество и се упатени до носителите на одлуки во институциите на тоа општество. Глобалното граѓанско општество е организиран одраз на вредностите и на интересите на општеството.

Според С. Ливингстон (Livingstone 2005: 12-13), интернетот и онлајн медиумите имаат четири клучни карактеристики:

- a. Новите медиуми го обликуваат општеството, а потоа, општеството влијае врз нив, создавајќи ја таканаречената „хибридизација на постоечките технологии и општествени процеси“;
- b. Новите медиуми и онлајн платформите имаат мрежна структура, односно претставуваат широка, мултиплицирана врска во која се испреплетени многу точки (поединци, групи, бази на податоци, технолошки уреди итн.). Во нив, комуникациската структура е променета од „еден кон сите“ во „сите кон сите“;

3 Податоци достапни на: <https://avmu.mk/>.

- c. Сеприсутност – не сите се вклучени во новите медиуми, но сепак сите се под нивно влијание. Вградувањето на интернетот и на современите технологии во економијата, банкарството, образованието, политиката и многу други, директно или индиректно влијае врз сите нивоа на општеството;
- d. Интерактивноста, односно новите медиуми овозможуваат пребарување и избор на информации, што не е можно со традиционалните медиуми. Интерактивноста е клучна карактеристика што овозможува персонализација како фактор во многу други процеси, вклучително и промени во начинот на функционирање на јавната сфера.

## Унапредување на медиумската писменост и образование во меѓународните организации

Јавните институции имаат голема улога во процесот на легитимирање на медиумското образование, од моментот кога нивниот буџет ќе предвиди средства за промоција на медиумите во образованието, а меѓународните организации, универзалните, во системот на УНЕСКО и регионално, во европски контекст – Советот на Европа, секоја во рамките на својата мисија – го обединуваат светот со зближување на нациите преку пионерски чекори во оваа област, т.е. преку носење образовни програми, преку бројни проекти за почитување на човековите права, а меѓу другото, и заради писменост.

Функционирањето на секое министерство како тело кое функционира внатрешно, на национално ниво, во рамките на секоја земја е сосема поинакво од работата на меѓународните владини организации поради позицијата на моќ, педагошката логика, поефективната логика, но тоа е помалку иновативно и генерално се одвива преку сосема различни правила на игра. Сето тоа е во функција на неопходни, барани, очекувани иновации на повеќе полиња.

Повеќето различни програми (споредливо) препорачуваат да се започне со медиумското образование на петгодишна возраст. Детето како бебе ја формира сликата за светот/околината под влијание на многу визуелни, звучни и тактилни искуства. Но, почнувајќи од петгодишна возраст, училиштето станува место за социјализација. Аудиовизуелните техники за откривање и учење се чини дека се крајно соодветни за возраста, што се толкува како „период на конкретно оперативно дејствување“, а употребата на овие техники кај децата создава способност за поврзување на различни гледишта. Во оваа насока, меѓународните организации имаат тенденција да го охрабрат воведувањето на концептот на медиумско образование интегрирано во наставните програми на земјите, со цел младите луѓе да стекнат способност критички да ги набљудуваат и да ги користат медиумските информации.

# Политика на обединетите нации за медиумска писменост и медиумско образование

УНЕСКО, акроним за Организацијата за образование, наука и култура на Обединетите нации, е специјализирана агенција на Обединетите нации (ООН), формирана со свој Устав, потпишан на 16 ноември 1945 година. Уставот, којшто стапи на сила во 1946 година, повика на унапредување на меѓународната соработка во образованието, науката и културата. Покрај поддршката на образовните и научните програми, УНЕСКО учествува и во напорите за заштита на заедничкото културно наследство, на природната средина и на човештвото. На пример, во 1972 година беше спонзориран меѓународен договор за воспоставување Листа на локалитети на светско наследство и локалитети на природно наследство кои ќе имаат владина заштита. Првичниот фокус на УНЕСКО беше обнова на училиштата, библиотеките и музеите кои беа уништени во Европа за време на Втората светска војна. Оттогаш, неговите активности беа во голема мера во улога на помагач, со цел да им помогне, да ги поддржи и да ги надополни националните напори на земјите членки за елиминирање на неписменоста и за продолжување на бесплатното образование. УНЕСКО исто така се стреми да ја поттикне слободната размена на идеи и знаења преку организирање конференции и обезбедување услуги на центар за размена на знаења, искуства и компетенции. Со приклучувањето на помалку развиените држави во ООН во 50-тите години од 20 век, УНЕСКО почна да посветува повеќе ресурси за нивните проблеми, меѓу кои се сиромаштијата, високата стапка на неписменост и неразвиеност.

Концептот на медиумско образование стана актуелен во 60-тите години од 20 век, на меѓународно ниво во научните кругови, првенствено на ниво на тимовите формираны во рамките на УНЕСКО кои се занимаваа со истражување на проблемот на образованието.

Тоа е периодот кога доаѓа до израз моќта на телевизијата, која драматично го менува општественото опкружување. Покрај тоа, образованието ја игра примарната улога во описменувањето на масите за критички да ја следи опасноста од манипулација.

Медиумското образование е стекнување способност за критичко читање на медиумите, кај сите видови медиуми (печатени медиуми, радио, ТВ, интернет и сл.). Целта е да се намали оддалеченоста од медиумите преку разбирање на тоа како функционираат и преку запознавање со нивната содржина, како и со нивно поставување во различни перспективи во однос на системите во коишто се развиваат. Нагласувајќи го правото на граѓаните на медиумско образование, на Конференцијата за медиумско образование организирана во Виена далечната 1999 година, УНЕСКО истакна: „Медиумското образование е дел од основното право на секој граѓанин на секоја земја во светот и слободата на изразување и правото на информации се алатка за градење и одржување на демократијата“. „Живееме во свет каде што медиумите се сеприсутни“ – сè повеќе луѓе поминуваат многу време пред телевизорите или читајќи весници и списанија и слушајќи радио.

Според голем број студии, во некои земји децата поминуваат повеќе време гледајќи телевизија отколку на училиште. Сето ова укажува на големото влијание на медиумскиот свет врз перцепцијата и врз начинот на којшто луѓето ги разбираат општествените настани. Современиот свет полн со напредна технологија, што е сè попростапна за луѓето од сите возрасти, мора да значи и зголемена свест за сите можни пропаганди и спинови зад секоја вест. Критичката перцепција во 21 век е неопходен елемент во развојот на личноста и правилното расудување.

Токму оваа агенција на ООН, во 1982 година, со усвојувањето на Декларацијата на Грунвалд<sup>4</sup>, ја нагласи потребата од медиумска писменост. Медиумската писменост е човеково право кое го подобрува квалитетот на животот на граѓаните. Помага во процесот на искоренување на сиромаштијата, во растот на населението, во процесот на постигнување родова еднаквост и во процесот на обезбедување одржлив развој, мир и демократија.

Во овој постмодерен свет, во којшто интернетот и традиционалните медиуми се сè поприсутни во животот на луѓето, во голема мера нашите верувања, перцепции и ставови за повеќето секојдневни настани, па сè до настаните што играат голема улога во идниот развој на светот, зависат од тоа што ни презентираат медиумите. Луѓето широм светот се сведоци на драстично зголемување на пристапот до информации и комуникација. Додека некои луѓе се гладни за информации, други се преплавени со печатена, емитувана во етер и дигитална содржина. Но, каков е квалитетот на тие информации, како можеме да се справиме со нив, како можеме да им пристапиме, да ги бараме, критички да ги оценуваме, да ги користиме и да придонесуваме со содржина мудро, како онлајн така и офлајн, кои се нашите права онлајн и офлајн, кои се етичките прашања за пристапот до и користењето на информациите, одговорот може да се најде со добро познавање на медиумската и на информациската писменост. Една од целите кон која се стреми секое современо и демократско општество е создавање независни и плуралистички медиумски и информациски системи.

Мисијата на УНЕСКО е да поттикне општество за медиумска и информациска писменост преку сеопфатна стратегија која вклучува подготовка на модел на наставна програма за медиумска и информациска писменост, олеснување на меѓународната соработка, развој на насоки за подготовка на национални политики и стратегии за медиумите и информатичка писменост, артикулација на глобалната медиумска рамка за медиумска и информациска писменост, воспоставување медиумска и информативна универзитетска мрежа за писменост, артикулација и основање меѓународна клириншка куќа за медиумска и информациска писменост во соработка со Алијансата на цивилизации на Обединетите нации и обезбедување корисни насоки за медиумска и информациска писменост.

Граѓаните сакаат информации, но бараат и одговор како правилно и критички да се справуваат со секојдневните информации. Тие сакаат да користат нови ресурси и нови знаења, сакаат да го искористат своето основно и меѓународно загарантирано право на слобода на изразување и активно учество во процесите на управување. Во овој поглед, УНЕСКО го подготви документот наречен Медиумска и информациска писменост: насоки за политики и стратегии<sup>5</sup>. Тоа е многу важен документ во дефинирањето на текот на медиумската и информациската писменост за земјите.

УНЕСКО ги повикува државите да креираат сопствена политика и начин на национален развој на медиумската писменост, да се здобијат со доволно информации за нивото на развој на општеството, да собираат валидни и веродостојни податоци за вештините поврзани со медиумската и информатичката писменост. Во оваа насока, државите мора да инвестираат во развивање нова група суштински компетенции (вештини, знаења и ставови) за своите граѓани. Тоа е едноставен одговор за новите информациски случувања во светот и за градењето здрави демократски држави со образовани граѓани кои можат да донесат правилни одлуки и имаат развиени вештини за критичко размислување.

4 Декларацијата за медиумско образование од Грунвалд (Grünwald) од 1982 година.

Достапна на: <https://milunesco.unaoc.org/mil-resources/grunwald-declaration-on-media-education/>.

5 Grizzle, Alton, Moore, Penny, Dezuanni, Michael, Wilson, Carolyn, Asthana, Sanjay, Banda, Fackson, Onumah, Chido, & Torras, Maria-Carme (2013), Media and Information Literacy, Policy and Strategy Guidelines. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

Достапно на: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002256/225606e.pdf>.

За да добие поголемо внимание, ООН го актуелизираа прашањето за медиумска и информациска писменост во Агендата на ОН 2030 година. Во исполнувањето на целите за одржлив развој (ЦОР) на агендата, оваа писменост не се следи директно, туку е суштински и интегриран дел од неколку цели: ЦОР 16 за мир, правда и силни институции, ЦОР 4 за квалитетно образование за сите, и ЦОР 5 за родовите прашања и за зајакнување на жените и на девојките.

## Политика на Европската Унија за развој на медиумската писменост

На самиот почеток дефинираме дека, во ова истражување, почетна точка/дефиниција што ќе се користи за концептот на медиумска писменост е дефиницијата на Европската комисија. Зошто е избрана оваа дефиниција? Во европската интеграција, односно при влезот во Европската Унија за којшто се стреми Република Северна Македонија, важно е да се следи текот на политиките на Унијата. Оттука, Северна Македонија има за цел да ги исполни приоритетите поставени од Унијата и да отвори кластери во согласност со новата методологија за пристапни преговори. Медиумите и информатичкото општество се дел од кластерот за конкуренција и инклузивен раст, а активностите на државата постојано се следат и се оценуваат не само од Комисијата, туку и од други меѓународни организации коишто работат во оваа област. Од правен аспект, клучна е правната рамка на Европската Унија, која се занимава и со медиумска писменост. Клучен чекор во унапредувањето на медиумската писменост е Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги (2007)<sup>6</sup>, еден од централните инструменти на европската медиумска политика. Таа експлицитно ја дефинира медиумската писменост како „вештина, знаење и разбирање што им овозможува на потрошувачите ефективно и безбедно да ги користат медиумите“, а медиумски писмените граѓани како поединци кои се способни „да направат информиран избор, да ја разберат природата на содржината и услугите и целосно да ги искористат можностите што ги нудат новите комуникациски технологии“. Потоа следи европскиот пристап кон медиумската писменост во дигиталната средина, со детална елаборација на сите нејзини аспекти (дефиниција, медиумска писменост за комерцијална комуникација, аудиовизуелна работа, онлајн). Во 2009 година, Европската комисија издаде Препорака за медиумска писменост во која се нагласува улогата на земјите членки во соработката со регулаторните тела за аудио и аудиовизуелни комуникациски услуги и со медиумската индустрија во промовирањето на медиумската писменост во општеството.

Европската повелба за медиумска писменост<sup>7</sup> содржи дефиниција што е поширока од четирите компоненти и додава други аспекти, како што е однесувањето на јавноста при избегнување навредлива или штетна содржина, како и примената на медиумите за остварување на правата на граѓаните:

- употреба на медиумски технологии на ефективен начин за пристап, складирање, преземање и споделување содржини за да се задоволат нивните индивидуални потреби и интереси и потребите и интересите на заедницата;

6 Directive 2007/65/EC of the European Parliament and of the Council of 11 December 2007 amending Council Directive 89/552/EEC on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities.

Достапно на: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32007L0065&from=HR>.

7 <http://euromedialiteracy.eu/>



- стекнување пристап до и донесување информирани одлуки за широк спектар на медиумски форми и содржини од различни културни и институционални извори;
- разбирање како и зошто се произведува медиумска содржина;
- критичка анализа на техниките, јазиците и начелата што ги користат медиумите и пораките што ги пренесуваат;
- креативна употреба на медиумите за изразување и пренесување идеи, комуникации и мислења;
- идентификување и избегнување или оспорување медиумски содржини и услуги коишто може да бидат непожелни, навредливи или штетни; и
- ефективна употреба на медиумите во остварувањето на нивните демократски права и граѓански одговорности.

Во следните неколку години, фокусот е врз стремежот да се поврзе медиумската писменост со образованието, т.е. да се направи задолжителен дел од наставната програма. Притоа, академската и научната јавност има многу активна улога во сите овие активности, преку мултидисциплинарен истражувачки пристап во проучувањето на концептот на медиумската писменост. Спроведени се бројни студии за способноста на поединците (деца, млади, возрасни, маргинализирани лица) да пристапат до медиумски содржини, да ги анализираат и да ги оценуваат, нивните општи ИТ вештини и вештините за дигитална писменост во социјален, културен и политички контекст<sup>8</sup>. Во 2007 година<sup>9</sup>, Европската комисија започна со истражување на најдобрите практики на ниво на ЕУ и, врз основа на истражувањето, ги претстави своите наоди и предлози во Комуникацијата. Истражувањето го бара јавното мислење за медиумската писменост поврзана со дигиталните технологии и со информации за комерцијалните, филмските и онлајн иницијативите. Како што истакна комесарката за информатичко општество и медиуми Вивиен Рединг, „денес медиумската писменост е исто толку важна за активното и полноправно граѓанство како што беше писменоста на почетокот на 19 век“. Комуникацијата за медиумска писменост е важен чекор кон европската политика за медиумска писменост воопшто и ќе придонесе за солидна изградба на европската аудиовизуелна политика во рамките на севкупната иницијатива „i2010“. Главната цел е да се истакнат и да се промовираат добрите практики во медиумската писменост на европско ниво и да се предложат можни идни активности на тоа поле. Комуникацијата се заснова и врз резултатите од работата на Експертската група за медиумска писменост.

Директивата на ЕУ 2010/13 за аудиовизуелни медиумски услуги<sup>10</sup>, усвоена на 10.3.2010 година од страна на Европскиот парламент и на Советот, е развиена во соработка и во координација со националните законодавства на земјите членки на ЕУ. Оваа директива ги регулира аудиовизуелните медиумски услуги, вклучително и телевизиската и сервисите на интернет. Практично, сите сервиси што нудат аудиовизуелна содржина, без разлика која технологија се користи за пренесување на содржината. Обврзувачките правила важат еднакво, без разлика дали гледате вести или други аудиовизуелни содржини на ТВ, на интернет или на мобилен телефон. Во основа, Директивата 2010/13/EУ ја заменува Директивата 89/552/ЕЕЗ и е усвоена за усогласување на одредени одредби утврдени со закон, регулатива или административна мерка во земјите членки на ЕУ што

8 Види повеќе на: <http://www.cost.eu>.

9 2006 public consultation on media literacy

10 Directive 2010/13/EU of the European Parliament and of the Council of 10 March 2010 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive). Достапно на: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex-%3A32010L0013>.

се однесуваат на регулирање на аудиовизуелните медиумски услуги. Сепак, на 25.5.2016 година, Европската комисија донесе нов предлог-закон за изменување и за дополнување на Директивата за аудиовизуелни и медиумски услуги. Реформата ја усогласува Директивата со новите реалности.

## Медиумската писменост во Република Северна Македонија

За првпат посебно внимание во законодавството на Северна Македонија е посветено на медиумската писменост во Нацрт-стратегијата за развој на радиодифузната дејност во Република Македонија за периодот 2013 – 2017 година<sup>11</sup>. Документот јасно ја нагласува потребата од промовирање на медиумската писменост како најголем интерес на македонското општество, процес во којшто образовните институции треба да се вклучат со механизми за проверка на ефектите од медиумското образование во наставната програма, медиумски професионалци преку развивање саморегулаторни кодекси поврзани со професионални стандарди за зголемување на нивната одговорност во креирањето медиумски производи, регулаторни тела од областа на медиумите и електронските комуникации преку изработка на посебни програми со повеќекратни активности поврзани со медиумската писменост, претставници на граѓанското општество со различни иницијативи и проекти, како и научно-истражувачки институции во оваа област.

Уште со стапувањето во сила на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги на крајот на 2013 година (25.12.2013 год.), медиумската писменост влегува во медиумската политика во Република Македонија и како резултат на процесот на усогласување на законите за медиуми со Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги. Тоа беше регулирано во Законот со повеќе членови. Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги од 2013 година е изменет во 2021<sup>12</sup> година, и медиумската писменост како концепт може да се најде во два члена. Во членот (6), во којшто се опишани надлежностите на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни услуги, се истакнува должноста на Агенцијата да ја поттикнува медиумската писменост.

Во тој контекст, во делот за социјална инклузија и медиумска писменост (член 26) „Агенцијата презема активности за поттикнување на медиумската писменост во Република Северна Македонија“ (став 2), „при преземањето на тие активности соработува со невладини организации, здруженија на граѓани, образовните институции и други заинтересирани страни и ги објавува на својата веб-страница“ (став 3). Преземените активности од овој член се составен дел од годишниот извештај за работа за претходната година на Агенцијата. Но, никаде во Законот не може да се најде дефиниција или објаснување што се подразбира под медиумска писменост.

Меѓутоа, гледано во поширок контекст, и поранешниот закон (Законот за радиодифузија), како и неодамнешниот закон за медиуми (Закон за аудио и аудио-визуелни медиумски услуги), усогласен со Конвенцијата на Советот на Европа за прекугранична телевизија, подоцна преименувана во Аудиовизуелна директива за медиумски услуги, како најважни законски обврзувачки акти во аудиовизуелната област, се однесуваат (директно или индиректно) на медиумската писменост. Така, на пример, регулирањето на основните начела за заштита на децата (содржини несоодветни за деца, забрана за емитување порнографска содржина или насилство итн.), начелата поврзани со

11 Види повеќе на: [http://avmu.mk/files/1\\_predllog\\_strategija.pdf](http://avmu.mk/files/1_predllog_strategija.pdf).

12 Закон за аудио и аудио-визуелни 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 и 27/19). <https://praksis.mk/>.

рекламирањето за заштита на медиумските потрошувачи (забрана за прикриено рекламирање итн.), плурализмот на аудиовизуелните услуги, борбата против медиумската концентрација – несомнено ја одразуваат потребата за медиумска писменост.

Агенцијата подготви Програма за поттикнување на медиумската писменост во Република Македонија. Главните цели на Програмата се да се подигне свеста за концептите на медиумска писменост, да се придонесе кон разбирање на медиумската писменост од страна на граѓаните, да се подобрат условите за граѓанско и демократско учество. Во април 2017 година, на иницијатива на Агенцијата, беше формирана Македонската мрежа за медиумска писменост. Целта на формирањето на Мрежата е да се промовира соработката помеѓу различните актери во македонското општество што креираат и спроведуваат политики, активности и проекти од областа на медиумската писменост. Меѓутоа, ниту Министерството за образование и наука, ниту другите релевантни владини тела не направија сериозни чекори во интегрирањето на образованието за медиумска писменост во системот. Од претходно спроведените анализи и истражувања за вклученоста на медиумската писменост во образовниот систем може да се заклучи дека ваков посебен предмет не постои. Наместо тоа, делови од медиумската писменост се инкорпорирани во различни теми на програмите (Шопар, Теменугова, Аксентијевска, 2018)<sup>13</sup>.

Спротивно на тоа, Словенија е првата земја во Централна и Источна Европа која го вовела предметот Медиумска писменост во образовниот систем. Медиумското образование, дефинирано како „процес на учење за медиумите и со медиумите“, официјално стана дел од наставните програми за основно, средно и високо образование (со посебен предмет за наставници) во 1999 година, а од 2000 година – незадолжителен дел од предучилишното образование за деца од 4 до 6-годишна возраст<sup>14</sup>. Концептот на медиумска писменост како важна алатка за справување со лажни вести е многу важен за граѓаните на една земја. Ако децата од најмала возраст го запознаат и научат да го користат овој концепт, тогаш тоа ќе придонесе за намалување на масовниот феномен – лажни вести и факти. Пропагандата е исто така голем проблем, особено во земјите во транзиција. Индоктринирачките, лажни вести се дефинираат како неточни/невистинити факти или информации чија невинина или неточност може да се докаже. Значи, не се работи за манипулација со реални факти (искривување, премолчување или заострување на фактите), туку типична лага, на пример, лажна вест дека одредена личност е мртва или дека личноста е жива. Тоа е една од пропагандните техники, насочена кон дефокусирање и манипулирање со јавното мислење. Лажните вести не се нова појава, но со социјалните мрежи се чини дека ја добија својата најповолна природна средина. Секој поединец е во состојба да шири лаги. Бидејќи зад нив немаме никаква институционална (медиумска) одговорност, тие стануваат опасна масовна појава.

Од последниот извештај на Европската комисија за напредокот на Северна Македонија (2022), во потточката за слобода на изразување има општа забелешка дека земјата покажува благ напредок, односно дека регулаторот го продолжил својот ангажман со граѓанските организации и со медиумите за промовирање на медиумската писменост; продолжил да биде проактивен во унапредувањето на медиумската писменост и во предупредувањето за провоцирачки или дискриминаторски јазик, говор на омраза, непрофесионално новинарско известување, како и при притисоци и закани врз новинари и медиуми; и борбата против дезинформациите и активностите поврзани со медиумската писменост во најголема мера ја води граѓанското општество.

13 Шопар, В. Теменугова, А. Аксентијевска, М. (2018) Медиумската писменост во Македонија: обид за имплементација во основното образование, Висока школа за новинарство и за односи со јавноста, Институт за комуникациски студии, Скопје.

14 Ibid.

Министерството за образование и наука на Република Северна Македонија мора да ја земе предвид големата важност од интегрирањето на медиумската писменост како дел од наставните програми за образование. За време на изборите на кои победи Трамп, Велес беше многу популарен за ширење лажни вести што дава севкупна не толку добра слика за образовната програма. Пропагандата што се шири во медиумите во однос на КОВИД-19, исто така, остава лош впечаток за нивото на писменост. Луѓето треба да ги бараат изворите на медиумската содржина и да ги проверат информациите повторно. Збирот од вештини се развива на рана возраст, главно во основно училиште. Ова исто така бара наставници кои се компетентни да го споделат знаењето и да имаат експертиза за овој вид писменост.

Затоа, обуките и програмите за едукација на наставниците се многу важни за изработка на добра програма. За тоа се потребни буџетски распределби и експерти за спроведување на обуките. Се добива впечаток дека не е тоа проблемот, туку проблемот е политичката волја на политичките претставници и нивното познавање на концептот. Проблем е и литературата. Книгите на македонски јазик за медиумска писменост се дефицитарни. Бројката е многу мала и мора да се направат големи чекори за подобрување и ажурирање на книгите и релевантните податоци.

Круцијално прашање е дебатата за регулација и саморегулација на онлајн медиумите. Иако конкретните закони во Северна Македонија не ги регулираат онлајн медиумите, нивната регулатива е дисперзирана во други закони. Тоа се: Кривичниот законик, Законот за граѓанска одговорност за навреда и клевета, Законот за авторско право и сродните права, Законот за заштита на личните податоци, Законот за слободен пристап до информации од јавен карактер, Законот за спречување и заштита од дискриминација, Законот за работни односи, и Законот за архивски материјал, Законот за електронска трговија и други. Оваа голема област треба посебно да се ревидира и да се анализира, но несомнено е во тесна врска со концептот на медиумска писменост.

Може да се заклучи дека граѓанското општество игра голема улога во промовирањето на медиумската писменост со помош на домашни и странски грантови, бидејќи само по себе ова е многу важна област за меѓународната заедница. Ова е составен дел од вкупниот индекс и фактор во оценките за демократијата. Писмените граѓани се важни за одржување на независноста на медиумите и за финансиската одржливост; тие се клучен фактор во борбата против лажните вести и пропагандата. Многу ниска оценка од 1,00 од 7,00<sup>15</sup> беше дадена за индикаторот Независни медиуми, којшто ја испитува моменталната состојба на слободата на медиумите, вклучувајќи ги законите за клевета, малтретирањето новинари и уредувачката независност; работењето врз финансиски исплатлив и независен приватен печат; и функционирањето на јавните медиуми. Состојбата на конкурентен авторитаризам, иако не е јавно наведена, е вообичаена за земјите од Западен Балкан. Тоа значи зависни медиуми и ниско ниво на демократија.

Република Северна Македонија се соочува со големи предизвици не само во промовирањето и интегрирањето на медиумската и информациската писменост во акционите документи и стратешките планови на креаторите на областа на политиките, туку и со целиот медиумски систем. Ако направиме дијахрониска анализа на соседните земји, можеме да заклучиме многу сличности. За Бобио<sup>16</sup>, едно од најголемите неисполнети ветувања на либералната демократија е неуспехот на образовниот систем да произведе разумни гласачи. Медиумите и дигиталната писменост како нејзина компонента се многу важен сегмент од образованието во демократиите и една од најкорисните алатки во рацете на гласачите или можеби во рацете на политичарите.

Победник е оној кој е подобро образован и знае како всушност функционира политичката комуникација во медиумскиот свет. Интернетот и онлајн медиумите овозможуваат подобро

15 Фридом Хаус, Нации во транзит 2021.

16 Bobbio, N. (1987), Иднината на демократијата, стр. 36.

остварување на слободата на изразување и промовираат концепти како дигитална демократија, доброволна комуникација, јавно новинарство и слично. Меѓусебната поврзаност на интернетот и политиката дава можност да се разговара за многу политички теми. Тоа се пристапот, технолошкиот детерминизам, јавната сфера, либерализмот, комунитаризмот, делиберативната демократија итн. Дали интернетот ги исполнува критериумите за дисперзија на демократијата? Северна Македонија може да придонесе за подигнување на нивото на образовани граѓани со посветување поголемо внимание на образовните политики, со цел унапредување на вештините и нивно издвојување по посебните предмети од општата наставна програма. Важно е децата уште од најрана возраст да ги разликуваат концептите, да создаваат свои ставови и проценки, да бидат критични, да можат да разликуваат вистински извор на информации од ирелевантен извор и да донесуваат одлуки врз основа на силни и докажани факти.

Несомнено е дека предизвикот за државниот апарат е голем. Напорите за големи промени се клучни, а политичката волја да се создадат силни и критични граѓани е од суштинско значење. Медиумски писмените граѓани градат силна држава. Дигиталната трансформација, како дел од концептот МИП, е можност за Западен Балкан да се справи со некои од структурните економски, политички и општествени предизвици во регионот. Недоволното ниво на образование за медиумите, за дигиталната писменост, како и за медиумското право се коренот на многу политички проблеми што станаа многу клучни. Тоа се однесува на способноста на поединецот да најде, да процени, да произведе и да пренесе јасни информации преку пишување и други форми на комуникација на различни дигитални платформи.

Земјите од Западен Балкан се стремат кон членство во Европската унија, но прво мора да ги отстранат пречките за слободниот проток на информации помеѓу креаторите на политиките и оние во чие име се носат овие одлуки (јавноста). Во однос на медиумите и транзицијата, овие земји имаат ниска култура на употреба на зборовите и недостиг од јавна одговорност. Поединци и групи изразуваат идеи за супериорност над одредена раса, религија или нација, со намера да ги понижат оние коишто не припаѓаат на „нивната“ група и да бараат прогон, изолација, па дури и геноцид. Во такви случаи, слободата на изразување се толкува премногу широко и се трансформира во други форми. Ова е главниот генератор на нетолеранција и предрасуди по национална, етничка, верска и друга основа. Овие појави ја актуелизираат дискусијата за слободата на изразување, нејзините меѓународни (меѓународни правни инструменти и практиките на Европскиот суд за човекови права) и националните правни основи, нејзините ограничувања и злоупотребата на оваа слобода.

Во Босна и Херцеговина, интернетот не е целосно вграден во политичката комуникација на земјата (или, поточно, не е правилно вграден). Клучен предуслов за оптимално користење на интернетот на полето на политичката комуникација е брзата примена на технологијата со истовремена трансформација на умовите на луѓето. Оваа трансформација вклучува отфрлање на принципот на тајност во политичките активности на владата и на политичките партии во БиХ, што е во слоеви спротивно на природата на интернетот. Исто така, постои потреба да се негува јавната свест за важноста на јавното онлајн мислење и потреба за појасна разлика помеѓу онлајн и офлајн политичката сцена. Трансформацијата на медиумите во Северна Македонија е апсурд што вреди да се проучува и да се оценува и треба да послужи како лекција.

Улогата на медиумите во општеството е во постојана регресија и наместо да го покриваат турбулентниот развој на процесот на демократизација, може да се каже дека, како резултат од самите себе, тие ги губат позициите. Од лидери на процесите, тие станаа хроничари на политичката припадност на одредени центри на моќ, олигархиски кругови, а во најлош случај, мегафони на интересите на своите сопственици, на политичките и на другите отуѓени интереси на своите газди.

Српските медиуми и политика сè уште живеат во минатото. Тамара Скроца (Skrozza) дава одличен преглед на ситуацијата денес, поистоветувајќи ја со времето на Слободан Милошевиќ, со единствена разлика што Милошевиќ повеќе не е тука. Медиумите „доброволно“ се согласуваат да бидат инструмент во рацете на политичарите и на тајкуните за економски да опстанат на пазарот. На локално ниво, ситуацијата е уште полоша, каде што локалните политичари ја користат целата своја економска и политичка моќ, поради што е речиси невозможно локалниот медиум да известува независно и политички неутрално. Законот за информации од јавен карактер и Законот за радиодифузија се донесени, но проблемот е во институциите надлежни за нивно спроведување.

Предизвикот на земјите од Западен Балкан е од голем размер. Тука е вклучен не само феноменот на промоција, развој и интегрирање на оваа писменост во системот, туку и правењето суштински промени во начинот на функционирање на целата медиумска сфера. Овие процеси се неизбежно тесно поврзани и меѓусебно зависни. Едноставно може да се каже дека медиумската и дигиталната писменост се коректор на функционирањето на медиумскиот свет. Едно е сигурно, медиумската писменост е неопходна во процесот на градењето силна држава и силни образовани граѓани.

## Заклучок

Медиумите се чувствителна тема за нашата земја. Свесни сме за пропагандата што превладува, за протоколот на информации, од кои голем дел се дури и невестинити. Свеста на граѓаните, почнувајќи од најмала возраст, мора да се развива во насока на реално вреднување на информациите и формирање вистински ставови за настаните. Неопходно е да се направат големи чекори во дефинирањето на медиумската писменост како клучна компетентност во соодветно интегрирање во стратешките документи од областа на образованието и во медиумската сфера како критичко разбирање на медиумските содржини. Да се поттикнат јавни дебати меѓу претставниците на надлежните државни институции, образовниот сектор, невладините организации и медиумската индустрија за важноста и состојбата на медиумската писменост во Република Северна Македонија. Треба да се зголеми вклученоста на академиците, бидејќи тие се двигатели на научни предлози и знаења, во спроведување на истражувања и проекти преку коишто ќе се промовира овој концепт. Да се поттикнат надлежните институции да организираат кампањи за подигнување на свеста за техниките што се користат за комерцијални цели, особено за пласман на производи и онлајн рекламирање, со цел подобро разбирање на граѓаните на границата помеѓу маркетингот и содржината. Да се поттикне зголемен пристап до медиумите и информатичките и комуникациските технологии на локално, на регионално и на национално ниво, така што повеќе граѓани имаат пристап до медиумите и до информатичките и комуникациските технологии, вклучително и постарите лица, лицата со физичка попреченост, лицата во тешка економска и социјална ситуација.

Да се обезбедат информации на сите граѓани за безбедно користење на медиумите и на информатичко-комуникациската технологија, посветувајќи посебно внимание на чувствителните категории, како што се децата и младите. За да се постигне сето ова, мора да се обезбеди соработка со сите релевантни меѓународни институции и организации активни на полето на медиумската писменост, вклучително и со УНЕСКО, со Советот на Европа и со Европската комисија, бидејќи медиумски и информатички писмен човек не смее да биде само консумент на информации и медиумски содржини, туку и одговорно лице кое бара информации, креатор на знаење и иноватор кој може да користи различни алатки и медиуми за информирање и комуникација.

Северна Македонија мора да преземе сериозни чекори за промоција и за интегрирање на медиумската писменост во образовните програми. За тоа е потребна политичка волја и што е најважно, добро воспоставена група со истакнати членови на медиумската заедница која ќе направи среднорочен акциски план со активности, точни датуми на реализација, извор на финансирање, членови и институции. Со оглед на фактот дека меѓународните организации даваат финансиска поддршка на многу активности во однос на промовирањето на овој концепт, буџетските оправдувања не можат да се сфатат како релевантни. Наставните програми во развиените европски земји веќе вклучуваат предмети што имаат за цел да ја развијат способноста и одговорноста за критичко согледување на медиумските пораки. Германската наставна програма, на пример, одамна предвидува обука на ученикот критички да прима медиумски пораки, да изгради способност да се спротивстави на тие пораки ако не се засноваат врз факти и да се спротивстави на стереотипите и на клишеата за потрошувачите, што е една од приоритетните цели на оваа програма. Несомнено, овој концепт се поклопува со појавата на лажните вести, што е особено опасна кога се шири низ главните медиуми.

Многу е важно да се започне со развивање на концептот на медиумска одговорност. Медиумската одговорност најпрво почна да се дискутира во САД и таа е комплицирана и вклучува медиумско право, новинарска професионалност (стандарди во новинарската професија) и медиуми што на граѓаните им припишуваат висок интегритет (квалитетни медиуми) (особено дигитална писменост). Во денешно време сè повеќе почнуваме да слушаме за писменост на иднината (futures literacy). Како можеме подобро да ја разбереме улогата што ја игра иднината во нашите животи, ако немаме вештини и компетенции за критичко размислување за медиумите и информациите што ги конзумираме? Во 70-тите години од 20 век, кога Меклуан пишуваше за „училница без ѕидови“, велејќи дека медиумите ја подриваат неопходноста на училиштата како објект за процесот на образование, тој никогаш не би можел да замисли што ќе се случува во денешно време.

# Користена литература

Шопар, В. Теменугова, А. Аксентиевска, М. (2018) Медиумската писменост во Македонија: обид за имплементација во основното образование, Висока школа за новинарство и за односи со јавноста, Институт за комуникациски студии, Скопје.

Bobbio, N. (1987), *The Future of Democracy*, p 36.

Grizzle, Alton, Moore, Penny, Dezuanni, Michael, Wilson, Carolyn, Asthana, Sanjay, Banda, Fackson, Onumah, Chido, & Torras, Maria-Carme (2013), *Media and Information Literacy, Policy and Strategy Guidelines*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

Habermas, J. (2006). *The Public Sphere*, An encyclopedia article, in Meenakshi Gigi Durham, and Douglas M. Kellner, eds. *Media and Culture Studies: Keywords*, Oxford: Blackwell.

Hodkinson, Paul (2011). *Media, Culture and Society: An Introduction*, London: SAGE. Livinstone, S. (2005). *Media audiences, interpreters and users*.

Skrozza, T. *Media and politics: Living in the past*.

Tulodziecki G. & Grafe S. (2012). *Journal of Media Literacy Education* pp. 44 – 60.

Grizzle, Alton, Moore, Penny, Dezuanni, Michael, Wilson, Carolyn, Asthana, Sanjay, Banda, Fackson, Onumah, Chido, & Torras, Maria-Carme (2013), *Media and Information Literacy, Policy and Strategy Guidelines*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

European Union legal documents:

Communication from the commission to the European Parliament, the Council, the European economic and social committee and the committee of the regions, a European approach to media literacy in the digital environment, COM(2007) 833 final, Commission of the European communities, Brussels, 20.12.2007.

Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions a European approach to media literacy in the digital environment.

Directive 2007/65/EC of the European Parliament and of the Council of 11 December 2007 amending Council Directive 89/552/EEC on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities.

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

Закон за аудио и аудио-визуелни 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 и 27/19 и („Службен Весник на Република Северна Македонија“ бр. 42/20 и 77/21).

Декларација за медиумско образование на Грунвалд (Grünwald Declaration on media education), 1982.год.

Извештај на Европската комисија за Северна Македонија (European Commission North Macedonia Report), 2021 година.

Извештај на Фридом Хаус, Нации во транзиција, 2021 година (Freedom House, Nations of Transit 2021 Report).

## Веб-страници

<https://avmu.mk/>.

<http://unesdoc.unesco.org/>.

<http://eur-lex.europa.eu/>.

<http://euromedialiteracy.eu/>.

<https://ec.europa.eu/>.

<https://praksis.mk/>.



## Автор

### Мартина Глигорова



Мартина Глигорова дипломира на Правниот факултет „Јустинијан Први“, на Универзитетот Св. Кирил и Методиј, Скопје, Република Северна Македонија (2011 – 2014). Во 2020 година Мартина се запишала на докторски студии од областа меѓународно право на Универзитетот Св. Кирил и Методиј, Правен факултет „Јустинијан Први“. Од 2019 година работи во Министерството за информатичко општество и администрација, во Одделението за ЕУ-интеграции и меѓународна соработка. Во претходните години, за време на додипломските и магистерските студии, поточно од јануари 2015 до септември 2015 година била практикант во Македонскиот институт за европски студии. Мартина Глигорова е дел од алумните на Фондацијата „Џефри Најс“, Хаг, Холандија (дел од петтиот мастерклас на тема „Политичка експедитивност зад меѓународните кривични судови“).