

УНИВЕРЗИТЕТ „СВ.КИРИЛ И МЕТОДИЈ“
L'UNIVERSITE "ST CYRILLE ET METHODE" – SKOPJE

**ГОДИШНИК
НА ПРАВНИОТ ФАКУЛТЕТ
„ЈУСТИНИЈАН ПРВИ“ ВО СКОПЈЕ**

ГОДИШНИК	ТОМ 57	СКОПЈЕ SKOPJE	2018
-----------------	---------------	--------------------------	-------------

**ANNUAIRE
DE LA FACULTÉ DE DROIT
“IUSTINIANUS PRIMUS” DE SKOPJE**

РЕДАКЦИСКИ ОДБОР

Главен и одговорен уредник

проф.д-р Ирена Рајчиновска Пандева (Република Македонија)

**Уредувачки одбор за Годишникот по повод 40 години од основањето на
студиите по новинарство**

проф.д-р Јасна Бачовска Недиќ (Република Македонија),
проф.д-р Ирена Рајчиновска Пандева (Република Македонија),
проф.д-р Даниела Блажевска (Република Македонија),
проф.д-р Биљана Петревска (Република Македонија),
проф.д-р Сеад Алиќ (Република Хрватска),
проф.д-р Гордана Виловиќ (Република Хрватска),
доц.д-р Александра Бракус (Република Србија),
асс.м-р Лидија Мирков (Република Србија),
проф.д-р Лејла Турчило (Република Босна и Херцеговина),
доц.д-р Мимо Драшковиќ (Република Црна Гора),
проф.д-р Ева Полак (Република Полска)
м-р Мери Марес (САД)

Секретар

доц. д-р Катерина Шапкова Коцевска (Република Македонија)

Правен факултет „Јустинијан Први“

Ул. Гоце Делчев 96 1000 Скопје, Република Македонија

Лектура: Софија Чолаковска – Поповска

Печати: МАР-САЖ

Тираж - 150

Објавувањето на овој Годишник и подготовката на трудови чии што автори се вработени на Правниот факултет „Јустинијан Први“ - Скопје е во рамки на

УНИВЕРЗИТЕТ „СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЈ“
ПРАВЕН ФАКУЛТЕТ „ЈУСТИНИЈАН ПРВИ“ – СКОПЈЕ

ГОДИШНИК
НА ПРАВНИОТ ФАКУЛТЕТ
„ЈУСТИНИЈАН ПРВИ“ ВО СКОПЈЕ
ANNUAIRE
DE LA FACULTÉ DE DROIT
“IUSTINIANUS PRIMUS” DE SKOPJE



ПО ПОВОД 40 ГОДИНИ ОД ОСНОВАЊЕТО
НА СТУДИИТЕ ПО НОВИНАРСТВО

СКОПЈЕ 2018

Проф. д-р Дејан Донеv*

ДО ВЕРОДОСТОЈНОСТ НА МЕДИУМИТЕ ПРЕКУ РАЗВИЕН ЕТОС НА ПУБЛИКАТА И НЕЈЗИНА МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ

37.035:316.774

Рецензија –Изворна научна статија

ВОВЕД

Денес, во демократските општества, медиумите имаат голема задача и улога, пред сè, во однос на информирањето, но и особено нужната вклученост на јавноста во зајакнувањето на демократските процеси. Начинот на кој тие го прават тоа е преку промовирање на различноста на мислењето, јавната дебата и граѓанското учество во општеството, но и во однос на промовирањето на демократските вредности, залагање за слободата на изразување, како и слободата на говорот.

Во исто време, во процесот на образование, воспитување и социјализација, во смисла на морална матрица и етички патоказ, освен семејството и училиштето, и медиумите играат голема улога и поради тоа треба да се научи како да се користат медиумите и како да се интерпретираат нивните пораки. Ова особено важи затоа што „секој човек живее во симболички свет“ (Luhmann, 1991), а во 21 век медиумите станаа најексплицитен „носител на тие симболички пораки“ (Вааске, 2007: 34). Оттука, за образованието и воспитувањето на поединецот да биде успешно реализирано, тие симболи треба да бидат декодирани или дешифрирани.¹

* Доктор на науки, Вонреден професор на Институт за филозофија, Филозофски факултет при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје.

ЗА ПОТРЕБАТА ОД МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ И МЕДИУМСКО ОБРАЗОВАНИЕ ДЕНЕС

Поаѓајќи од ова, а согласно со нивната функција – пренесување креирани пораки од некого заради привлекување внимание на публиката, но и наметнување ставови – и публиката има своја голема морална одговорност во однос на познавањето на функциите на медиумите за да може полесно да ги анализира и да ги сфати медиумските пораки, но и за да ги разбере намерите на оној што ја пратил пораката. Во исто време, успешност во разбирањето на пораката открива и степенот на медиумска писменост на дадената јавност, затоа што етосот на публиката имплицира свест на таа иста публика за квалитетот на содржините во медиумите, потрага по квалитет во работењето на медиумите, како и нејзина подготвеност да игра активна улога во однос на влијанието на медиумите.²

Во светот на сеприсутни и влијателни слики, звуци и текстови, како најкомпетентно се смета медиумското образование, како поддисциплина на медиумската педагогија,³ кое има цел да пренесе знаење и вештини за користење и толкување на медиумите и медиумските пораки во секојдневниот живот, т.е. да развие задоволувачко ниво на медиумска писменост. Тоа е така затоа што медиумското образование не се однесува само на основните барања во поглед на воспитувањето и образованието на децата и младите во светот на медиумите и информациско-комуникациските техники, туку и на можноста од користење на тие информации, на шансите за образување и учење, на развивање компетенции и критики наспроти медиумската понуда која ја има преземено воспитно-образовната и/или манипулаторската улога.

Истото ова говори дека согласно со задачата на медиумската педагогија, медиумското образование според својата природа треба да ги интерпретира сите нивоа и аспекти на медиумското општество и поединечните медиуми кои се нужни, посебно во развојот на младите генерации, но и јавноста, генерално. Токму поради истото ова се занимава со „усвојување на

² Во ова смисла, етиката на публиката е многу блиска со медиумската педагогија и медиумската писменост!

³ Медиумската педагогија е педагошка дисциплина која содржи социопедагошки, социополитички и социокултурни анализи на понудата во медиумите во однос на децата, младите и луѓето кои спаѓаат во категоријата „трета доба“, како и нивните културни интереси во однос на воспитувањето, образованието, работењето, сло-

медиумската писменост и совладување на медиумските компетенции, бидејќи едно без друго не оди поединечно“ (Hoffmann, 2003: 213), т.е. изградба на личен став, зголемување на квантумот на расположливо знаење, но и изградба на одредени вештини, од една страна, како и совладување на социјални, методички и когнитивни компетенции како „видови превенција во спречувањето на медиумската манипулација, насилство и разликување на фикцијата од реалноста“ (Huther/Schorb, 2005: 245), од друга страна.⁴

Оттука, сосема е логично да се бара развивање и практикување на медиумското образование, а со тоа и подигање на степенот на медиумска писменост во насока на развивање критичен став во однос на она што се сервира преку медиумската понуда, бидејќи кај јавноста, особено кај младите, сè поевидентно е нивно препуштање креирањето на светот во кој живеат да биде направено од страна на медиумите и тоа преку еден одреден облик на пасивизам и премолчено следење на медиумските пораки, како и некритичко апсорбирање на ставовите што ги нудат медиумите. Сепак, од своја страна, ова не нуди одржлив општествен и демократски развој, туку безглаво мамонско и херостратско (во политичка смисла) слепо подведување од страна на доволен квантум на медиумски акрепи.

ЗА (НЕ)МОЖНОСТА ОД ПРИМЕНА НА ЕТИКА НА ПУБЛИКАТА И МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ

Во оваа насока одат и голем број заклучоци до кои се дојде согласно со добиените резултати од нашето спроведено истражување во рамките на РРПП „Европа – тука и таму: анализа на дискурсот за европеизација во медиумите од Западен Балкан“ (Valjić-Nedeljković & Kleut, 2013), во делот што се однесува на Република Македонија, каде што евидентно се гледа зголемената потреба од описменување на јавноста, посебно на младите.

До многу слични податоци се доаѓа и од голем број истражувања на други релевантни инситуции во Република Македонија, како и оние надвор

⁴ При ова секогаш треба да се има на ум фактот дека „медиумската писменост“ како поим не е идентичен по обем и суштина со поимот „медиумско образование“, затоа што вториот ги опфаќа и етичките аспекти во формирањето на личноста, додека медиумската писменост се задржува само на нивото за кое не се потребни анализи

од неа, на пример, анализите на Македонскиот институт за медиуми – „Развој на медиумите во Македонија според индикаторите на УНЕСКО“, потоа проектот на истиот институт со Европскиот центар за новинарство од Холандија на тема „Унапредување на медиумската писменост во образованието во Република Македонија“, но и подготвениот прирачник од страна на МИМ и Институтот за демократија за наставници за изучување на медиумската писменост во наставата по мајчин јазик за основните и за средните училишта. Не е помалку важен и последниот проект „Медиумска писменост во ера на наплив на информации: македонска коалиција за медиумска и информациска писменост“ на Високата школа за новинарство и за односи со јавноста, а кој се реализира во периодот 2016–2018 година во партнерство со Институтот за различности во медиумите од Лондон и со дневниот весник „Нова Македонија“ и кој има цел развивање на свеста кај публиката за влијанието на медиумските содржини, но и поттикнување на граѓаните да се стекнат со знаења и вештини за критичка перцепција на информациите и употреба на медиумите како предуслов за активно граѓанство. Во оваа насока се и активностите и проектите во рамките на медиумската програма на Фондацијата „Конрад Аденауер“ за професионализација на новинарството и комуникациите, но и регионалниот проект на Медиумската опсерваторија на Југоисточна Европа – „Градење на капацитет и коалиција за мониторирање на медиумскиот интегритет и унапредување на медиумските реформи“, но и уште многу други.

Бидејќи целта на текстот е презентирање на состојбите во македонскиот медиумски простор во однос на медиумската писменост, сметам дека ова е од голема важност за развивањето на комуникациските општествени заедници од кои во исто време зависи и веродостојноста, кредибилитетот на медиумите и степенот на искажаната доверба на публиката во однос на нив. Генералниот заклучок кој може да се даде во однос на веќе споменатите истражувања е фактот дека во општество на слободен проток на информациите, општество кон какво што се стреми и Македонија, треба да доминира ставот дека комуникацијата е нужно двонасочен процес кој не ѝ дозволува на критичката мисла одговорноста да ја препише само на еден субјект (новинарите и медиумите), а втората страна (јавноста) да ја ослободи.

Поради ова, нужно е да се постави прашањето за степенот на учество на јавноста во процесот на известување, што само по себе го повлекува и прашањето за степенот на нејзината медиумска описменетост. Опправданоста

решение, доаѓа посебно од изненадувачкиот низок процент на учество на јавноста во процесот на медиумско известување. Притоа, она што е уште повеќе алармантно се можните солуции како одговори на поставените прашања, т.е. дали истото тоа е резултат на селективно пренесување на информациите од страна на медиумите кои креираат апатичност кај јавноста или незаинтересираност или недостаток на волја и желба за вклучување во медиумското известување со цел да се префрли одговорноста за она што се случува само врз медиумите?

Во првиот случај, доколку се работи за *селективно пренесување на информациите од страна на медиумите, тогаш мора да се процени квалитетот на светот кој медиумите го креираат и градат околу нас и мора да се процени степенот на реализираност и етичност на основните функции на медиумите и тоа преку критичко освестување на јавноста – преку медиумската писменост!*

Имено, изразено со терминологијата на Џејмс Потер, „автоматизмот со кој се служиме за да се одбраниме од преобилноста од информации кои во нашата култура агресивно ни се наметнуваат, медиумите се обидуваат, и тоа доста успешно, да го свртат во своја корист – ги користат нашите навикни создадени за нивно користење!“ (за користење на медиумите – н.з. Дејан Донев) (Poter, 2011: 33). Во ваков случај се зголемува ризикот да ги пропуштиме оние пораки кои за нас имаат или би имале поголема вредност, што нè прави да бидеме програмирани и отворени за мислења кои преку пораки што ги дисперзираат медиумите се бара да ни се пренесат и кои водат кон прифаќање погрешни ставови и мислења.

Ова посебно се случува во општества со релативно крива демократија и недовршена транзиција, каде што најчесто национализмот и патриотизмот преку пропаганда, манипулација и одредени софистицирани форми на цензура во облик на проевропски насочен закон за медиуми се користат како главен инструментариум во реализација на заткулисните игри и цели на моментално владејачките гарнитуре. Поради тоа и провладините медиуми финансиски се наградуваат преку вештачки креирани владини рекламни кампањи, додека оние што не се сложуваат и не ги подржуваат ваквите насоки во селективноста и употребата на глорификациски вести во информирањето на јавноста се прогласуваат за предавници и се дискредитираат како антиевропски медиуми. Тоа, всушност, и не е непознатост во македонски рамки, со оглед на дванаесетгодишното владеење на сега веќе опозициската гар-

Токму поради тоа медиумското образование, преку медиумската писменост може да ѝ помогне на јавноста, посебно на младите, самостојно да проценат и да одлучат во делот на оценувањето за (не)тенденциозноста, (не)веродостојноста и (не)вистинитоста на информациите. Со други зборови, критичкото освестување се сведува на „препознавање на медиумското дејствување (разложување на содржината): манипулативно и/или воспитно-образовно дејствување, потоа на разликување на фикцијата од реалноста, како и на препознавање на поливалентноста на медиумските содржини и форми“ (Miliša, Tolić, Vertovšek, 2009: 80), а кои се добиваат преку медиумската писменост чија суштина е во држењето на работите под контрола каде што на едно повисоко ниво на медиумска писменост се овозможува јасно согледување на границата меѓу реалниот, физички свет и светот кој го креираат медиумите. „Кога сте медиумски писмен, наоѓате јасни патокази за снаоѓање во светот на медиумите, а оттука можете да дојдете до саканите искуства и информации, а притоа вашето внимание да не биде одвлечено со помош на работи кои се штетни за вас. Во ваква ситуација, градите живот каков што посакувате, не допуштајќи им на медиумите да изградат свет каков што тие посакуваат за вас“ (Poter, 2011: 32). Мноштвото информации, метафори и „големи зборови“ не значат истовремено и знаење за она што се случува во светот, т.е. не значат и повисоко ниво на медиумска писменост.

Во вториот случај, *доколку се работи за недостаток од волја на самата јавност за вклучување во процесот на медиумско известување, тогаш говориме за еден голем демократски хендикеп – изумирање на она за што демократијата и постои.* Во овој контекст, токму поради ова од големо и клучно значење е инсистирањето на вклучување на јавноста во демократските процеси во општеството, бидејќи се проценува дека таа има етички карактер, кој со текот на времето е заборавен, а кој произлегува од функцијата што ја има јавноста како создавач на моралната заедница во едно општество.

Имено, неслободните општества немаат јавност, т.е. кај нив е евидентно отсуството на јавноста, што претставува израз и клучен фактор за одржување на неслободата на некое општество наспроти слободните, демократски општества каде што јавноста е израз и фактор на слобода на тие општества. Кај нив, клучната функција на јавноста е содржана во желбата за поврзување на општеството со политиката, државата со моралот, како и во засновање општествено, политичко и морално дејствување. Со еден збор,

во секое јавно дејствување во општеството“ (Донев, 2011: 172). Оттаму, моралната јавност почива на претпоставката за самоовластување за етичко оценување и чување на општото добро. Затоа и се поставува на пиедесталот, како чувар на моралните вредности во општеството.

Оттука и големото инсистирање, во развиените демократски општества, на практикување на етиката на публиката, т.е. јавноста. Без оглед на сознанието што медиумите со своето моќно влијание делумно ја пасивизираат, а делумно ја активираат публиката, моралната одговорност не е намалена! „Етиката на публиката ја имплицира свеста на публиката за квалитетот на содржините во медиумите, бара квалитет во медиумите, како и подготвеност да се игра активна улога во однос на влијанието на медиумите“ (Донев, 2011: 160). Во тој поглед, етиката на публиката е многу блиска со медиумската педагогија, образование и писменост, затоа што со неа се работи на преместување на тежиштето кон одговорноста на граѓаните.

Медиумите се должни да се посветат на информирање на граѓаните за „она што тие треба да го очекуваат од општеството и за она што општеството го очекува од нив“ (Elliott, 1988: 40). Оваа задача на медиумите повратно бара и создава обврска на граѓанинот, т.е. тој има морална должност да биде информиран и таа должност, пред сè, е дел од неговата одговорност кон политичката заедница. Со други зборови, да се обезбеди пристап на граѓаните до медиумите значи да им се признаат одредени права, но, исто така, и одредени должности.

Должноста да се информира и да ѝ се овозможува на секоја индивидуа од публиката, во сликата за реалноста која ѝ е понудена, да го пронајде не само признавањето на сопствениот идентитет и можноста за сопствена афирмација и реафирмација, туку и да ги афирмира другите идентитети различни од неа. Тоа доволно говори дека должноста на човекот да се информира истовремено е и инструмент на плурализмот и поттикот за толеранција.

Истовремено, од широчината на сферата на информирање зависи и димензијата на сферата на јавноста како симболично место за дискусија околу прашањата кои се однесуваат на заедничкото добро. А местото кое сега го заземаат медиумите во тој простор на јавноста овозможува сè уште да биде присутна дебатата за тоа како дејствуваат различни политички авторитети во самото општество. Токму затоа граѓаните не можат и не смеат да бидат ослободени од товарот на одговорноста за константна опсервација на медиумите со помош на критичкото око. Но, едновременно тие не треба да билат

ослободени и од можноста за нивно учество во она што медиумите го нудат. Токму тука лежи слободата, но и етичката одговорност на јавноста!

ЗАКЛУЧОК

Доколку зборуваме за тенденција на приклучување кон модерните демократски и плуралистички заедници, особено во европското семејство, сето претходно само уште еднаш ја потврдува незаменливата улога која денес ја имаат медиумите. Тие се еден од факторите кои овозможуваат воопшто нејзино функционирање и покрај тоа што е дојдено до релативизирање на сите вредности, етички вредности и критериуми според кои настаните во светот на општествената комуникација се управуваат и вреднуваат или би требало да се управуваат и вреднуваат. Тоа е така затоа што „ваквиот модел на размислување за отворено, слободно, демократско општество ја сместува државата во заднина затоа што тоа се држи до настојувањето да се саморазбере како апсолутно место на моќта, владеењето и влијанието, истовремено фаворизирајќи ја идејата за самоодговорно граѓанско општество“ (Донев, 2011: 197). Оттука, во една ваква визија, аргументот, зборот, комуникацијата, медиумите и новинарството добиваат општествена, а како творци на општеството и клучна позиција во теоријата и практиката.

Но, со оглед на тоа дека живееме во култура која е презаситена од информации, како и тоа дека од нив се штитиме со помош на автоматизмот кој е програмиран во нашата свест од нас самите, нашите пријатели, нашите блиски, масовните медиуми..., „оној дел кој вистински нè познава сака реално да ни помогне во вистинскиот избор и да нè заштити од штетните последици што можат да се јават во оваа поплава од информации, додека другиот дел сака да нè искористи како средство за остварување на нивните цели, кои најчесто не одговараат на нашите сопствени цели и настојувања“ (Poter, 2011: 31).

Масовните медиуми имаат големо влијание во целата приказна затоа што тие денес во најголем процент се оние што ја програмираат автоматската шифра кај поголем број од нас.⁵ Кога ги користиме, да кажеме, медиумите, не посветуваме големо и свесно внимание и процена на тоа користење, а тоа е од витално значење затоа што масовните медиуми константно инсистираат

на одредени обрасци на однесување во поглед на нивното користење, сè до моментот кога тие обрасци не прејдат во автоматски навики.

Поради ова, неопходно е да се преиспитаат шифрите што се програмирани во нашата свест, а во тоа големо значење има медиумската писменост и образование, посебно во услови кога се работи за круцијални прашања од националната агенда!

БИБЛИОГРАФИЈА

- Vaacke, Dieter (2007). *Medienpädagogik*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Донев, Дејан (2011). *Етика во новинарството*. Скопје: УКИМ.
- Elliott, Deni (1988). "Foundations for news media responsibility", in *Responsible Journalism*, Deni Elliott (ed.). Second edition. Sage: Beverly Hills CA.
- Hoffmann, Bernard (2003). *Medienpädagogik – Eine Einführung in Theorie und Praxis*. Paderborn: Schöningh UTB Verlag.
- Huther, Jürgen & Bernd Schorb (2005). *Grundbegriffe Medienpädagogik*. München: Kopaed Verlag.
- Korni, Danijel (1997). *Etika informisanja*. Beograd: Clio.
- Luhmann, Niklas (1991). *The Theory of Communication*. Amsterdam: Loet Leydesdorff.
- Miliša, Zlatko & Nenad Vertovčec & Mirela Tolić (2009). *Mediji i mladi – Prevencija ovisnosti o medijskoj manipulaciji*. Zagreb: Sveučilišna knjižara.
- Poter, Džejms (2011). *Medijska pismenost*. Beograd: Clio.
- Valić-Nedeljković, Dubravka & Jelena Kleut (eds.) (2013). *Evropa, ovde i tamo: Analiza diskursa o evropeizaciji u medijima Zapadnog Balkana*. Novi Sad: Filozofski fakultet, Odsek za medijske studije.

ДО ВЕРОДОСТОЈНОСТ НА МЕДИУМИТЕ ПРЕКУ РАЗВИЕН ЕТОС НА ПУБЛИКАТА И НЕЈЗИНА МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ

Во денешни услови, во демократските општества имаме евидентно поместување на матрицата на дејствување на медиумите каде што веќе информирањето не е единствена и најважна задача, туку и нужната вклученост на јавноста во зајакнувањето на демократските процеси. Начинот на кој се прави тоа е сè подоминантното развивање на тезата за форумизација преку промовирањето на различноста на мислењето, јавната дебата и граѓанското учество во општеството, но и во однос на промовирањето на демократските вредности, залагањето за слободата на изразување и слободата на говорот.

Па така, наместо само да пренесуваат креирани пораки од некој, медиумите треба и да го привлечат вниманието на публиката, да пренесат, но и да наметнат ставови, што значи дека сега, во вакви услови, публиката е таа која има голема морална одговорност во однос на познавањето на функцијата на медиумите за да може полесно да ги анализира и да ги сфати медиумските пораки, но и за да ја разбере намерата на оној што ја испратил пораката.

Едновремено, успешноста во разбирањето на пораките го открива и степенот на медиумска писменост на дадената јавноста, затоа што етосот на публиката имплицира свест на публиката за квалитетот на содржините во медиумите, барање за квалитет во работењето на медиумите, како и подготвеност да се игра активна улога во однос на влијанието на медиумите. Во овој поглед, етиката на публиката е блиска со медиумската педагогија и медиумската писменост!

Каква е состојбата во Македонија во однос на степенот на развиен етос на публиката, но и практикување на соодветно развиена медиумската писменост која е особено важна во развивањето на комуникациска адекватна општествена заедница од која едновремено зависи и веродостојноста на медиумите!?

REACHING RELIABILITY OF MEDIA THROUGH A DEVELOPED ETHOS OF THE PUBLIC AND ITS MEDIA LITERACY

In today's conditions, in democratic societies we have an evident shift in the media's matrix of action where information is not the only and most important task, but also the necessary involvement of the public in strengthening the democratic processes. The way this is done is the dominant development of the thesis for forums by promoting the diversity of opinion, public debate and civic participation in society and also in terms of promoting democratic values, the commitment to freedom of expression and freedom of speech.

So, instead of just transmitting messages from someone, the media should also attract the attention of the audience, to convey, and to impose views, which means that in such conditions, the public is the one who has great moral responsibility in relation to the knowledge of the function of the media, so that it can be easier to analyze and understand the media messages, but also to understand the intention of the one who sent the message.

At the same time, the success in understanding the messages reveals the degree of media literacy of the given public, because the ethos of the audience implies the audience's awareness of the quality of the media content, the demand for quality in the work of the media, and the willingness to play an active role in terms of the impact of the media. In this regard, ethics of the audience is close to the media pedagogy and media literacy!

What is the situation in Macedonia regard to the level of developed ethos of the audience, and also regard to the practice of appropriately developed media literacy, which is especially important in the development of a communication adequate social community, which also depends on the reliability of the media!?