

Универзитет “Св. Кирил и Методиј”,
Филозофски Факултет, Скопје

**ВЛИЈАНИЕТО НА
СРЕДСТВАТА ЗА МАСОВНА
КОМУНИКАЦИЈА ВРЗ СОЦИОЛОШКИТЕ
СОЗНАНИЈА КАЈ УЧЕНИЦИТЕ ВО
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**

(ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА)

КАНДИДАТ

М-р Зоран Матевски

МЕНТОР

Проф. д-р Јован Корубин

Скопје, 1998 година

СОДРЖИНА

страна

ВОВЕД	1
--------------------	---

I ДЕЛ:

1. Средствата за масовна комуникација: поим, улога и значење	12
2. Средствата за масовна комуникација во современите плуралистички и демократски општества	34

II ДЕЛ:

1. Општествената свест, средствата за масовна комуникација и нивната сознајна улога	45
2. Облици на масмедиумското сознание и посебните функции на средствата за масовно комуницирање	56
3. Средствата за масовна комуникација и социолошкото сознание	66
4. Специфичностите на одделните масмедиуми (ТВ, радио, печат) во стекнувањето на социолошки сознанија	78

III ДЕЛ:

1. Учениците во средните училишта како рецепиенти во процесот на масовното комуницирање	107
2. Средствата за масовна комуникација како екстерен фактор на образованието и воспитанието	117
3. Средствата за масовна комуникација како фактор на методичко - дидактичките иновации	124

IV ДЕЛ:

1. Предмет и цели на истражувањето	135
2. Хипотези на истражувањето	140
3. Методи на истражувањето	142

V ДЕЛ:

1. Анализа на социолошките содржини во програмите на МТВ	147
2. Анализа на социолошките содржини во програмите на Македонското Радио	176
3. Анализа на социолошките содржини на дневниот и периодичен печат ("Нова Македонија" и "Блеф")	194

VI ДЕЛ:

1. Учениците во средното образование и степенот на нивната информираност за општествените настани добиена преку масмедиумите.....	223
2. Социолошките сознанија на учениците за основните социолошки категории стекнати преку масмедиумите.....	248
3. Разликите помеѓу социолошките сознанија на учениците стекнати преку наставата и масмедиумите.....	257
4. Степенот на користење на социолошките сознанија стекнати преку масмедиумите во наставата по социологија.....	263
5. Оценка на потребата од методско - дидактички иновации во наставата по социологија во користењето на воннаставните социолошки сознанија.....	273
ОПШТИ СОГЛЕДУВАЊА	285

ПРИЛОЗИ

ПРАШАЛНИК

ЛИТЕРАТУРА

ВОВЕД

Воведувањето на нови медиуми во образованието и воспоставувањето на нова образовна технологија се императив за нашиот воспитно - образовен систем, доколку претендира да стане дел од вкупниот образовен светски систем¹. Се разбира, претендирајќи да биде дел од вкупниот светски образовен систем тој треба да задржи и извесни свои карактеристики и посебности кои го прават автохтон.

Реските промени што се случија во општествата на Балканот, Источна и Средна Европа предизвикаа еуфорија од желби и надежи за подобро утре.

Општествената транзиција, која што започна со преод кон пазарна економија и демократски политички институции, требаше да продолжи со нужни промени и во сферата на образованието и културата, воопшто.

Образовното “утре” мораше многу брзо да стане образовно “денес”. Сепак, со жалење можеме да констатираме дека во возот наречен општествени промени, вагонот со назнака образование се наоѓа меѓу последните во композицијата.

Инволвирањето на масмедииите во образовниот систем е еден од клучните фактори во напорите да се иновира наставата во сите степени на образование.

Средствата за масовна комуникација, како екстерен и интерен фактор во образованието, се трн во окото за сите оние кои свесно и несвесно се поборници за догматски и шематизиран тип на

настава. Во тој контекст се појавува еден проблем кој не е нов. Тоа е проблемот на воведување на нови медиуми во образовниот систем.

Кога во IV век пред Христос се појавило пишувањето како нов медиум, во школите на античка Грција наишло на големи отпори. Носителите на тие отпори биле грчките поети кои го одржувале усниот систем на стекнување на нови знаења. Се поставува прашањето зошто во таа смисла грчките поети биле носители на бирократски и догматски пристап.

Освен тоа што усното излагање барало од поетите изведувачи исклучително голема психофизичка енергија, тоа исто така барало и своевидна бирократска контрола на чување на фактите и податоците, заради тоа што усвоеното знаење морало да се конзервира и точно да им се пренесува на секоја од следните генерации. Доколку некој го довел во прашање целокупното сознание и се обидел критички да го преиспитува, тогаш во прашање го доведувал тогашниот систем на образование.²

Заради сето ова, Платон во својата идеална држава ги протерува поетите, а поезијата ја исклучува од образовниот систем на античка Грција.

Тој сметал дека пишувањето како нов медиум треба да се користи пред сè за чување на информациите и податоците, за да можело истите критички да се преиспитуваат од тогашната и од следните генерации. Заради тоа, борејќи се против тогашниот шематизиран, догматизиран и бирократизиран систем на образование, Платон сакал во својата идеална држава да воведат еден нов медиум, а тоа е пишувањето.

Во таа смисла постои суштински значајна паралела помеѓу воведувањето на писмото во образовниот систем на античка Грција и воведувањето на средствата за масовна комуникација во образовните системи на деведесетите години од овој век. Масмедумската технологија постои повеќе од сто години и тоа силно влијае на целокупниот општествен развој. Иако некои компоненти од масмедумската и вкупната телекомуникациона технологија се широко прифатени, како што е на пример образовната телевизија, сепак можеме генерално да констатираме дека ниедно од средствата за масовна комуникација не стана клучен фактор во нашиот воспитно - образовен систем.

Образовната функција на масмедумите се остварува преку своевидниот процес на комуникација со информациите, фактите, податоците, вредностите, општествените норми и културни содржини, со кои се остварува пренесувањето на севкупните сознанија и целокупното културно наследство од една генерација на друга.

Во однос на улогата и значењето на средствата за масовна комуникација за образовниот глобален систем или неговите делови ќе ги наведеме следните позначајни елементи. Како прво, масовните медиуми се трудат што поверодостојно да ги претстават оригиналните случувања во општеството. Како второ, се трудат временската дистанца помеѓу настаните и вестите за нив да ја намалат што повеќе. Понатаму, карактеристично е што масовните медиуми се движат во просторот за да ги покријат настаните и да ги стигнат луѓето со својата порака. Со тоа сознанијата од севкупната научна проблематика на рецепиентите (ученици и студенти) им се приближуваат во просторот и времето.³

Масмедиумите повеќе пати во денот, месецот или годината ги повторуваат позначајните пораки и информации и со тоа сознанијата полесно се инкорпорираат во свеста на рецепиентите. Тие имаат огромна ширина и експанзивност во средината што ги чита, слуша или гледа. И на крајот, што не значи дека е најмалку значајно, средствата за масовна комуникација се изложени на повратно влијание на публиката (учениците и студентите). Од сето погоре кажано се гледа огромната улога и значење на средствата за масовна комуникација за образовниот систем. Од тука огромно е и нивното значење за формирање на научните сознанија кај учениците и студентите со помош на скандалот, проблематизирањето, актуелизирањето и пронаоѓањето - на провокативна основа за поставување прашања и остварување на дијалог во наставата.

Средствата за масовна комуникација успеваат многу посилно и пофлексибилно да влијаат на аудиториумот од било кој друг тип на персонална и интерперсонална комуникација (ученик - наставник; ученик - ученик). Тие имаат една од клучните позиции и улоги во општествениот систем. Заради тоа, во областа на образованието, наставниците и родителите не можат да го спречат се' поголемото влијание на масмедиумите врз младите луѓе (ученици, студенти). На полето на политиката, економијата, религијата, националните односи, семејството, социопатолошките и девијантни појави, масмедиумите се' повеќе почнуваат да објавуваат пораки, информации, анализи и коментари, без педагошка институционална цензура и контрола. Заради тоа и информациите кои доаѓаат од масмедиумите повеќе или помалку се разликуваат од оние чиј извор се наставниците. Таа разлика во

информациите најчесто како магнет ги привлекува учениците, што почесто и со поголемо интересирање да ги следат масмедиумите.

Преку масмедиумите се пренесуваат “наследени” сознанија од научен карактер. Од една страна се добиваат сознанија за акутелни настани, откритија и пронајдоци, а од друга страна посредно се пренесуваат одредени проверени фактички сознанија од научен карактер. Исто така, на учениците им се сервираат прилози и коментари од социолошка, политиколошка, психолошка и друга проблематика од научен вид. Овој тип на искази кои што се добиваат преку масмедиумите ги информираат и поучуваат учениците. Во тој случај може да се дојде до несогласување на она што се добива како порака во информациите на масовните медиуми и она што во вид на сознанија се добива од наставниците во формалното образование. Оваа појава во социологијата на масовните комуникации се нарекува когнитивна дисонанса.⁴ Когнитивната дисонанса е плодна почва за развивање на проблемска ситуација на часот. Таа кај учениците буди чувство за критичко преиспитување на сите осознаени “вистини” и ги тера самите да ја разрешат сознајната дисонанса во која свесно или несвесно запаѓаат.

Избегнувањето на сознајната несогласност е особено значајна за социјализацијата, развојот на личноста и енкултурацијата. Предноста на масмедиумите се состои во тоа што тие во извесна смисла не се толку наметливи и кај нив не постои присила, како од правните, така и од моралните санкции. Учениците најчесто ги антиципираат оние ставови кои не се поврзани со негативни санкции.

Во текот на својот развој луѓето перманентно го прошируваат и збогатуваат своето знаење. Масмедиумите емитуваат

информации и факти кои рецепиентите ги примаат и интерпретираат и на тој начин ги збогатуваат своите сознанија. Формирањето и збогатувањето на сознанија од страна на масмедиумите, во најголема мера се остварува кога тие се користат како екстерен фактор во образованието. Општествените сознанија кои се пренесуваат преку масмедиумите постепено можат да прераснат во ставови и вредности или да доведат до нивно менување. Меѓутоа, сепак овие два процеса се одвоени и често може да се случи во процесот на учењето со зголемувањето на фондот на општествените сознанија, воопшто да не се променат ставовите и вредностите кај учениците. Новите филозовски, правни, политички, морални, естетски и културни вредности ги влечат своите корени во промените на социјалната структура на едно општество. Меѓутоа, средствата за масовна комуникација претставуваат важен фактор за развој на сознанијата за општеството и формирање на нивните вредности.

Од сето тоа може да се изведе и еден “храбар” заклучок дека средствата за масовна комуникација се основна “терапија” која го “лечи” образованието од неговиот догматски, шематизиран, однапред прогармиран и недемократски пристап во наставата, која се огледа и во улогата на наставникот во изведување на наставниот процес и во начинот на кој се прават наставните планови и програми. Сето ова масмедиумите го постигнуваат преку остварувањето на своите функции. Тоа се информативната (собирање, селектирање и пренесување на информациите до публиката); ориентационата (толкување и анализа на настаните во просторот и времето); образовната (пренесување на целокупното културно наследство од генерација на генерација); забавно -

рекреативната (релаксација и опуштање); јакнење и менување на општествените норми; потврдување на статусот и јакнење на престижот (ако нешто не е објавено во јавните медиуми како и да не се случило); монополизацијата; усмерувањето; заштитната функција итн.⁵

За улогата на целокупната телекомуникациона технологија како интересен фактор во формалното образование (користење на масмедиумите во училиниците, таканареченото учење на далечина) многу е истражувано и пишувано. Во фокусот на нашето интересирање е улогата на масовните медиуми како екстерен фактор во образовниот систем. Се поставува основната дилема, дали и колку, сознанијата кои се добиваат од средствата за масовна комуникација надвор од училишните клупи, можат да се “вратат” внатре во училиницата и да се искористат за изведување на една креативна и недогматизирана настава.

Во тој контекст се поставува едно клучно прашање. Колку сознанијата добиени од масмедиумите за одредени социолошки категории (држава, право, морал, народ, нација, религија, политички партии, семејство) корелираат со сознанијата за истите тие социолошки категории, но кои овој пат учениците ги добиваат од наставникот и учебниците предвидени со наставниот план и програма. Доколку постојат разлики во тие два типа на сознанија, тогаш се поставува плодна почва за промовирање на скандалот како основна метода во изведување на наставата.

Преку скандалот секојдневното, обичното и наизглед едноставното во научната проблематика, стануваат предмет на проблематизирање и барање на важните и клучни прашања, кои се кријат под мирните води на секојдневието. Преку него се буди свеста и

мислените механизми на ученикот. Смеслата на скандалот како методички пристап е да го доведе ученикот и студентот во една “збунувачка” ситуација која ќе го натера да завземе сопствен став спрема проблемите што се предмет на наставата и да се соочи со фактите и информациите што му се пласираат. Без овој метод сликата за светот што ги опкружува младите луѓе ќе биде лажна и привидна. Без него наставникот ќе му сервира на ученикот само една низа на букви, зборови и реченици кои мора да се научат (меморираат) без разлика дали тоа се прави на македонски, англиски или латински јазик, што во основа нема суштинско значење. За разлика од тоа, преку скандалот, ткивото на стварноста што не опкружува треба да се разоткрие и да се постави како еден низ на прашања кои чекаат одговори.

На скандалот, како методички пристап, се надоврзуваат проблематизирањето, актуелизирањето и пронаоѓањето на провокативната основа во наставата. Преку проблематизирањето тврдењата, ставовите и фактите се поткопуваат со сомневање и на тој начин учениците ги “тераме” сами да го побараат својот сопствен став спрема било кое прашање од социолошката проблематика. Со актуелизирањето социолошките проблеми кои се предмет на наставата ги приближуваме во временската и просторна димензија и им даваме современ и актуелен карактер. Преку провокативната основа во наставата, учениците се провоцираат и на тој начин продираат во структурата на проблемот и создаваат сопствен однос спрема светот кој ги опкружува (сопствен поглед на светот).

Во оној момент кога скандалот станува императив во воспитно - образовниот систем, тогаш се создава проблемска ситуација

на часот. Учениците стануваат активни чинители на наставата, а наставниците имаат можност да ги покажат и докажат сите свои карактеристики, кои ќе ги вбројат како носители на наставата со креативни творечки атрибути.⁶ Во тој момент ќе може да се изведува настава со комбинирано користење на сите методи (монолог, дијалог, текст метода) и користење на сите форми на наставна работа (фронтална, индивидуална, групна). Во тие рамки ќе може да се спроведува толку фалената, а толку малку спроведувана, работа со надарени ученици. Во таков тип на настава наставникот ќе може да ја експонира својата стручност, интелигенција, ивентивност, општа култура, поглед на светот, креативност и радост во работата.

Иако користењето на масмедиумите како екстерен фактор во образованието се поставува како императив за уривање на догматскиот пристап во наставата и воведувањето на иновациите во воспитно - образовниот систем се нужност, постојат според нашето мислење два основни политички проблема кои го кочат овој прогрес во образовниот систем. Како прво, најголемиот број на донесители на одлуките, на зборови ги подржуваат технолошките иновации во образованието, меѓутоа сето тоа не го проследуваат со внимателно планирање, неопходно за остварување на поставените цели. Наставните планови и програми не колерираа со иновациите кои декларативно се сакаше да се воведат во образованието. Како второ, процесот на изведување на наставата не се промени на начин кој би го овозможил максималното користење на предностите на масовните медиуми како екстерен фактор во образованието. Главно се користи фронталната

форма на настава и монолотот како основен метод во изведување на наставниот процес.

Би завршил со една прекрасна мисла на современиот американски комуниколог Џон Кери кој вели дека образовната технологија може да помогне во учењето на памет. Телекомуникационата технологија може да помогне во стекнување на основни и критичко преиспитување на поставените сознанија кои водат кон откритија. Можностите на масовните медиуми и вкупната телекомуникациона технологија се пред нас. Наше е да ги искористиме.

ЗАБЕЛЕШКИ

1. Carey John, Platon za tastaturom, "Pregled", br.259,1992
2. исто, стр.34
3. Види: Todorović Aleksandar, Sociologija masovnih komunikacija, "Gradina", Beograd, 1974
4. Автор на теоријата на когнитивната дисонанса е Леон Фестингер, кој истата ја проучувал и применил на подрачјето на менувањето на ставовите.
5. Види: Džinić Firdus, Nauka o komuniciranju, "Savremena administracija", Beograd, 1978
6. Види: Адамческа Снежана. Активна настава, "Легис", Скопје, 1996

І ДЕЛ

1. СРЕДСТВАТА ЗА МАСОВНА КОМУНИКАЦИЈА: ПОИМ, УЛОГА И ЗНАЧЕЊЕ

Испитувањата на суштинските карактеристики на средствата за масовна комуникација се во доменот на неколку научни дисциплини. Во минатото и сега со овој исклучително значаен феномен се занимавале и се занимаваат социологијата, политикологијата, психологијата, филозофијата, а во последно време почна да се афирмира комуникологијата како посебна дисциплина. Сите овие науки, а особено социологијата, се обидуваат да го разјаснат основниот комуникациски проблем: интраперсоналното или личното и интерперсоналното или меѓусебното комуницирање.¹ Една од основните задачи на теоретичарите кои што се занимаваат со овој општествен феномен е да создадат таков теоретски модел кој што во себе ќе ги содржи и меѓусебното и масовното комуницирање, кои би се наоѓале во еден, така да кажеме, комплексен комуникациски систем, кој би бил функционален елемент на општествениот систем. Би се сложиле со авторите кои што сметаат дека не може круто да се одвои меѓусебното и масовното комуницирање и дека комуникацискиот систем е во суштина составен дел на целокупниот општествен систем.²

Пред да ги определиме суштинските карактеристики на масовното комуницирање ќе укажеме на основните елементи и облици на комуникацискиот процес. Во рамките на ова, како прво, мораме да констатираме дека комуницирањето е базичен социјален процес. Голем

број автори укажуваат (на посреден и непосреден начин) дека процесите на комуницирање се особено суштински за развојот на личноста, создавањето на општествените групи, нивното трајно постоење и за односите меѓу групите.³ Како второ, треба да истакнеме дека во најголем број случаи комуницирањето се одвива преку јазикот, сфатен како систем на усни или писмени симболи. Вака сфатен јазикот, на еден стандардизиран начин го користат припадниците на општествената заедница, со чија помош се пренесува значењето на пораките. Како трето, треба да укажеме дека основен елемент на комуникацискиот процес (или системот на комуницирање) се симболите. Тие се делат на вербални (изговорени зборови), графички (пишани зборови) и репрезентативни (знаци, знамиња). Нивната основна карактеристика мора да биде тие да не се “испомешаат” за да не се изблокира информацијата.⁴ Како четврто, ќе ги наведеме моделите на комуникацискиот процес. Две имиња дале посебен придонес на овој план. Тоа се Аристотел и во нововековната наука Ласвел (Laswel). Во Аристотеловиот модел на комуницирање се содржани следните елементи:

1. Испраќачот на веста (говорникот)
2. Веста или пораката (говорот кој што го држи говорникот)
3. Примачот на веста (слушателите кои го слушаат говорот)
4. Дејството врз примачот (создавање на правилно расположение заради донесување на некоја одредена праведна одлука).

Во основата на овој модел е реториката, преку која говорникот со помош на своите аргументи (кои се обидува да бидат што поубедливи) и својот добар карактер (се обидува што повеќе да го истакне), настојува да создаде таква атмосфера кај публиката која би помогнала да се донесе таква одлука за која што се залага говорникот.

Моделот на Ласвел е своевидно надоврзување, осовременување и усовршување на оној од Аристотел.⁵ Овој модел на комуницирање се состои од следниве составни делови:

1. Кој (испраќачот)
2. Што (веста или пораката)
3. Канали (средствата за масовна комуникација)
4. Кон кого (примачот на веста)

Дејството (начинот на приемот на веста или пораката)

Во основата на тој модел е следната (кај примачот) формулација: “Кој и што кажува, на кого кажува и со каков ефект”.⁶

Постојат повеќе симболи кои го означуваат овој однос меѓу испраќачот и примачот на пораката. Најчести се:

- стимул - одговор
- испраќач - примач
- кодер - декодер
- извор - одредиште
- изведувач - публика
- комуникатор - комуникант

Во овој модел на комуницирање најзначаен е елементот порака. Под “порака” во понатамошниот текст ќе подразбираме свесно изработен селектиран избор на симболи (усни или писмени), кој е

насочен кон инфорамациското комуницирање.⁷ Каналите на комуницирање се следниот мошне значаен елемент. Каналите се всушност средства преку кои се пренесуваат пораките. Тие, во основата, се одреден вид на материјално енергетска единица која ја нарекуваме медиум (посредник) и тој ја врши функцијата на поврзување на составните делови (единици) кои учествуваат во комуницирањето. За да се оцени ефикасноста на каналите на комуницирање, потребно е да се согледаат следниве нивни димензии: сигурноста на каналите; повратните влијанија на каналите; степенот на вклучување кој одредениот канал го бара или го овозможува; достапноста на каналите; ефемерноста на каналите; моќта на масовното делување на каналите и комплементарност на каналите на комуницирање.⁸ Инаку, постојат формални и неформални канали на комуницирање. Под неформални ги подразбираме оние мрежи на интерперсонална (лична) комуникација која најчесто се одвива во вид на интеракција меѓу личности кои имаат слични цели и интереси. За разлика од нив, формалните канали имаат карактер на официјална линија на комуницирање. На глобално општествено ниво овие канали се поистоветуваат со средствата за масовна комуникација (печат, радио, телевизија).

Следен елемент во комуникациските процеси се пречките во комуницирањето. Последица на овие пречки е губењето на содржината на пораката во текот на нејзиниот пренос од комуникаторот до комуникантот. Постојат два вида на пречки и тоа пречки на каналот на комуницирање (шумови, нестабилна слика, неадекватно отпечатен весник) и семантички пречки (погрешна интерпретација на пораката).

На крајот од овој преглед на елементите од комуникацискиот процес да ја споменеме и комуникационата мрежа. Таа преставува своевиден систем на проток на информации меѓу припадниците на одредена општествена група. Постои неформална и формална комуникациска мрежа.

Ќе се задржиме накратко и на облиците на комуницирањето. Пред малку, во претходниот текст, укажавме на основните карактеристики на интраперсоналното и интерперсоналното комуницирање. За потребите на ова истражување нас не' интересира интерперсоналното комуницирање, а ова другото сега за сега ќе го апстрахираме. Еден од облиците на интерперсоналното комуницирање (лице в лице) е организационата комуникација како посебен вид на комуникација. Луѓето кои се членови на една одредена организација (од било кој вид) имаат своја положба, статус и вршат одредени општествени улоги. Тие личности во рамките на општествената организација комуницираат меѓу себе. Тоа комуницирање е обично усно и пораките се пренесуваат од една до друга личност, па потоа на трета. Овој тип на комуницирање е најчесто стандардизирано во вид на општо прифатливи обрасци на интеракција.⁹

Во рамките на интерперсонално комуницирање постои еден посебен облик на комуникација кој во суштината се појавува како пречка и предизвикува застој во нормалното комуницирање. Тој посебен облик се роморите и гласините. Под ромор се подразбира порака (информација) пренесена и проширена од непознат извор. Кај гласините имаме информации кои во основата се неаргументирани и неверификувани и како такви се пренесуваат од лица на лица.

Сега ќе поминеме на она што за нас во овој момент е најзначајно, а тоа е масовното комуницирање. Пред тоа само да укажеме дека постои таканаречено медио комуницирање кое се наоѓа на оној многу мал простор меѓу комуницирањето лице в лице и масовното комуницирање. Основната карактеристика на медио комуницирањето е тоа што тоа се одвива преку одреден технички инструмент, но под прилично ограничени услови и со горе - долу познати учесници.

Голем број на теоретичари се обиделе да го дефинираат и, во исто време, да ги дадат основните карактеристики на масовното комуницирање. Пред да укажеме на тие основни елементи и карактеристики сметаме дека истите најдобро можат да се воочат доколку масовното комуницирање се спореди со интерперсоналното и медио комуницирањето. Тоа може да се види од следната шема:¹⁰

	Интерперсонално комуницирање	Медио комуницирање	Масовно комуницирање
Публика	Малубројна, хетерогена, идентификувана, блиска во просторот	Малубројна, се идентификува, хетерогена и хомогена	Многубројна, хетерогена, анонимна, просторно оддалечена
Порака	Содржината не е ограничена, се пренесува приватно, брзината е ограничена	Содржината е специјалистичка, има интелектуална поврзаност, пренесувањето е приватно, но брзо	Се пренесува јавно, брзо, содржината не е техничка и е подложна на ограничување
Извор	Независен е, нема трошоци и има предводник	Има одредени трошоци, најбитни се статусот и професионалноста	Делува преку комплексна организација и има трошоци
Канал	Неформален	Неформален и формален	Строго формален

Надоврзувајќи се на сето она што претходно го кажавме, ќе ги определиме основните карактеристики на масовното комуницирање. Како прво, масовното комуницирање е строго организирано и институционализирано во комплексни формални организации. Тоа се организации во кои се вложени финансиски средства во вид на капитал (некаде повеќе, некаде помалку) и во кои работат голем број на

новинари и останати технички лица од секаков вид. Сите тие се во одредена хиерархиска поделеност на улоги и работни задачи, се' во функција да се добие што поквалитетен финален производ (весник, радио или ТВ емисија). Иако секој новинар (уредник) има простор за самостојност и можност за креативност и творечка работа, тој во суштината е само дел ("штрафче") од целокупниот многу сложен институционализиран механизам наречен новинско - издавачко претпријатие или радио - телевизиска куќа. Заради тоа, секој од новинарите или останатите технички лица за својата работа, пред се', се одговорни на сите оние кои вложиле капитал - средства (или на оние кои имаат влијание врз уредувачката политика) и на публиката која е нивни краен конзумент. Заради тоа што овие куќи се, повеќе или помалку, организациски и технички опремени, а за тоа се потребни релативно големи финансиски средства, тие се во рацете на државата или на поголемите и финансиски помоќни политички партии, или на финансиски помоќните претпријатија (приватни или државни).

Втората основна карактеристика се состои во тоа што средствата за масовно комуницирање се наменети за голема (масовна) публика.¹¹ Таа е голема и во однос на некоја друга публика, како на пример, публиката на театарска претстава или предавање, или во однос на комуникаторите.

Една од основните карактеристики на масовните комуникации е во тоа што тие се јавни. Тоа, во суштина, значи дека пораките (информациите) им се барем декларативно достапни на сите во општествената заедница. Заради тоа информациите се под јавен надзор и подлежат на државна, политичка, економска и воена контрола. Јавноста

се огледа во тоа што комуницирањето се одвива во глобалното општество или во некои негови поголеми делови и се користи со општоважечки и стандардизирани симболи, гледишта, вредности и очекувања.

Пораката (информацијата) во масовното комуницирање мора да биде актуелна. Дури и ако се работи за некои настани од минатото, таа ги актуелизира и проблематизира. Актуелноста се овозможува и со тоа што пораката се шири во јавноста со голема брзина и стигнува истовремено на низа простори во глобалното општество. Заради истовремено ширење на информациите, средствата за масовна комуникација се во состојба и да убедуваат, индоктринираат, поедностават, па дури и да ја замаглат суштината на настанот.¹²

Публиката во масовното комуницирање е хетерогена во својот состав, што значи дека се состои од личности со најразличен статус, општествени улоги, занимања, стандард, моќ, културни вредности итн., што е резултат на тоа што информациите, во исто време, се емитуваат на различни простори и за различни општествени сегменти, со што се постигнува истовремен контакт на личности просторно и “социјално” оддалчени едни од други. Тоа особено важи за радиото и телевизијата. Бидејќи публиката е анонимна, односот меѓу комуникаторот и комуникантот е безличен. Иако има некои автори како Енис и Фридсон, кои сметаат дека публиката има карактеристики на општествена група, сепак преовладува мислењето кое ја изедначува публиката со еден вид на “маса”.

Откако ги наведовме основните елементи на масовното комуницирање воопшто, ќе ги посочиме и суштинските карактеристики

на средствата за масовна комуникација. Тие се релативно нова појава и постојат неполни два века.¹³ Нивниот постанок и развој е условен од развојот на производството и технологијата на неопходните технички средства (првата печатница на Јохан Гутенберг во 1455, фонографот во 1877, филмот во 1895) и од развојот и писменоста на комуникантите (публиката). Во исто време средствата за масовна комуникација имаат и повратно дејство и влијаат на зголемувањето на писменоста, образованието и културата особено кај широките народни маси, а во исто време и врз развојот на техничките средства (телекомуникациони системи, сателитски програми).

Во основа, под поимот средства за масовна комуникација (масовни медиуми) ги подразбираме оние технички средства кои го овозможуваат масовното комуницирање. Без масовно комуницирање нема средства за масовна комуникација и обратно. Масовните медиуми од аспект на технички средства ги опфаќаат:

1. Печатарски медиуми

- весници
- реви (списанија)
- книги (брошури)
- циркуларни писма (летоци, огласни табли)

2. Електронски медиуми:

- радио програми
- аудитивни снимки
- телевизиски програми
- филмови
- видео снимки

Овие горе наведени масмедии немаат еднаква проширеност и застапеност, значење и влијание на општествената заедница во целина. Заради тоа, можеме да говориме за масовни медиуми од прв, втор и трет степен, во зависност од нивното значење. Во рамките на ова, несомнено е дека најголемо значење и застапеност имаат дневните и ревијалните весници, радио и телевизиски емисии. На вториот степен се наоѓаат филмовите и книгите, а на третиот степен на раширеност се наоѓаат сите други горенаведени медиуми. Заради тоа, за потребите на ова истражување ние ќе се задржиме на првостепените масмедии (печат, радио, телевизија).

За некое техничко средство да стане средство за масовна комуникација тогаш треба, како прво, да овозможи комуницирање преку техничките системи на начин што ќе обезбеди непосреден контакт меѓу комуникаторот и публиката и како второ, да овозможи комуницирање на масовната публика со комуникаторот.

Во однос на улогата и значењето на средствата за масовна комуникација за општествениот глобален систем или неговите делови, ќе ги наведеме следните позначајни елементи. Како прво, масовните медиуми се трудат што поверодостојно да ги претстават оригиналните случувања во општеството. Како второ, настојуваат временската дистанца помеѓу случката и веста за неа да ја намалат што повеќе. Понатаму, карактеристично е што масовните медиуми се движат во просторот за да ја покријат случката и да ги “стигнат” луѓето со својата порака. Се трудат што повеќе пати во денот, месецот или годината, да ги повторат позначајните пораки (информации). Имаат огромна ширина и експанзивност врз средината што ги чита, слуша или гледа. И на крајот,

што не значи дека е најмалку значајно, туку напротив, средствата за масовна комуникација се изложени на повратно влијание на публиката (комуникантите).

Од сето тоа се гледа огромната улога и значење на средствата за масовна комуникација за глобалниот општествен систем и неговите составни делови. Оттука, огромно е и нивното значење за формирање на социолошките сознанија кај учениците кое ќе биде лајтмотив на ова истражување, во кое ќе ги имаме предвид и некои веќе познати теоретски пристапи.

Имено, во градењето на теоретските основи за истражувања на полето на комуницирањето свој придонес имаат социолозите, психолозите, политиколозите, антрополозите, историчарите и лингвистите. Карактеристично за сите нив е што своите теоретски модели ги изградиле преку исклучително богата истражувачка работа. Огромниот фонд на собран и обработен емпириски материјал е карактеристика особено на комуникологијата. Ова поле се смета за едно од најистражените, што ги овозможува евентуалните неосновани и нелогични манипулации во оваа област. Во рамките на ова ќе укажеме на неколку посечки теоретски модели кои се основа на објаснувањето на комуникациските процеси.

Како прво, ќе ја спомнеме теоријата на индивидуалните разлики која е една од најстарите во објаснување на комуницирањето. Оваа теорија се надоврзува на механицистичкиот пристап (стимулус - реагирање) и во нејзината основа е гледиштето дека публиката е составена од различни поединци со сопствени индивидуални карактеристики. Сообразно на тоа, секој поединец различно реагира на

одредена порака (информација) добиена од средствата за масовна комуникација. На пример, според интерпретацијата на Де Флер личностите, меѓу другото, меѓу себе се разликуваат по некои свои карактеристики и затоа различно реагираат на стимулот (масмедумите). Личностите се разликуваат по својата психолошка организација; различни се по своите биолошки фактори; имаат различен фонд на предзнаења од одредени области на општествениот живот; се развиват под различни околности; имаат различни гледишта за одредени проблеми; имаат различни ставови, вредности, верувања итн. Заради тоа, во рамките на аудиторниумот (публиката) различните личности (или во најмала рака типови на личност) на различен начин ги бираат и интерпретираат информациите добиени преку масмедумите. Значи, клучниот концепт на оваа теорија е условеноста. Средствата за масовна комуникација емитураат пораки кои содржат специфични атрибути на стимулирање, со кои воспоставуваат диференцирана интеракција, базирана на индивидуалните карактеристики на членовите на аудиторниумот.

Добар дел од истражувањата, особено од областа на социологијата на масовните комуникации, се концентрира околу теоријата на општествени категории. Таа се обидува аргументирано да не' убеди дека припадниците кои имаат исти или слични општествени карактеристики се предодредени да имаат заеднички ориентации и обрасци во користењето на средствата за масовна комуникација. Под слични општествени (социјални) карактеристики ги подразбираме образованието, професијата (занимањето), приходот, возраста, полот, местото на живеење, расата, националната, етничката, религиската и

политичката припадност или ориентација.¹⁴ Личностите со вакви слични карактеристики и ориентации се предодредени на сличен начин да учествуваат во процесот на масовното комуницирање (да се изложуваат на влијанието на масовните медиуми на ист начин, да преферираат ист вид на масовни медиуми и ефектите од влијанието на масовните медиуми е истоветно). Најдобра потврда за валидноста на оваа теорија е во тоа што се' почесто средствата за масовна комуникација (особено дневниот печат и списанијата) се ориентираат кон корисници со еднакви социјални карактеристики. Најдобар пример се списанијата наменети за младината, жената, припадниците на истоветна политичка, национална или религиска ориентација. Нешто слично се случува и кај радиото и телевизијата.

Лазарсфелд (Lazarsfeld), Берелсон (Berelson) и Гуд (Gaudet) ја промовираат во научните кругови теоријата за двостепенит тек на комуницирањето. Основна нивна идеја е дека пораките (информациите) добиени од средствата за масовна комуникација не доираат до сите припадници на аудиториумот (публиката) на непосреден начин (директно). На добар дел од консументите информациите доаѓаат на посреден начин. Таа улога на посредник во информирањето ја имаат предводниците на мнението ("влијателни личности"). Тоа свое влијание тие го остваруваат во примарните и секундарните групи (семејство, круг на пријатели, колеги во работна организација). Значи, информациите многу често течат од масмедииите до "влијателните" личности, па од нив кон помалку активните членови на најразличните формални и неформални групи. Оваа теорија се базира на фактот што човекот не е изолирано суштество и е повеќе или помалку активен учесник во

интерперсоналните односи што луѓето ги остваруваат во рамките на општествените групи.

На оваа теорија се надоврзува теоријата на влијателни предводници.¹⁵ Влијателните предводници ги канализираат безличните информации и нивните содржини добиеши од масмедумите во интерперсоналните мрежи на односи во општеството. Во исто време овие личности во пораките кои ги пренесуваат, ги вклучуваат и сопствените ставови, мислења и оценки. Оваа функција тие успеваат да ја остварат заради тоа што како припадници на една група уживаат углед и доверба од останатите членови на групата; ја прилагодуваат информацијата кон секој член од групата во зависност од неговите социјални карактеристики; психолошки ги наградуваат сите оние припадници од групата кои се согласуваат со нивните ставови и оценки за содржината на информацијата која се пренесува преку овие канали. Претставниците на овој корпус на влијателни предводници најчесто имаат повисок статус, образование, поголеми приходи и се општествено и политички поактивни од останатите. И што е од особено значење се во многу чест и развиен контакт со средствата за масовна комуникација. На крајот, уште само да укажеме дека постојат два типа на вакви влијателни предводници и тоа: локални и глобални. Локалниот тип обично пренесува информации од регионално ниво; ги познава скоро сите припадници на локалната заедница, затоа што тука долго живее и работи; користи локални средства за масовна комуникација и пласира директни “голи” информации. За разлика од него глобалниот тип е пошироко ориентиран кон националната и меѓународната заедница; се поврзува со луѓе кои имаат слични ориентации како неговите; често го

менува местото на своето живеење и работа; најчесто користејќи интерпретативни информации, коментари и анализи.

Друга теорија е онаа која што во својата основа го има процесот на усвојување на идеите¹⁶. Таа поаѓа од фактот дека иновацијата (идејата) постепено се прифаќа и усвојува од публиката (аудиториумот). Тоа би изгледало вака:

Усвојување на одредена идеја или иновација: .

Иноватори	(први ја усвојуваат, прифаќаат и воведуваат новата идеја)
Влијателни личности	(предводници на мнението кои што на новата идеја и' даваат легитимитет и ја чинат поприфатлива за останатите членови на општествената заедница)
Повеќемнина од луѓето во раниот временски период	(добиваат непосреден податок од предводниците на мнението)
Повеќемнина од луѓето во касниот временски период	(добиваат податок и од влијателните и од "раните")
Заостанати	(ориентирани се кон претходните три групи и со тоа имаат три извори на ориентација)
Тврдокорни	(многу тешко и со голем отпор ја прифаќаат новата идеја)

Од сето ова произлегува дека од моментот на промовирањето на новата идеја (иновација) до нејзиното потполно усвојување може да помине подолг временски период.¹⁶

Теоријата на задоволување на потребите се базира на функционалистичкиот пристап во социологијата. Суштината на оваа теорија се состои во тврдењето дека луѓето и средствата за масовна комуникација се пооблаат во своевидна интеракција заради фактот што информациите добиени од масмедииите на луѓето им требаат заради задоволување на некоја пивна потреба. Застапници на оваа теорија се Кац (Katz), Дејвисон (Dejvison) и МекКвејл (McQuail) . Според нив комуницирањето ги задоволува, дури и ги развива човековите потреби. Добивајќи пораки преку средствата за масовна комуникација луѓето стекнуваат информации и сознанија за низа настани и проблеми што се случиле во минатото и сега (во нивната непосредна околина и пошироко во меѓународната заедница); на посреден или непосреден начин се ослободуваат и ги избегнуваат осаменоста, нервозата, напнатоста, се идентифицираат со одредени јунаци; им се враќа самовербата и сигурноста; преку многубројните теми за разговор се поттикнува општествената интеракција; се одржува топлината и блискоста во семејството итн. За задоволување на сите овие повеќе или помалку сложени општествени потреби луѓето ги користат масмедииите . Значи, со ова се укажува на фактот дека не само што медиумите влијаат на луѓето, туку и дека луѓето ги користат медиумите за некои свои цели. Со ова може да се објасни и високиот степен на користење на масмедииите.

На крајот на овој дел ќе дадеме краток преглед на основачите и најзначајните претставници на науката за комуницирањето (комуникологијата). Оваа наука својот подем го започнува во 30-тите години на дваесетиот век. Во тој период особено во САД, започнуваат низа емпириски истражувања на ова поле. Како оснивачи на

истражувањата на комуникациските процеси се сметаат Пол Лазарсвелд (Paul Lazaresfeld), Курт Левин (Lewin), Харолд Ласвел (Lasswell) и Карл Хоуленд (Houlend). Лазарсвелд во своите истражувања најголемо внимание посветил на испитувањето на дејството на радиото врз публиката; пораките што новите средства за масовна комуникација ги испраќаат кон слушателите; самите слушатели; радио програмите ; анализа на тоа што се слуша и како се слуша; влијанието на радиото врз политичките борби (избори) итн.¹⁷

Курт Левин ги истражувал комуникациите во општествените групи. За разлика од Лазарсфелд кој го истражувал влијанието на масмедииите врз личноста, Левин сето тоа го испитува во рамките на функционирањето на општествените групи.¹⁸

Херолд Ласвел, како професор на политички науки, го испитувал пред се' влијанието на политичките комуникатори, пропагандата и комуникациските процеси во рамките на една држава и во општеството пошироко.

Карл Хоуленд свој најзначаен придонес во комуниколошките науки дал со теоријата за промените на убедувањето кај публиката (аудиториумот) низ процесите на масовна комуникација.

Што се однесува до методологијата најчесто применувани техники на полето на истражувањето на масовните комуникации се: анкетата, интервјуто, скалите и тестовите на ставови, анализата на содржина, контролираниот експеримент и контролираното набљудување. Преку овие техники е собран огромен емпириски материјал кој послужил во создавањето на теоретски модели на полето на масовното комуницирање за кои говоревме во претходниот текст.

Горе споменатите модели ќе ни послужат за создавање на теоретска рамка за потребите на ова истражување кое ќе се обиде да даде свој придонес во изучувањето на влијанието на средствата за масовна комуникација врз една посебна група на аудиториум во општеството, а тоа се учениците во средното образование за чии основни карактеристики ќе говориме во поатамошниот дел од текстот.

Но, пред да поминеме на втората глава, сметаме дека е неопходно, особено за потребите на ова истражување, да ги одредиме основните карактеристики на Шрамовниот модел на убедувачката комуникација. Врз основа на собран голем емпириски материјал Вилбер Шрам ги испитува условите под кои се остварува поефикасното делување на масмедииумите врз публиката. Според него ефектите на средствата за масовното комуницирање се во пропорционален однос со стекнувањето на вниманието кај публиката, буџето на потребите за информации кај реципиентите, заедничкото испитувано подрачје и групната ситуација во која се наоѓаат реципиентите. Значи според Шрам процесот на комуникација тече од известувачот кон реципиентот и има строго контролирана намена. Тоа е еден вид ефикасно убедување со цел публиката да ги промени своите мислења, ставови, гледишта, па дури и вредности. Односот на реципиентот спрема комуникациската организација или институционализираните личности, кои ги даваат информациите, се огледа преку така наречениот инферентен фидбек (посредна повратна врска). Заклучоците за тоа дали публиката се слага со комуникантите, Шрам го извлекува посредно. Доколку тиражот, слушаноста или гледаноста се зголемува, тогаш убедувачките ефекти на масовното комуницирање се зголемени.

На крајот од овој дел да го истакнеме фактот дека сите теоретски модели на комуникациските процеси се дел од општествената стварност, во која се појавиле и подоцна опстојувале. Комуникациските процеси, воопшто, како и теоретските модели за нив, посебно, “ја делат судбината на законите на движењето на човековата заедница”. Заради тоа, комуникациските модели не се “издвоени и независни од постоечката општествена стварност, туку се најнепосредно поврзани со таа стварност и се само еден облик на нејзина реализација, а не нешто што е во ил или над неа”.²⁰ Во таа смисла комуникациските процеси можат да се разгледуваат од социолошки аспект. Секоја од социолошките категории, што ќе бидат предмет на ова истражување, може да се набљудуваат “од комуникациски агол, со тоа што на самата комуникација, при тоа, не треба да и’ се придава првостепеност значење, т.е. дека е тоа детерминанта на тие феномени”.²¹

ЗАБЕЛЕШКИ

1. Под поимот интранерсонално комуницирање подразбираме таков комуникационен процес, кој се одвива во поединецот. Тоа е, најкратко кажано, говорене на самиот себе. Од друга, страна интранерсоналното комуницирање е директно комуницирање помеѓу две или повеќе личности во услови на физичка близина и присуство на повратен ефект.
2. Врег Франце, Општествено комуницирање, Скопје, 1976.
3. Најголем придонес во науката за расветлување на овие елементи даде Гербнер, Берелсон, Штајнер и Смит.
4. Види: Hoebel A., Anthropology - The study of man, New York, 1966.
5. Lasswel H., The structure and function of communication in society, New York, 1948. преземено од: Aleksandar Todorović Sociologija masovnih komunikacija, "Gradina", Beograd, 1974.
6. Todorović Aleksandar, Sociologija masovnih komunikacija, "Gradina", 1974, str.25.
7. Види: Đinić Firdus, Nauka o komuniciranju, Beograd, 1978.
8. Види: Rao T., Comunication chanelis in the inovation, Реферат на конференцији меѓународног удружења за комуницирање, Атланта, 1972.
9. За овој проблем зборува D. Barnlund во делото Interpersonal communication, преземено од Todorović, Sociologija masovnih komunikacija, Gradina, Beograd, 1974.
10. Види: Džinić Firdus, Nauka o komuniciranju, "Savremena administracija", Beograd, 1978.
11. Види: Mek Kvejl Denis, Uvod u sociologiju masovnih komunikacija, "Glas", Beograd, 1976.
12. Види: Врег Франце, Општествено комуницирање, Скопје, 1976.
13. Првиот весник со поголем тираж (50000 примероци) е отпечатен во 1816 година, во Лондон, како весник на чартистичкото движење. Првата радио емисија е снимена во 1916 година, а телевизијата го почнува својот просперитет во педесетите години на овој век.
14. Види: De Fleur M., Sociology: Manin society, Glenyiew, 1971

15. Оваа теорија ја развива Фирдус Џиниќ. Таа настанала како резултат на обемни емпириски истражувања од кои најзначајни се “Создавачите на мислењето во Југославија” и “Вредностите на локалните раководители”, кое го работи заедно со Вратуша.
16. Ѓиниќ Фирдус, Nauka o komuniciranju, Beograd, 1978, str.151.
17. Од неговата школа најзначајни ученици и претставници се: Едих Кац (Eliih Katz) и Јозеф Клапер (Joseph Klarer).
18. Неговиот најзначаен ученик Леон Фестингер ја развил теоријата за когнитивната дисонанца, на која ќе се задржиме посебно.
19. Врег Франце, Општествено комуницирање, Скопје, 1976 год., стр.82-83.
20. Корубин Јован, Масмедиаумите и правото, “ЗСМ”, Скопје, 1994 година, стр.14
21. Корубин Јован, Масмедиаумите и правото, “ЗСМ”, Скопје, 1994 година, стр.15.

2. СРЕДСТВАТА ЗА МАСОВНА КОМУНИКАЦИЈА ВО СОВРЕМЕНИТЕ ПЛУРАЛИСТИЧКИ И ДЕМОКРАТСКИ ОПШТЕСТВА

Средствата за масовна комуникација и високо развиените плуралистички општества одат “рака под рака”.¹ За да го аргументираме ова ќе укажеме на неколку неоспорни факти. Доколку се направи паралела помеѓу земјите кои се на различен степен на економски и социјален развој и можноста за користење на масмедииите, тогаш неоспорно ќе се утврди дека во високо развиените земји далеку повеќе се користат информациите од средствата за масовна комуникација. Тоа на најубедлив начин го докажал Шрам кој дошол до податок дека во Западна Европа, САД, Јапонија и Австралија се користат 600 одсто повеќе весници, 970 одсто повеќе радиоапарати и 18 пати повеќе ТВ апарати отколку во Јужна Америка, Азија и Африка.¹

Како второ степенот на распространетоста на масовните медиуми е во тесна врска со степенот на писменост на населението, нивото на неговото образование, урбанизацијата, индустријализацијата, приходот по член на население итн.

Како трето, доколку се работи за помалку развиени општества тогаш степенот на влијанието на масовните медиуми врз населението е поголем.

Тоа на најдобар начин го докажал Дојчман (Deutschmann) на примерот на една група необразовано население на Андите. Откако биле изложени на висок степен на влијание на масовните медиуми, тие многу брзо ги прифатиле новините во обработката на земјата, во социјализацијата на децата и односот маж - жена во семејствата и

новините во нивната политичка организираност. Овие три карактеристики се најдобар доказ дека средствата за масовна комуникација се карактеристика на модерните, демократски општества. Перманентниот развој на масмедииите оди во исто време и со развојот на иновациите во областа на техниката, порастот на стандардот на населението и квалитетот на животот, како и со брзите промени во рамките на социјалниот и општествениот развој. Може да се каже дека средствата за масовна комуникација се во исто време и последица на одредени општествени промени, како и причина за појава и развој на други општествени појави и промени.

На ова ќе го дадеме и фактот кој укажува на тоа дека за развојот и распространетоста на масмедииите се потребни одредени предуслови кои се карактеристика на модерните општества. Тоа се, пред сè, економските фактори кои треба да обезбедат внесување на капитал во сложените организации кои ќе се занимаваат со комуникациска дејност; изградба и формирање на високо развиена мрежа на канали преку кои ќе се пренесуваат информациите; обезбедување на производство и дистрибуција на средствата за масовна комуникација; обезбедување таков тип аудиторнум во општествената заедница кој ќе биде способен да ги следи масмедииите на висок степен на зачестеност.

Освен економските фактори мошне значајни се и општествено културните фактори. Од нив најзначајни се степенот на образование и писменоста на населението во општествената заедница; степенот на распространетоста на заеднички симболи, јазик и култура; склоност на населението да ги користи што повеќе информациите од масмедииите итн.

Понатаму ќе укажеме на неколку најзначајни последици од дејството на масмедииите врз плуралистичките и демократските општества. Како прво, масовните медиуми влијаат на појава на нови општествени активности, како што се рекламата, испитувањето на публиката и пазарот, на кој се “тронат” масмедииите: јавните односи и јавното мислење, кое е од особено значење. Јавното мислење се појавува во оној момент кога масмедииите им обезбедуваат на вестите и информациите иста заедничка основа. Откако ќе го формираат јавното мислење во понатамошната фаза масмедииите него го испитуваат и ги објавуваат добиените резултати. Исто така, масовните медиуми се обидуваат да се осамостојат и на некој начин што повеќе да се одвојат од влијанието на државата и владејачката политичка структура. Тоа го прават со формирање на сопствена институционализирана мрежа на норми и структура на власт.

Следната последица од дејствувањето на масмедииите е особено значајна за нашето истражување. Иако во основа, како што тоа го истакнавме во првата глава од текстот, средствата за масовна комуникација се под директно влијание и контрола (па дури и цензура) од државата и актуелната политичка власт, сепак во плуралистичките и демократски општества оваа интенција се менува. Во таквите општества масмедииите се издвојуваат од структурата на власта во областа на политиката, образованието, економијата, религијата, семејните односи итн. Избегнувајќи ги државните канони на комуницирање масмедииите “директно” и’ се обраќаат на публиката. На полето на политиката, економијата и религијата масмедииите се’ повеќе почнуваат да објавуваат пораки, информации, анализи и коментари без

институционална контрола и цензура. Во областа на образованието и воспитанието наставниците и родителите не можат да го спречат се' поголемото влијание на масмедииумите врз младите луѓе (ученици, студенти). Информациите кои доаѓаат од масмедииумите, повеќе или помалку, се разликуваат од оние чиј извор се наставниците. Таа разлика во информациите најчесто како магнет ги привлекува учениците, што почесто и со поголемо интересирање да ги следат масмедииумите.

Средствата за масовна комуникација успеваат многу посилено и пофлексибилно да влијаат на аудиториумот од било кој друг тип на комуникација. Масмедииумите ја имаат една од клучните позиции и улоги во општествениот систем. Заради тоа, државата и позицијата која е на власт во плуралистичките општества преку најразлични формални и неформални механизми се обидува да ги стави под контрола, ако не друго барем водечките личности и организаторите на работа во масмедииумските куќи. На тој начин како крајна цел сакаат да ја спроведат идејата за претворање на масмедииумите во средства за контрола во општеството, кои би ги преферирале важечките владеачки општествени и законски норми на однесување. Од друга страна, пак, масмедииумите остварувајќи ги целите за спроведување на јавна услуга, задоволување на аудиториумот и заработувачка, со сите сили се обидуваат да наметнат сопствени модели на однесување, кои не трпат цензура и наредби "одозгора". Во оваа вечна борба, меѓу масмедииумите и позицијата во плуралистичките и демократски општества, победени и победници нема. Во определено општество и во определено време преовладува првиот или вториот модел на информирање ("контролираниот" и "неконтролираниот").

Од сето ова што го кажавме јасно се гледа дека средствата за масовна комуникација влијаат на концептот, слободата и контролата на структурата на власта во општеството; врз општествените промени и врз континуитетот на развојот во општеството.²

На крајот од овој дел на текстот да го погледнеме односот меѓу масовното општество, масовната култура и масовните медиуми. Кога зборуваме за модерно општество, тогаш во овој поим треба да вклучиме три концепти кои самиот овој поим ги инкорпорира во себе, а тоа се масовното општество, масовната култура и масовното однесување. Заедничкиот именител кај сите тие три концепции е поимот “маса”. Овој поим е многу често употребуван во социолошката литература, но некоја попрецизна дефиниција за тоа што тој претставува сеуште немаме. Секој од модерните социолози, овој термин го употребува во контекст на општествените појави и структури што тој ги проучува. Така што и ние овој поим ќе го употребуваме во контекст на меѓусебната причинско - последична меѓузависност меѓу масовното општество, масовната култура и масовните медиуми.³

За тоа што во понатамошниот текст ќе подразбираме под поимот масовно општество, се чини, најдобро ќе биде ако ги прифатиме постулатите на Даниел Бел и Фердинанд Тенис. Според Бел за масовното општество можеме да зборуваме тогаш кога луѓето се отуѓени едни од други; врските и односите во примарните општествени групи се лабави и се намалува авторитетот кај некои членови; онаѓа авторитетот на елитата (најобразовани, интелегенција, морални и религиозни лидери); пропаѓаат традиционалните норми на однесување, итн.⁴ Тоа е општество во кое доминира борбата за кариера, статус, моќ, позиција, материјално

богатство и во рамките на тоа се создаваат нови лидери кои управуваат со “масата”.

Фердинанд Тенис (Ferdinand Tönnies) разликува два типа на општествена организација - “заедница” и “општество” . Во првиот тип, луѓето во рамките на една локална заедница се поврзани меѓу себе преку традицијата, усвоените морални норми и обичаи. Нивните односи се блиски, си помагаат едни на други и влегуваат во безброј меѓузависни интерперсонални односи. За разлика од тоа, во вториот тип на општествена заедница (во “општество”), луѓето се главно иселени од локалните заедници во кои се родиле. Живеат во општествена заедница, каде царува отуѓеноста, осаменоста, борбата за престиж и кариера. Таму владеат пазарни и договорни односи. Овој општествен систем во основа е анонимен и неперсонален.

Тука доаѓаме до основните карактеристики на масовното општество. Тоа се состои од лабаво организирани личности, кои не се меѓу себе многу поврзани и приврзани. Влегуваат во односи во чија основа влегува интересот. Во такви едни односи се појавуваат нови лидери кои манипулираат со “масата”. Тоа се центрите на економска и политичка моќ, кои делуваат “одозгора”, а кои им оневозможуваат на останатите членови на општеството да влезат во системот на владеење и одлучување. Во “масата” повеќето од луѓето примаат информации и мислење, отколку што ги даваат; поединците имаат релативно мали шанси да дадат одговор на информациите; каналите за дејство и акција на победниците се контролирани од центрите на моќ, кои се трудат да го оневозможат создавањето на јавното мислење преку дискусија.

Под масовна култура подразбираме културни производи наменети за пазарот од масовни размери.⁵ Неа ја карактеризираат масовното производство на културни добра, наменети исклучиво за пазарот; широката популарност што ја имаат кај публиката и разликата во квалитетот што ја имаат нејзините производи според високите стандарди за културните добра на високо образованата елита. Со порастот на општествената поделба на трудот, урбанизацијата, индустријализацијата, во модерните општества во втор план се потиснува дотогаш доминантната аристократска култура.

Масовната култура ја истиснува од сцената традиционалната “висока култура” и културата на руралното население. Понатаму, го хомогенизира вкусот на публиката и го поттикнува конформизмот, нивелацијата, медиокритетот и т.н.

Врз основа на сето она што досега го кажавме, ќе наведеме неколку најзначајни карактеристики на масовната култура.

1. Масовната култура се појавува како антипод на традиционалната народна фолклорна култура, чие тло е традиционалната рурална средина (основна економска активност е земјоделието).
2. Масовната култура се спротивставува на елитната култура, која има високо естетско, уметничко и интелектуално ниво. Елитната култура ја преферира високообразовниот слој на луѓе во општествената заедница.
3. Преку масовната култура се овозможува демократизација на културниот живот. Таа продира кон

сите слоеви и групи во општествената заедница преку описменувањето и ширењето на образованието.

4. Масовната култура ги хомогенизира, унифицира и стандардизира културните вредности на едно по“ниско” естетско и интелектуално ниво.
5. Масовната култура во основа е медиска култура. Таа се пренесува преку средствата за масовна комуникација.
6. Масовната култура е во директна зависност од високоразвиената технологија, медијските организации и широко распространетиот пазар, на кој се продаваат културните добра.⁶
7. Масовната култура пренесува еден дел од елитната култура на популарен начин. Тој дел и го прави достапен на широката публика. Масмедиумите ги пренесуваат врвните културни остварувања.
8. Масовната култура е еден вид на преод од традиционалната (рурална и аристократска) култура кон високата (врвна) култура. Во тој преод се појавуваат и шундот и кичот.
9. Има одредени мислења дека масовната култура е антикултура.
10. Масовната култура ги фаворизира комерцијализмот, космополитизмот, материјалниот стандард на живот, задоволството, среќата, љубовта.⁷

Таа инсистира на се’ поголема и почеста комуникација со публиката. Кога масовната култура ќе се стави во директна врска со

средствата за масовна комуникација, тогаш во општеството се појавуваат три карактеристични појави:

1. Ескапизам⁸
2. Манипулација
3. Мода

Под поимот ескапизам подразбираме таква општествена појава кога членовите на широката публика комуницирајќи со масмедиумите, на некој начин бегаат од стварноста и проблемите што ги мачат во нивниот секојдневен живот.

Манипулација имаме кога масмедиумите се обидуваат да ги наведат членовите на публиката да ги прифатат ставовите, желбите и интересите на носителот на информациите.

Модата е стил на однесување кој се однесува, пред се', на формалната страна на општественото дејствување.

Од сето ова што досега го кажавме произлегува дека масмедиумите се една од носечките карактеристики на современото демократско општество. Општествената транзиција е проследена со комуникациска транзиција. Комуникациската експлозија "не е издвоена и независна од постојаната општествена стварност, туку е најнепосредно поврзана со таа стварност, која секогаш ни' се појавува како одреден степен на развојот на општеството во кое живееме".⁹ Средствата за масовна комуникација се обидуваат да пласираат деидеологизирана и деполитизирана трансформација. Паралелно со создавањето на демократската и плуралистичка свест ќе се создадат предуслови за "со на факти засновано известување за светот во кој живееме", бидејќи

настаните мора да се погледнат онака како што се случуваат, а не онака како што ние сакаме”.¹⁰

На сето ова се надоврзува и потребата од интернационално комуницирање, кое се надоврзува на тенденциите за европска интеграција. Сето ова овозможува да се премостат разликите и создадените “оклопи и да се почитуваат другите” преку “пронајдената рамка за демократизација на комуникациските процеси меѓу различните општествени групи, култури, народи, етнички групации што влегуваат во арената на политичките и економските процеси во светот”.¹¹

Во таа смисла современите комуникациски процеси ги зафаќаат и “таканаречените, земји во транзиција, каде процесите на отварање на општеството и првичните чекори кон граѓанската демократија се појавија токму во сферата на информирањето што многумина ги наведува на помислата дека транзицијата пред се започна и со гласноста”.¹²

ЗАБЕЛЕШКИ

1. Мек Квејл Денис, Увод у социологију масовних комуникација, "Глас", Београд, 1976, стр.13.
2. Исто, стр.23.
3. Види: Мек Квејл Денис, Увод у социологију масовних комуникација, "Глас", Београд, 1976,
4. Bell D., The end of ideology, New York, 1961.
5. Мек Квејл Денис, Увод у социологију масовних комуникација, "Глас", Београд, 1976, стр.33.
6. Ова гледиште во научните кругови го промовира З. Бауман.
7. Овој проблем особено го истражува Едгар Морен.
8. Потекнува од францускиот збор *escapper* што значи да се избега (побегне).
9. Корубин Јован, Гутенбергова транзиција, Зборник, Затворено општество, Скопје, 1994, стр.26.
10. Исто, стр.31.
11. Шопар Весна, Парадигмата на интеркултурно комуницирање, Зборник, Затворено општество, Скопје, 1994, стр.13.
12. Корубин Јован, Масмедиумите и правото, Скопје, 1994, стр.11.

II ДЕЛ

1. ОПШТЕСТВЕНАТА СВЕСТ, СРЕДСТВАТА ЗА МАСОВНА КОМУНИКАЦИЈА И НИВНАТА СОЗНАЈНА УЛОГА

Масовното комуницирање е тесно и непосредно поврзано со општествената свест. Не само што тоа влијае врз нејзиното формирање, туку и степенот на развиеноста на таа свест го бара постојаното развивање на улогата и функцијата на масовните медиуми. Во понатамошниот текст под поимот општествена свест ќе ја подразбираме свесноста на индивидуите за општеството во целина, општествените појави и општествените односи. Таа е колективно и меѓуиндивидуално својство на човековиот ум, која им овозможува на индивидуите да сфатат дека искуството е заедничко за сите луѓе. Во таа смисла индивидуите ја “користат” општествената свест во текот на својот живот и таа ги предодредува во дејствувањето како свесни, разумни и општествени битија.¹

Општествената свест е еден од клучните фактори кој го овозможува функционирањето на најразличните општествени групи. Таа во суштина е свесност на луѓето за нивната припадност кон одредена група; за целите и функциите на дадената општествена група; свесност за нивната меѓусебна зависност и предодреденост во рамките на групата. Таа претставува психолошко поврзување на луѓето во одредени општествени групи.

Ако проблемот го поставиме во временска димензија, тогаш ќе дојдеме до заклучок дека општествена свест постои над индивидуалната психолошка свест. Таа е веќе создадена и се создава од

предходните и сегашните генерации и влијае врз свеста на идниот општествен развој. Таа и' се пренесува на дадената личност преку примарната и секундарната социјализација. Дури потоа кај личноста се формира индивидуалната свест.

Во тие рамки ќе дадеме неколку суштински разлики помеѓу општествената (колективна) свест и индивидуалната свест. Како прво, општествената свест е еден вид на релативен и променлив збир на "индивидуалните свести". Колективната свест се пројавува преку идеите, претставите, обичаите, институциите и како таква појава "sui generis" се издигнува над индивидуалната свест на поединците.

Колективната свест е хомогена и монолитна за разлика од индивидуалната, која е хетерогена, противречна и некомпактна. Затоа, преку индивидуалните свести кои се неограничени по своите можности се создава, развива и усовршува колективната општествена свест, добивајќи се' понови форми и содржини.

Општествената свест може да се разгледува од два аспекта. Едниот е доколку таа се набљудува во целина, а другиот е доколку ја посматраме во делови. Ако е во целина, тогаш таа е заедничка и идентична на самата себе, а ако е во делови (поединечна свест), тогаш во неа се содржани повеќе видови на колективна свест.²

Колективната свест во времето трае многу подолго од поединечната (индивидуална) свест и скоро секогаш ја надживува. Одредени содржини на колективната свест можат да останат непроменети и со векови.

Колективната општествена свест и' се наметнува на индивидуалната како нешто што е само по себе дадено. Од друга страна,

поединечната индивидуална свест на многубројните личности допринесува во создавањето на колективните претстави.

Општествената свест се појавува, се развива и ги менува своите содржини паралелно со историскиот развој на општеството. Индивидуалната свест постои и твори се' додека живее и твори личноста која ја носи во себе.

Во оној момент кога индивидуалните свести ќе влезат во процес на комуникација преку одредени симболи, тогаш почнува да се создава општествената свест. Јазикот е првата форма на комуникација меѓу луѓето.

Единките во општеството се предодредени да комуницараат меѓу себе заради задоволување на своите основни егзистенционални потреби. На тој начин тие создаваат одредени заеднички претстави, идеи, ставови, мислења за општеството што ги опкружува.

Да го кажеме и тоа дека колективната општествена свест по својата содржина е неспоредливо посилна од индивидуалната свест и во крајна линија ги обврзува индивидуите да ги почитуваат нејзините "барања".

Значи, општествената свест се јавува како главен чинител во создавањето на општествените групи и целокупната социјална реалност. Од друга страна, пак, таа е условена од делувањето на природната средина, биолошките и социјалните фактори.

Социјалните фактори се секако најзначајни, а од нив ќе ги издвоиме општествените групи, морфолошките фактори и социјалната активност на поединците.

Колективната општествена свест се создава на тој начин што врз свеста на индивидуите влијаат одредени фактори. Тие формираат такви содржини на свеста кои кога ќе завладеат во меѓусебната комуникација создаваат колективни претстави, ставови, мислења, однесувања, норми, обичаи и т.н. Како најзначајни се наведуваат следните фактори³

- мистичните потреби кај луѓето (се експонираат во религијата, филозофијата и дел од науките)
- економските потреби (економијата и најголем дел од науката)
- политички потреби (политика, право, социологија, етика, филозофија)
- уметнички потреби (уметност)
- спортски потреби (спортски натпревари)
- потреба за разонода (колективни забави, игри)

Ваква слична квалификација на човековите потреби кои, во крајна истанца, довеле до формирање на колективната свест, дале Мауниер (Maunier), Томас (Thomas), Знаниецки (Zpaniecki) и др.

Под влијание на овие потреби се создаваат поими, идеи за општествената стварност која ги опкружува индивидуите. Сите овие поединечни претстави со помош на размените, договарањето и меѓусебното мешање и пренесување, ја создаваат заедничката или колективната свест, која понатаму си има свој сопствен развој и преку социјализацијата се пренесува од колено на колено, се разбира доживувајќи перманентни промени, дополнување и усовршување.

Кога зборуваме за општествената свест мораме да го споменеме и погледот на светот, кој како поим има повисок степен на општост. Погледот на светот ја претпоставува основата преку која се објаснуваат сите појави во светот и се осмислува делувањето на човекот во најшироката општествена заедница.⁴ Човекот живее во свет кој е опкружен од безброј природни и општествени појави, случувања и реални предмети. Доколку за сите нив тој не најде едно логично и целесообразно објаснување, тогаш би се нашол во едно безредие и хаос од кој не би можел да излезе. Погледот на светот му помага на човекот да ги објасни појавите и да си докаже на самиот себе дека ништо во светот не е случајно и дека се' си има некој општ закон и ред. Преку него човекот ја победува случајноста, нередот, збрката, ирационалноста и создава еден рационален космички ред преку кој ги објаснува предметите и појавите. Целесообразноста и осмисленоста се клучеви за посрекен и поуспешен живот.

Кога сето ова би сакале да го поврземе со средствата за масовна комуникација ќе го наведеме примерот со таканаречениот "double bind". Доколку преку масмедиумите се испратат две спротивни пораки и тоа такви со кои се сака да се даде одговор на нив, секогаш ќе се дојде до сознание дека се дава погрешен одговор и на двете. Тогаш, сето тоа, кај рецепиентот ќе произведе шизофренични последици. Значи, за да може да ги разбира пораките добиени од масмедиумите и да ги одвојува вистинитите од лажните, тогаш рецепиентот мора да има поглед на светот својствен на одреден културен тип. Ништо не е пострашно за човекот отколку да се најде во ситуација во која и за која нема одговор. Човекот сака и мора да ги препознава, проценува,

поистоветува и да ги знае фактите што до него доаѓаат преку процесот на комуникацијата.

Преку симболичката комуникација, човекот ги средува и подредува предметите и појавите во видови и подвидови и ја одвојува својата стварност на заемно постоечка и симболичка. Преку погледот на светот, човекот бара одговор на “крајните прашања”. Кога смета дека го нашол одговорот на тие прашања, тогаш тој го поставува начелото за целесообразност и осмисленост. Преку тој поглед се откриваат крајните вистини за создавањето, постоењето и развојот на општеството во целина. Тој е слика за општиот поредок на светот. Тој не мора и да биде вистинит, затоа што во крајна линија тој е постојано откривање на вистината за светот. Тој е еден вид мисловна и емоционална рамка за објаснување на сите појави во општеството. Погледот на светот е темел преку кој фактите се ставаат во една логично поврзана, осмислена, целесообразна и комплексна целина. Врз основа на таа теоретска рамка, човекот може успешно, практично да дејствува во околината која го опкружува. Преку погледот на светот човекот го наоѓа одговорот за клучните прашања за светот што го опкружува, неговото место во тој свет, за смислата за животот и смртта итн. Во суштина, погледот на светот е најопшт закон и темел за објаснување на се’. Тој го претвора нередот (хаосот) во ред (космосот).⁵ Погледот на светот не е збир на сите знаења што се собрани во текот на развојот на човековата цивилизација, туку извор за толкување на тие знаења.

Постојат неколку типови на поглед на светот. Најкарактеристични се примерите на западноевропскиот, источноевропскиот, балканскиот, индискиот, кинескиот, јапонскиот,

христијанскиот, исламскиот, будистичкиот, научно-техничкиот итн. Тие се извор на создавање на одредени културни типови. Во рамките на ист културен тип многу полесно и поедноставно се одвива процесот на масовна комуникација. Во понов период преку создавање на еден унифициран и универзален поглед на светот, средствата за масовна комуникација се пробиваат во сите горе наведени културни типови. Преку масмедиумите се создава една универзална и генерална идеја за светот и неговото устројство.⁶

Во суштина погледот на свет ги обединува неколкуте степени на вистини. Според Едуард Кале постојат следните типови на вистини:

- очигледни (сонцето секој ден се појавува)
- изведени (сонцето грее за да им овозможи на луѓето да се стоплат, а заоѓа за да им овозможи да спијат).
- обединувачки (сонцето е небесно тело кое има свои карактеристики).

Во модерните општества, средствата за масовна комуникација се користат за формирање, развој и менување на содржините на одреден поглед на светот. Масмедиумите имаат голема моќ, за релативно кратко време, да урнат одреден поглед на светот.⁷

Погледот на светот е основа од која извира и се создава општествената свест која е збир на теории, идеи, мислења, ставови и чувства. Заради тоа, таа во суштина е еднаква за сите поединци во општествената заедница и им овозможува еднакво да ги разбираат симболите во процесот на комуникација. Преку процесите на примарната и секундарната социјализација и преку воспитно-

образовните системи, единките во своите глави го инкорпорираат знаењето и информациите кои во текот на цивилизацискиот развој се собрале. Исто така, преку овие процеси единките се учат и социјално да живеат.

Општествената свест се состои од општествена идеологија како збир на идеи и општествена психологија. Кога содржините од општествената свест ќе се институционализираат и ќе влезат во проблемите на владините и невладините организации, политички партии, во најразличните кодекси на однесувања, тогаш можеме да зборуваме за општествена идеологија. Преку идеологијата се остваруваат интересите и целите на одредени организации и општествени групи. Во контекст на тоа, можеме да зборуваме за негативно и позитивно влијание на идеологијата врз средствата за масовна комуникација. Негативно влијание имаме кога се врши цензура врз содржините и информациите кои доаѓаат од масмедиумите, цензура врз печатот, радио и ТВ емисиите, филмовите итн. Општествената идеологија го детерминира човековото однесување во смисла на тоа дали ќе се прифатат или нема да се прифатат информациите добиени од масовните медиуми.

Исто така, општествените групи и институции се обидуваат да ја пласираат својата идеологија преку масмедиумите. Тоа се прави главно преку пропагандата и политичкиот маркетинг. Низ средствата за масовна комуникација, од една страна, може да се манипулира со пошироката публика, но од друга страна, може да се врши и унапредување на свеста кај публиката. Во секоја информација има елементи од општествена идеологија.

За разлика од општествената идеологија, општествената психологија уште се нарекува и дух на времето, дух на епохата, народна душа итн. Таа се состои од чувства, мислење, желби, тежненија, претстави, ставови, навики кои се формираат преку чести односи меѓу луѓето и преку процесот на комуницирање. Тоа е психологија на едно време или на некоја одредена општествена заедница. На пример, такви чувства се следните:

- чувство на рамнодушност и задоволство од постојната социјално - економска и општествено - политичка ситуација;
- чувство на незадоволство, перманентно критикување на состојбите во општеството;
- чувство на револт кон постојните состојби во општеството и желба за промена на социјално - економските и општествено - политичките прилики;
- чувства кои ги поттикнуваат поединците во борба за престиж, кариера, финансиски успех;
- чувства кои го обусловуваат таквиот начин на живот во кој луѓето се задоволни од “корка леб”;
- чувства кои го детерминираат животот “од ден за ден”;
- чувства кои ја детерминираат борбата за одредени идеали;
- чувства на задоволство од создавање (книги, научни трудови, уметнички дела) ;
- чувства на радост од животот ;
- чувства на потиштеност, пропаѓање, тага и резигнација ;

- чувства на песимизам и скепса.

Да заклучиме: елементите и содржините на општествената идеологија и општествената психологија, кои заедно ја чинат општествената свест се пренесуваат преку каналите на масовното комуницирање. Општествената свест “извира” од владеечкиот поглед на светот и преку институционализираните форми доаѓа до сите членови на општествената заедница. Исто така и средствата за масовна комуникација повратно влијаат и преку одредени однесувања и дејстувања на членовите на публиката, ги збогатуваат и менуваат формите и содржините на општествената свест, па дури и на погледот на светот.

Од ова се гледа дека масовните медиуми влијаат и го насочуваат развојот на општествената свест. Тие ги синхронизираат “сложените духовни градби”, како што се социолошките категории” и влијаат врз нивното доградување и усовршување”. Информирајќи ја најшироката јавност не само “за социолошките категории” туку и за процесот на нивното создавање и остварување, масовните медиуми овозможуваат да се видат и општите резултати на тоа поле”.⁸

ЗАБЕЛЕШКИ

1. Види: Sociološki terminološki rečnik, Instiut za sociologija, Skopje, 1995
2. Овие проблеми ги истражуваат и даваат свои теоретски претпоставки Емил Диркем, Сорокин, Гурвич, Габриел Тард, Блондел, Леви Брил, Морено и многу други.
3. Види: Milisavljević Ratko, Šta su društvene pojave i društvene svesti, "Naučna knjiga", Beograd, 1965
4. За објаснување на поимот и суштината на погледот на свет свој најголем придонес имаат Редфилд, Линтон, Нортхорп, Вајт, Тенби, Спенглер, Кребер, Батесон и други.
5. Според Роберт Редфилд погледот на светот е начин како некој поединец се гледа самиот себе преку сето останато што го опкружува и со чија помош одговара на прашањата: што? како? зошто?
6. Најтипичен пример за ова е "американизацијата" на целокупната општествена заедница.
7. Најкарактеристичен пример за ова е бришењето на "марксистичкиот" поглед на свет од светската сцена за многу кратко време.
8. Корубин Јован, Масмедумите и правото, Скопје, 1994, стр.53.

2. ОБЛИЦИ НА МАСМЕДИУМСКОТО СОЗНАНИЕ И ПОСЕБНИТЕ ФУНКЦИИ НА СРЕДСТВАТА ЗА МАСОВНО КОМУНИЦИРАЊЕ

Различните средства за масовна комуникација овозможуваат различни типови и облици на сознание. Некои од нив даваат поголем, а некои од нив помал степен на сознание.¹ Ние за момент ќе се апстрахираме од останатите типови на сознание и своето внимание ќе го задржиме на когнитивното, кое за основен извор на сознанието на објективната стварност го има сетилното искуство.² Во рамките на когнитивната комуникација разликуваме техничко - инструментална, нормативна и општо - когнитивна комуникација. Основна карактеристика на техничко - инструменталната комуникација е тоа што таа делува целесообразно. Со други зборови, го анимира примачот на пораката (рецепиентот) да врши одредени општествени улоги и да ги реализира своите цели и задачи. Од друга страна, пак, нормативните масовни информации во своите пораки носат одредени правила за однесување, а со самото тоа и преферираат, за даденото општество, пожелни норми и вредности. Тие ги насочуваат рецепиентите да ги вршат социјалните улоги онака како што одредената општествена заедница ги бара од нив.

За разлика од овие два типа на комуникација, социјално - когнитивната комуникација не е поврзана со социјалните улоги на рецепиентите и нивните вредносни ориентации. Во когнитивната комуникација е вклучена свеста и судот, што значи дека во основата на овој процес на масовна комуникација е разумот на рецепиентите. Затоа и

може да се каже дека инструментално - техничките и нормативни информации го “прикажуваат реалниот свет и неговите конфликти”, а когнитивните информации го даваат безконфликтниот, хармоничен, привиден свет.³ Квантитетот и квалитетот на сознанието, кое се добива преку когнитивните комуникации, е во позитивна корелација со социјалната улога и социјалниот систем, кој на некој начин го детерминира однесувањето на рецепиентот и од содржината на информациите кои доаѓаат од средствата за масовна комуникација.

Општокогнитивните масовни информации опфаќаат, главно, два типа на написи и емисии. Едните се од забавен, а другите од поучен карактер. Во забавните се вбројуват стриповите, кратките приказни, романи од “лесен” карактер, забавно - музички емисии, квизови, шоу - програми, спортски програми, филмови, телевизиски и радиодрами од полесен жанр итн. Сознанијата кои се добиваат преку овие програми се од општ и ориентационен карактер. Ваквите содржини, пред се’ служат за разонода на рецепиентите.

Вториот тип на општо - когнитивните комуникации се оние од поучен карактер. Во оваа група спаѓаат информативните написи и емисии, школските програми, образовните, документрните, научно - популарните емисии, периодични списанија од научно - популарен карактер итн. Преку овој тип на комуникација се пренесуваат “наследени” сознанија од поучен карактер. Од една страна, се добиват сознанија за актуелни настани, откритија и пронајдоци, а од друга страна, посредно се пренесуваат одредени проверени фактички сознанија. Исто така, на рецепиентите им се сервираат прилози и коментари од социолошка, политиколошка, психолошка и друга проблематика од

стручен вид. Сепак, сите овие искази имаат публицистички карактер и не даваат поегзактни и детални информации кои што, на пример, им се потребни на одредени носители на професионална дејност, како што се научните работници.

Рековме дека овој тип на искази, кои што се добиваат преку средствата за масовни комуникации, ги информираат и поучуваат рецепиентите. Во тој случај може да се дојде до несогласување на она што се добива како порака во информациите и сопственото мислење на примачите на информациите. Оваа појава во социологијата на масовните комуникации се нарекува когнитивна дисонанца.⁴ Оној момент кога имаме елементи на сознанија кои меѓусебно не се согласуваат, тогаш станува збор за дисонанца. Во тој случај доаѓа до несогласување на она што човекот го знае и на негово практично дејствување. Во оваа смисла, за когнитивната дисонанца можеме да зборуваме на две нивоа. Првото е кога средствата за масовна комуникација влијаат да се смали (редуцира) или зголеми дисонанцата (меѓу мислењето и однесувањето), која постои во секоја индивидуа. Доколку масмедиумите придонесат да се усогласат ставовите и практичните дејствувања на личноста, тогаш станува збор за редукција на когнитивната дисонанца. Второто ниво, за кое можеме да говориме е дисонанцата меѓу содржините на пораките, кои доаѓаат од средствата за масовна комуникација и сопственото мислење на примачите на пораките. Секој извор на масовна комуникација влијае да ја усогласи или да ја редуцира оваа сознајна дисонанца. Постојаната дисонанца најчесто се редуцира преку промена на општественото мислење на рецепиентите.

Избегнувањето на сознајната несогласност (дисонанцата) е особено значајно за социјализацијата, развојот на личноста и енкултурацијата. Предноста на масмедиумите се состои во тоа што тие во извесна смисла не се толку наметливи и кај нив не постои степен на “присила”, како од правни, така и од морални санкции. Личностите најлесно ги антиципираат оние ставови кои не се поврзани со негативните санкции. Освен тоа, човекот секогаш се стреми кон промена на својот социјален статус по нагорна линија. Тој ги прифаќа сфаќањата, ставовите и облиците на однесување, карактеристични за повисокиот слој. Доколку информациите кои доаѓаат од масмедиумите се во функција на побрз социјален напредок, тие многу брзо се прифаќаат и доаѓа до редукција на когнитивната дисонанца. Средствата за масовна комуникација нудат широк спектар на вредности, норми, облици на однесување, така што се прифатливи речиси за сите слоеви од шареноликиот мозаик наречен социјална стратификација.

Од сето она што погоре го кажавме може да се заклучи дека средствата за масовна комуникација даваат најразлични облици на сознанија. Исто така, одреден вид на масмедиум дава поголем или помал фонд на одреден тип на информации и сознанија. Обично, од една страна, улогата на телевизијата во однос на радиото е поголема во проширувањето на знаењето и информациите од најразлични видови, додека, пак, улогата на радиото е поголема во однос на разонодата и пропагандните пораки. Иако и телевизијата и радиото во суштина во своите програми ги опфаќаат сите типови на информации, сепак, ако сакаме да генерализираме, може да се каже дека радиото во основа е средство за разонода, а телевизијата, пак, средство за проширување на

сознанијата и културно воздигнување на публиката. Што се однесува, пак, до дневнополитичките, социјалните, економските, културните и спортски информации, овие два медиума имаат приближно иста улога. Од друга страна, пак, интелектуалниот тип на сознание се добива најповеќе од весниците.

Во врска со давањето на социолошките сознанија, средствата за масовна комуникација на публиката делуваат на најразличен начин. Влијанието на масмедиумите може да биде индивидуално или групно; нивното дејство може да биде краткотрајно или долготрајно и нивното дејство може да се однесува или на одреден тип на сознанија или на оценка (ставови) во однос на сознанијата што се добиваат. Најубава илустрација за ова е табелата на Френсис и Орлов за типологијата на дејството на масмедиумите во врска со проширување на социолошките сознанија.⁵

Типологија на дејство на масмедиумите

		краткотрајни (повремени)	долготрајни (постојани)
ИНДИВИДУАЛНИ	сознанија,	1	2
	оценки за сознанијата	3	4
ГРУПНИ	сознанија,	5	6
	оценки за сознанијата	7	8

Освен тоа, мораме да го истакнеме и факот дека степенот на образованието и културното ниво на рецепиентите е од исклучителна важност за типот на сознание што тие го преферираат да го акцептираат. Општите сознанија (научни, политички, социјални), културните

информации и слично, највеќе се прифатени од публиката со високо образование. Практичните информации од најразличен вид во најголема мера се прифатени од рецепиентите кои што имаат средно и основно образование. Во секој случај, постои корелација помеѓу определените делови (стратуми) на публиката и типовите на сознанијата што ги даваат средствата за масовна комуникација.

Освен тоа што средствата за масовна комуникација на рецепиентите им “нудат” посебни облици на сознание, тие исто така имаат и свои функции во општеството. Општествените функции на масмедиумите можеме да ги поделиме на основни и споредни. Во групата на основните функции на масовното комуницирање спаѓаат информативната, ориентационата, образовно - културната и забавно - рекреативната.

Информативната функција се состои во собирање, селектирање, анализа и пренесување (ширење) на информациите до публиката. Тоа се информации од земјата и од странство и од сите домени на случување. Ориентационата функција се состои во толкување и анализа на настаните во просторот и времето. Исто така, преку оваа функција масмедиумите укажуваат (предлагаат) одредени облици на однесување во однос на дадените информации. Овие предложени облици на однесување обично се во согласност со “пожелните” општествени улоги на рецепиентите. Образовно - културната функција на масмедиумите се состои во пренесување на научните сознанија и целокупното културно наследство од генерација на генерација. Преку масовното комуницирање се пренесуваат информации, кои во себе содржат вредности, норми, обичаи, културно наследство, содржини од

областа на уметноста и се разбира научни содржини. Забавната и рекреативната функција на средствата за масовна комуникација ги задоволува потребите на пошироката публика за релаксација, забава, духовна рекреација и опуштање.

Горенаведените основни функции на масмедиумите може да имаат позитивни и негативни ефекти врз општествената заедница. Кога се појавуваат негативните ефекти, тогаш зборуваме за дисфункција на масмедиумите. Примери за дисфункција има многу. На пример, доколку во печатот, радиото и телевизијата, преинтензивно и несразмерно се пласираат информации за девијантните појави во општеството, тогаш јавноста се вознемирува, доаѓа до нејзина анксиозност и недоверба-во вредностите на сопствената општествена заедница. Со тоа се губи вербата во перспективата на сопственото општество и се бара начин да се избега (емигрира) од него. Со други зборови се намалува желбата на членовите на општествената заедница за борба против сите општествени негативности за кои “на големо” пишуваат и зборуваат масмедиумите. Втор карактеристичен пример е префорсирањето на новокомпонираната народна музика која ги блокира вистинските културни вредности и понатамошниот развој на културното наследство на една општествена заедница. Форсирањето преку средствата за масовна комуникација (радио, ТВ) на содржини со примитивен вкус и ниска културна вредност го запираат вистинскиот општ културен развој на едно општество.

Освен основните, постојат и споредни функции на масмедиумите. Најзначајни од нив се функциите за јакнење и менување на општествените норми; за потврдување на статусот и јакнење на престижот на реципиентите; за приватизација; за дополнување; за

монополизација; за усмерување; наркотичката дисфункција и заштитниот ефект на масмедиумите.⁶ Првата од горе наведените функции се состои во јакнењето на општествените норми преку пласирање на информации за тоа што е пожелно, а што претставува отстапување од валидните општествени норми (закони, правни норми, морални норми, обичаи, новини). На тој начин масмедиумите се обидуваат да создадат единствен нормативен корпус кој ќе важи за сите членови на општествената заедница.

Функцијата за потврдување на статусот и јакнењето на престижот, во својата основа го има фактот дека публиката верува ако некој или нешто е во центарот на вниманието на масмедиумите, тогаш, тоа мора да е значајно. Базирајќи се на овој факт масмедиумите се во состојба да го зголемат општествениот статус на некоја личност, општествена група, општествено движење или општествен проблем. Кога зборуваме за дополнувањето како функција на масмедиумите, тогаш зборуваме за еден своевиден однос меѓу средствата за масовна комуникација и другите извори на информирање и комуницирање. Голем број на комуниколози, социолози и психолози сметаат дека средствата за масовна комуникација само ги дополнуваат другите извори на информирање, особено интерперсоналните.

Монополизација во масмедиумите имаме тогаш кога не постои спротивставување на информациите и пораките кои се пренесуваат на публиката и во кои се содржани одредени “пожелни” облици на однесување, вредности, норми, предуслови, политика, итн. Фактички, во тој случај не постои “контра -пропаганда” во масмедиумите. Услови за монополизација имаме во тоталитарните

општествени системи, каде цензурата ги пропушта само оние информации и пораки кои им одговараат на вредностите на дадениот општествен систем. Меѓутоа, освен монополизацијата на глобално општествено ниво, многу почест е случајот за монополизација на масмедиумите во поедини делови на општеството (организации, институции, слоеви). Одредени политички партии, стопански и економски организации ги пласираат своите ставови, идеи, програми и вредности преку одредени средства за масовна комуникација.⁷ Многу блиска до монополизацијата е и функцијата за насочување. Масмедиумите се во состојба да го каналзираат, насочуваат и инструментализираат формирањето на ставовите кај членовите на публиката. Од друга страна, истите тие масовни медиуми можат да се користат за каналзирање на основните обрасци на однесување кај рецепиентите. Во рамките на ова е и следната функција на масовните медиуми, а тоа е нивниот заштитен (вакцинационен) ефект. Преку оваа функција публиката се заштитува од пропагандата која е насочена против ставовите кои ги преферира дотичниот масмедиум (против “вирусите” кои ја сочинуваат контрапропагандата). Оваа заштита (“вакцинирање”) се спроведува така што се презентира двострана на местото на еднострана комуникација.

Сите овие функции (основни и споредни) на масовните медиуми не можат да се набљудуваат одделно и изолирани едни од други. Тие дејствуваат заедно, се испреплетуваат едни со други и не можат да се разграничат едни од други. Само ако се набљудуваат комплементарно, тогаш можеме да ја согледаме вистинската функција што ја имаат масмедиумите во општеството и во поедини негови слоеви.

ЗАБЕЛЕШКИ

1. Најзначајни епистемолошки методи за познавање на објективниот свет се рационалистичката, прагматичката, институционалистичката, феноменолошката и емпиризмот. За разлика од рационализмот, каде основен извор на познавање на објективниот свет е разумот (RATIO) кај емпиризмот основен извор е сетилното искуство.
2. Под когнитивно подразбираме таков процес на познавање, кое во својата основа ги има свеста и судот. Тоа е начин на потврдување и воспоставување на чувство на реалност и е на некој начин вреднување на објективната стварност.
3. Todorović Aleksandar, Sociologija masovnih komunikacija, "Gradina", Beograd, 1974, str.129
4. Теоријата за когнитивна дисонанца прв ја разработил Леон Фестингер. Оваа теорија тој ја проучувал и применил на подрачјето на менување на ставовите. Според него, доколку некоја личност во одредена ситуација се однесува спротивно од она што го налагаат неговите ставови по однос на одредени прашања, тогаш имаме појава на дисонанца.
5. Orlow David and Francis Albert, Mas communication and Crime, New York, 1961
6. Види: Džinić Firdus, Nauka o komuniciranju, "Savremena administracija", Beograd, 1978
7. Според некои мислења, кај нас пример за монополизација на масмедииите од страна на одредени општествени организации во Р. Македонија се Сител телевизија, ТВ Телма, А1 телевизија, КРТ и други. Тоа може да се заклучи преку евентуалната анализа на програмските и содржински пораки на наведените медиуми. Меѓутоа, засега тоа е само претпоставка која треба да се истражи.

3. СРЕДСТВАТА ЗА МАСОВНА КОМУНИКАЦИЈА И СОЦИОЛОШКОТО СОЗНАНИЕ

Во текот на својот развој луѓето перманентно го прошируваат и збогатуваат своето знаење. Преку примарната и секундарната социјализација детето ги усвојува првите знаења за сето она што го опкружува, главно преку имитацијата. Како што се развива тоа се' повеќе и повеќе ги збогатува своите знаења. Средствата за масовна комуникација се еден од клучните фактори со чија помош луѓето ги прошируваат своите сознанија. Масмедиаумите емитуваат информации и факти кои рецензентите ги примаат и интерпретираат и на тој начин го збогатуваат своето сознание. Сознанијата за општеството во целина и општествените појави или, со други зборови кажано, социолошкото сознание можеби е најважниот дел од вкупниот фонд на сознанија.

Во оваа прилика неопходно е да се определиме што во понатамошниот текст ќе подразбираме под поимот сознание. Голем број на социолози сеуште спорат околу ова прашање, иако во овие рамки е издвоена и една посебна социолошка дисциплина, која се вика социологија на сознанието. Сепак, за потребите на ова истражување, сметаме дека е најприфатлива дефиницијата која го определува сознанието како динамичен, процесуален аспект на знаењето и како самонастанување на знаењето во некој дел од стварноста.¹

Сознанието како поим е потесен од поимот општествена свест, кој има пошироко значење. Според Воин Милиќ сознанието во општеството врши три основни функции, а тоа се: општествено -

интеграцијата; практично - техниката и функцијата на општествено - историската самосвест. До одредено сознание се доаѓа преку одредено логично размислување преку кое се вршат одредени воопштувања во стварноста, кои понатаму се проверуваат преку збирот на искуствените информации за стварноста, па кои што всушност се базираат сèште воопштувања за стварноста. Во рамките на ова постои здраворазумско, филозофско и научно сознание. Ние во овој труд ќе се занимаваме со научното сознание во чии рамки стаѓа и социолошкото сознание.

За потребите на ова истражување ние априори ќе се сложиме со фактот дека рецепиентите учат преку средствата за масовна комуникација. Во понатамошниот текет ние ќе расправаме за тоа колку, на кој начин и под кои услови учат. Масмедииумите емитураат најразлични содржини. Одредени содржини кај определена публика (рецепиенти) полесно и побргу се инкорпорираат во нивната свест, други пак содржини кај иста или некоја друга публика потешко и побавно.

Врз процесот на примање, усвојување и задржување на социолошките сознанија преку каналите на масовното комуницирање влијаат неколку клучни фактори.

- Содржината на информациите (пораките)
- Начинот на формирање на содржината на информациите
- Видот на масмедииумот кој ги пренесува пораките (инфор.)
- Личните карактеристики на рецепиентите
- Општествените карактеристики на рецепиентите

- ❖ Одредени други карактеристики на реценентите (пол, возраст, образование, интелигенција)
- ❖ Врската меѓу информацијата (искивот) и предиспозициите на реценентите.

Она што е карактеристично за средствата за масовна комуникација е тоа што тие го пренесуваат таканареченото секундарно искуство. Примарното искуство човекот го добива низ просторот и времето преку непосредниот контакт со појавите што го опкружуваат. Ова примарно искуство масмедииумите го пренесуваат на специфичен начин. Особено е важен аудиовизуелен момент во пренесувањето на информациите. Ефектот што се постигнува, доколку субјектот лично присуствува на некој одреден настан, е сосема различен од оној што се добива ако истиот тој настан биде пренесуван од масмедииумите (телевизија, радио). Потенцирајќи одредени моменти масмедииумите можат да доловат сосема различна слика од реалното. Во овој контекст особено е важен моментот на илузија во доживувањето на стварноста. Во таа смисла, постои можност масовните медиуми да почнат да манипулираат со јавноста. Постои можност масмедииумите да дадат искривена слика за стварноста и на тој начин да создадат привид, илузија, дереализација или со еден збор лажно социолошко сознание.

Сепак и покрај овие негативни искуства неспорен е фактот дека средствата за масовна комуникација играат огромна улога во формирањето и збогатувањето на социолошките сознанија. Масмедииумите формираат социолошки сознанија кај “обичниот” човек, интелектуалците, научните работници, уметниците итн. Особено е значајно нивното влијание врз младите (адолесцентите). Тие како

возрасна категорија се особено подложни на влијанието на масмедиумите.

Во тие рамки се' почест е случајот средствата за масовна комуникација да се користат како интерен и екстерен фактор во процесот на воспитание и образование особено во австралискиот и некои западно-европски образовни системи. И во двата случаја преку масмедиумите се стекнува научно сознание и се остварува процесот на воспитание. Во оваа пригода треба да истакнеме дека научното сознание е дел од целокупното општествено сознание.² За задоволување на потребите на оваа студија најголемо значење имаат перцептивното сознание на надворешниот свет, сознанието за групите и општествата, политичкото и научното сознание како конститутивни елементи на целокупното општествено сознание.

Најпримарен и најелементарен тип на сознание, секако, претставува перцептивниот. Тој ја опфаќа перцепцијата на стварноста во просторот и времето. Овој тип на сознание се развивал паралелно со општествениот развој. На пример, во времето на почетоците на развојот на општеството перцептивното сознание на надворешниот свет било ограничено и просторно и временски во рамките на потесните општествени заедници (рурална средина, полис, семејна задруга, феудална општествена заедница итн.). Со развојот на сообраќајот, откривањето на новите, дотогаш непознати светови и особено со појавата и перманентниот развој на средствата за масовна комуникација се зголемува квантумот на перцептивното сознание и во просторот и во времето. Одредени појави кои порано им биле далечни одеднаш им стануваат достапни на рецепиентите. Најразличните појавни облици на

објективната стварност на целокупната земјина топка и космосот, преку масмедиумите стануваат достапни за луѓето. Печатот, радиото, телевизијата и сателитот стануваат едни од најзначајните општествени фактори кои делуваат на свеста на луѓето и силно влијаат врз формирањето и промените на нивните мислења и ставови. Сето ова се овозможува бидејќи масмедиумите делуваат секојдневно и масовно. Ако сето ова го резимираме, тогаш можеме да кажеме дека средствата за масовна комуникација ни' ги приближија настаните и појавите од целокупната земјина топка и дел од космосот; сите тие настани повеќе или помалку ни' се достапни на нашето сознание; перцептивната моќ на луѓето енорно се зголемува; преку зголемувањето на перцептивното сознание се зголемуваат и другите облици на општествено сознание (научно, политичко, техничко итн).³

Ако ја земеме предвид општествената структура тогаш ќе видиме дека кај различни општествени групи се развиваат различни елементи на општествено сознание. Кај масата, на пример, најразвиено е перцептивното сознание на надворешниот свет и политичкото сознание (преку партиските програми и декларации). Припадниците на руралната средина скоро ислучиво го развиват перцептивното сознание. Кај работниците од најразличен вид особено се развиени техничките и политичките сознанија. Од друга страна, пак, интелигенцијата го преферира научното, филозофското, техничкото и политичкото сознание.

Исто така треба да се истакне дека влијанието на масмедиумите врз формирањето на одредени типови на општествени сознанија не е исто кај различни општествени групи. Тоа сознание во

основа е поголемо кај глобалните и секундарни општествени групи.⁴ Во формирањето на сознанијата масмедиумите најголемо влијание имаат врз лицата кои се претплатени на исти весници и списанија; гледаат и слушаат исти радио и телевизиски програми; се членови или симпатизери на иста политичка партија. Од друга страна, пак најразличните општествени групи меѓусебно се поврзани преку средствата за масовна комуникација. На тој начин групите кои се меѓу себе дистанцирани просторно, временски и социјално се поврзуваат преку најразличните сознанија кои ги емитуваат масмедиумите. Во рамките на тоа улогата на средствата за масовна комуникација врз создавањето на таканареченото “свкупно општествено сознание” во глобалната општествена заедница е огромно. Од сето она што погоре го кажавме, може да се изведе заклучокот дека квантитетот и квалитетот на општественото сознание е во корелација со степенот на зачестеноста на меѓусебните контакти на членовите во рамките на општествените групи. Во оние општествени групи каде што меѓусебните контакти имаат понизок степен на “густина” таму општествените сознанија се конзервираат и продорот на нови сознанија е во голема мера стопиран. Од друга страна, пак, во оние општествени групи каде “густината” на контактите е поголема продорот на нови сознанија, идеи и вредности е поголем.

Несомнено е дека нас најмногу не’ интересира влијанието на средствата за масовна комуникација врз формирањето на научните сознанија (во чии рамки спаѓаат и социолошките сознанија) кај рецепиентите. Формирањето и збогатувањето на научните сознанија од страна на масмедиумите во најголема мера се остварува кога тие се користат како интересен или екстерен фактор во образованието и

воспитанието. Со други зборови кажано, доколку пренесувањето на научните сознанија од страна на масмедиумите се врши во воспитно - образовните установи, тогаш зборуваме за користење на средствата за масовна комуникација во формалното образование, а доколку пренесувањето и збогатувањето на сознанијата е во најразличните образовни институции, тогаш станува збор за користење на масмедиумите во неформалното образование.

Иако средствата за масовна комуникација се користат и во двата типа на образование (формално и неформално), можеме да констатираме дека тие остваруваат многу поширока примена во формалното образование. Таму се користат како интересен фактор во основните и средни училишта, факултетите и во рамките на образованието на возрасни лица. Во тие рамки наставниците ги употребуваат текстовите од најразличен вид и аудиовизуелните средства (радио, ТВ, видео, магнетофон, грамофон, ЦД) во наставата. Стручните и публицистички текстови од дневниот и периодичен печат се особено погодни за користење на таканаречениот текст - метод во наставата.⁵ Овој метод најчесто се користи во уводниот и завршниот дел на часот.⁶ Преку него се врши актуелизација и проблематизација на содржините кои се предвидени во наставниот план и програма. Тоа се прави на тој начин што на сите ученици им се дели одредениот текст (размножен). Еден од учениците или наставникот го чита текстот, а останатите го следат. По читањето на одреден пасус или целиот текст наставникот на учениците им ги поставува носечките прашања, што се релевантни за научниот проблем кој се образложува. Во тој момент се влегува во дијалошки метод помеѓу наставникот и учениците или помеѓу самите

ученици (наставникот само ја насочува дискусијата). Ако текстот се користи во уводниот дел на часот тој претставува вовед во одредениот проблем (тематска единица). На тој начин наставникот треба да ги заинтригира и подготви учениците сите свои интелектуални и сетилни капацитети да ги насочат кон што подобро восприемање на социолошката проблематика, која ќе се дефинира и образложува. Од друга страна, пак, ако истиот текст се употреби во завршниот дел од часот, тогаш одредената социолошка проблематика на учениците им се приближува во просторот и времето. На тој начин социолошкиот проблем (општествен феномен, појава, однос) се актуелизира и проблематизира во целиот општествен контекст. Така што од една страна, социолошкото сознание по најрационален можен пат се инкорпорира во главите на учениците, а од друга страна, учениците стануваат активни учесници во изведувањето на наставата.

Освен печатениот материјал, како интересен фактор во образованието, се користат и аудиовизуелните средства.⁷ Светските современи воспитно - образовни системи не можат да се замислат без примена на радиото, телевизијата, видеото, магнетофонот и други средства во остварување на наставата. Тие се повеќе ги заменуваат класичните наставни помагала, како што се таблата, кредата, шемата, дијапозитивите итн. Потребата од што поширока примена на аудиовизуелните средства е предиспонирана од нивните основни карактеристики. Од нив најзначајно е тоа што овие средства се користат од најширокиот аудиториум; имаат способност да регистрираат, памтат и репродуцираат; информациите благовремено се пласираат и нивното користење се покажува како многу рационално во изведувањето на

наставата. Преку ова средните училишта се ослободуваат од “статичките закоренети форми на наставна работа” и наставата оди со исто темпо и динамика како и животот.⁸ Примената на аудиовизуелните средства како наставни помагала е предуслов за остварување на една творечка и креативна настава. Како прво, се овозможува примена во наставата на сите методи (монолог, дијалог, текст - метод), а не форсирање само на еден метод, најчесто монолот или како што уште се нарекува усно излагање. Како второ, се овозможува временски поголема употреба на оние форми на наставна работа како што се групната, индивидуалната за сметка на фронталната форма која неоправдано премногу се форсира.⁹

Преку адекватната примена на сите наставни методи и форми на наставна работа и нивната паралелна примена во наставниот процес се овозможува, како прво, активно учество на учениците во наставниот процес. Тие повеќе не се пасивни слушатели на сето она што им го зборува наставникот, туку преку дијалогот, групната и индивидуалната форма на настава, сами и со помош на наставникот ги поставуваат темите и дилемите на било која социолошка проблематика и се обидуваат сами да ја разрешат и да дојдат до сопствено изградени ставови и вредности. Освен тоа наставникот ги експонира сите свои квалитети што треба да ги поседува ако сака да изведува креативна и творечка настава, а тоа се интелегенцијата, општата култура, стручноста, радоста во работата, инвенцијата и многу други.

Меѓутоа, нас за потребите на ова истражување многу повеќе не’ интересираат средствата за масовна комуникација, како екстерен фактор во образованието и воспитанието или, со други зборови кажано, за нивното дејствување во неформалното образование. Тоа

впрочем ќе биде и предмет на ова истражување. Во овој случај масмедиумите не се користат внатре во воспитно -образовните институции, туку во наставниот процес се користат сознанијата што ги добиле учениците под влијание на масмедиумите кои ги читале, ги слушале и ги гледале надвор од школските клупи. За улогата на средствата за масовна комуникација како екстерен фактор во образованието пошироко ќе зборуваме во третиот дел од оваа студија. Меѓутоа во овој момент треба да констатираме дека влијанието на масмедиумите, како интерен и екстерен фактор, меѓу себе се испреплетуваат и надополнуваат и во основа не можат едни без други. Само со нивна примена и во формалното и во неформалното образование ќе ја осовремениме наставата и ќе ги оствариме атрибутите на креативна, современа, демократска и творечка настава, нешто за кое толку многу зборуваме, а многу малку го остваруваме. Би се актуелизирала и толку многу фалената, а во исто време и толку малку употребуваната работа со надарени и натпросечни ученици (преку индивидуална форма на наставна работа, домашни задачи итн.). Од сето ова може да се изведе и еден “храбар” заклучок дека средствата за масовна комуникација се основна “терапија” која го “лечи” образованието од неговиот догматски, шематизиран, однапред програмиран и недемократски пристап во наставата, кој се огледа и во улогата на наставникот во изведување на наставниот процес и во начинот на кој се прават наставните планови и програми.

На крајот од овој дел да го истакнеме и фактот дека социолошките сознанија, кои се пренесуваат преку масмедиумите, постепено можат да прераснат во ставови и вредности (или да доведат до

нивно менување). Меѓутоа, сепак овие два процеса се одвоени и често може да се случи во процесот на учењето со зголемувањето на фондот на социолошките сознанија воопшто да не се променат ставовите и вредностите кај учениците. Во денешно време масмедииите најчесто ги развиваат кај учениците вредностите како што се самоиницијативата, добриот настап, престижните професии, заработувачката, добрата имотна состојба, личните квалитети, животниот успех. Да заклучиме со фактот дека новите филозофски, правни, политички, морални, естетски и културни вредности ги влечат своите корени во промените на социјалните структури на едно општество. Меѓутоа, средствата за масовна комуникација преставуваат важен фактор за развојот на општественото сознание и формирање на нивните вредности.¹⁰

ЗАБЕЛЕШКИ

1. Социолошки лексикон, Современа администрација, Београд, 1982, стр.574.
2. Францускиот социолог Гурвич Жорж (Gurvitch) го дели социолошкото сознание на следните конститутивни делови: перцептивно сознание на надворешниот свет, сознание на групите и општествата, здраворазумско сознание; техничко сознание; политичко сознание; научно сознание и филозофско сознание.
3. Види: Todorović Aleksandar, Sociologija masovnih komunikacija, "Gradina", Beograd, 1974.
4. Гурвич Жорж ги разликува општествените групи на групации кои што се секогаш заедно; групи кои што се повремено заедно; групи коишто се поврзани преку средствата за масовна комуникација и групации на растојание.
5. Види: Marinković Josip, Metodika nastave, Zagreb, 1977.
6. Според најголемиот број на теоретичари од областа на методиката на наставата, часот се состои од уведен дел (кој трае 5 - 10 минути), средишен дел (25 - 30 минути) и завршен дел (5 - 10 минути).
7. Види: Витич - Шулер, Аудиовизуелна средства, Београд, 1966.
8. Данон Јакоб, Аудиовизуелна средства и нивна примена, Београд, 1962, стр.4.
9. Фронтална форма на наставна работа имаме тогаш кога наставникот работи со целиот клас, заедно и истовремено. Групна форма се создава тогаш кога наставникот ги дели учениците на две или повеќе групи и во вид на дебата се образложува дадениот проблем . Индивидуална форма е таа кога наставникот работи со секој ученик поединечно.
10. Todorović Aleksandar, Sociologija masovnih komunikacija, "Gradina", Beograd, 1974, str. 109

4. СПЕЦИФИЧНОСТИТЕ НА ОДДЕЛНИТЕ МАСМЕДИУМИ (ПЕЧАТ, РАДИО, ТЕЛЕВИЗИЈА) ВО СТЕКНУВАЊЕ НА СОЦИОЛОШКИТЕ СОЗНАНИЈА

Кога зборуваме за средствата за масовно комуницирање од технички аспект, тука станува збор за целокупната телекомуникациона технологија. Сепак, во овој труд ќе се задржиме на три основни масмедиуми (печат, радио, телевизија), за кои сметаме дека се најбитни во стекнувањето на социолошките сознанија. Во таа смисла ќе ги аспстрахираме некои други масмедиуми, како што се филмот, компјутерската телекомуникација, некои други аудиовизуелни средства, нималку не потценувајќи ја нивната улога и значење. Земајќи ја предвид временската и просторната димензија на ова истражување сметаме дека, сепак, најзначајни медиуми за стекнување на социолошки сознанија кај учениците во Република Македонија се печатот, радиото и телевизијата. Иако спомнатите средства делуваат заедно и нивното влијание се преплетува, сепак тие имаат свои посебни карактеристики. Во понатамошниот текст ќе проговориме токму за тие специфики на одделните масмедиуми.

а) ПЕЧАТ

Печатот е своевиден хроничар и сведок на времето и агенс на општествените појави, промени и процеси. Тој е сложен општествен феномен, особено од социолошки и комуниколошки аспект. И покрај тоа што е најстар масовен медиум, сеуште е исклучително моќен фактор во општественото комуницирање.

Под поимот печат подразбираме печатени изданија кои излегуваат периодично, масовно се распространуваат во јавноста и сестрано не' информираат за актуелните настани. Поаѓајќи од овие карактеристики можеме да ги утврдиме спецификите на ова средство за масовна комуникација. Како прво, се работи за печатени публикации кои се изработени на најразлични печатарски машини и со најразновидна печатарска технологија. Втората карактеристика е периодичноста. Тој излегува во определен временески интервал (дневно, неделно, месечно, повеќемесечно, годишно итн.). Како масмедиуми не можат да се земат најразличните информатори, билтени, интерни соопштенија, покани и други печатени материјали кои излегуваат по потреба. Трета карактеристика, како впрочем и кај сите масмедиуми, е јавноста во нивното распространување. Печатот се обраќа кон целокупната јавност, а не кон некоја општествена група. Печатот јавно се распространува преку улични продавачи (колпортери), доставувачи на домашна или работна адреса (претплата) и во објекти кои се подигнати посебно за таа намена (киосци).

Четврта и особено значајна карактеристика на печатот е актуелноста на неговите содржини. Тој информира за настани, појави и процеси кои се во фокусот на интересирањето и се наоѓаат во блиска временска перспектива. Дури и кога зборува за историски теми (настани и личности), тие се во дослук со актуелните општествени и дневните политички настани. Заради тоа се и особено погодни за создавање на социолошки сознанија кај реципиентите. Исто така, многу значајна карактеристика е и сестраноста на содржините, кои се сретнуваат на страниците на периодичниот и дневниот печат. Ако се земе предвид

целокупниот печат кој излегува во одреден временски период, тогаш речиси и не постои позначаен настан од земјата и странство кој не е опфатен на неговите страници. Печатот дава информации од социолошки, политички, економски, културен, спортски и друг карактер. Обично тие се така распоредени што секоја страница има своја физиономија (дневно - политичка, културна, економска, спортска рубрика). Општоста, која ја дефинираме како опфаќање на сите теми и проблеми, е суштинска карактеристика на печатот.

Следната суштинска карактеристика е индивидуалната рецепција на содржините од печатот. Освен во исклучителни ситуации, рецепиентите информациите од печатот ги примаат индивидуално. Исто така, читателите го бираат времето и просторот каде ќе ги читаат неговите страници. Ова е суштинска специфика која го одвојува печатот од другите средства за масовна комуникација.¹ Читателот сам избира и одлучува каков весник ќе чита. Дали ќе чита дневни весници од вечерен карактер кои излегуваат навечер (“Вечер” на пример) или весници од дневен карактер (на пр. “Нова Македонија”, “Дневник” итн.) зависи исклучиво од неговиот афинитет. Исто така рецепиентот не мора да ги чита сите информации, туку индивидуално ги бира темите и жанровите кои го интересираат. Индивидуализираноста на печатот се огледа во фактот што еден ист весник може да биде прочитан од сите членови на семејството, но во различно време. Исто така, секој член од семејството може да чита различен тип на дневен весник или различен жанр на периодичен весник (Пулс, Екран, Скок). Селективниот контакт со печатот е резултат на содржината и други карактеристики на читателите. Меѓутоа, треба да се истакне фактот дека и покрај тоа што

се чита индивидуално, информациите што тој ги дава се коментираат во рамките на примарните и секундарните општествени групи. Печатот се чита “посредно и непосредно” и на тој начин се потврдува како масовно средство за комуницирање.² Најважна специфика на печатот е фактот што тој е “симболичко значенска основа и семантички систем од вербални симболи”.³

Низ својот развој печатот поминал низ четири фази.⁴ Првата фаза, всушност, ја претставува праисторијата на печатот. Тоа се цртежите по пештерите, хиероглифите, пишуваните документи на папирус и печатените таблици. Втората фаза е така наречената преписувачка фаза. Во XIV и XV век преносот на информациите се вршел главно преку преписување од рака на рака, преку таканаречените преписувачки школи кои егзистирале по манастирите ширум Европа. Третата фаза започнува со пронаоѓањето на печатницата од страна на Гутенберг, 1455 година, кога од печат излегува и првата Библија. Овој период од XV до XIX век Маршал Маклуан го нарекува Гутенбергова галаксија. Тогаш излегле и првите весници како што се “Газета” во Италија, “Корент” во Британија и “Цајтунг” во Германија. Четвртиот период е оној најсовремениот во кој спаѓа и денешницата. Тоа е период на претварање на занатскиот тип на печат во современ индустриски вид. Тука влегува и компјутеризацијата на печатот и новинарството и се’ присутната тенденција кон мултимедијалното пренесеување на информациите.

Масовниот печат настанал во граѓанското општество. Тој морал да ги известува граѓаните за сите јавни работи во општеството, а во исто време имал право и да ги анализира своите информации и да дава

своевидни коментари. Печатот е едно од најголемите достигнувања на граѓанското општество, особено во врска со основните граѓански права и слободи. Бидејќи почнал силно да влијае на јавното мислење, владеачките режими се обидувале да го држат под контрола.⁵ Заради тоа и борбата за едно демократско и напредно општество е и борбата за слободен печат. Слободата на печатот е основно начело и услов за постоење на едно демократско општество. Слободата на говорот која била карактеристична во прединдустриските општества, се заменува со слободата на печатот, како една од основните карактеристики на високо развиените, урбанизирани и индустријализирани современи општества.

Од сите средства за масовна комуникација најпрво во печатот се расчистуваат сите теоретски и идеолошки дилеми и контраверзи. Печатот е најран медиум по времето на својот настанок и како и по тоа што прв почнал да ги објаснува клучните општествени проблеми, појави и процеси. Со текот на времето печатот постанува статусен симбол заради тоа што има можност да ги фиксира информациите и пораките и истите да ги документира и анализира. Печатот ја докажува својата комплексност и повеќедимензионалност во сите периоди на неговиот развој.

Печатот како своевиден повеќедимензионален феномен, од една страна, гради свој однос кон општеството, а од друга страна и општеството преку своите државни и политички институции силно влијае врз овој масовен медиум, на директен или индиректен начин. Во авторитарните општества, власта над печатот, како средство за масовно комуникација, ја поставува и наметнува основната цел да ја подржува, па дури и да ја спроведува, политиката на владеачкиот слој. Во тие рамки

печатот директно им служи на интересите на државата и нејзините органи. На печатот, најчесто индиректно му се “забранува” да ја критикува владината политика и лицата кои се на власт. Во таа смисла, новинарите трпат одредени притисоци, се брифираат и слично, што се одразува на објективноста на информирањето. Сепак, печатот со многу мали исклучоци се наоѓа во рацете на државата, но во такви тоталитарни општества печатот се јавува посредно како инструмент во рацете на државата.⁶ Владеачкиот слој се залага, како што се истакнува, за строга контрола на мислењето и дискусијата, со што и јавната дискусија мора неминовно да биде ограничена секогаш кога власта мисли дека таа и’ се заканува за нејзината сигурност.⁷

Во осумдесетите години на овој век се појавува неолиберализмот, а со него повторно се афирмира идејата за слобода на печатот и новинарството како негов составен дел. Во своите модели на поставеност, структурирање и делување и земјите од посткомунистичкиот период ги инкорпорираат главните идеи и тези за слободата на печатот. Тоа важи за сите земји во кои владее парламентарната демократија и пазарната економија. Во вакви општествени системи се смета дека печатот би требало да биде во функција на вистината. Тој треба објективно да информира и да ги контролира политичкото, економското, културното, образовното и други дејствувања на владата. Меѓутоа, мора да се признае дека во информирањето не постои “една вистина” и затоа новинарите треба да тргнат од определена позиција која што ќе им гарантира што пообјективно пласирање на информациите. Информациите од печатот не се повеќе директно контролирани од никаква цензура, туку тие се

“контролираат” на слободниот пазар на откривање на вистината. Исто така, најразличните идеи и мислења имаат слободен проток во печатот. Дневните и периодични весници им се достапни на сите граѓани кои имаат економски средства да ги купат. Печатот е во рацете на државата, но и на голем број приватни лица и организации. Со самото тоа се јавуваат и весници и списанија на опозицијата. Од една ваква позиција на читателот му се нудат понекогаш и различни информации за истоветни настани (на настанот се гледа од различен агол). Со тоа читателот се става во ситуација на дилема и кај него се буди креативноста и имагинацијата во сопствено барање на вистината, но често тоа доведува и до збунетост и конфузија во свеста. Посебно интересна проблемска ситуација се јавува тогаш кога за информациите и коментарите кои доаѓаат од печатот дискутираат лица кои читале различен тип на весници и информации. За разлика од тоталитарните системи, печатот е инструмент за контрола на владејачката партија или коалиција на власта. Тој е и инструмент во рацете на опозиционите партии и личности кои не се согласуваат со владината политика, инструмент за постојано критикување на партиите кои се на власт.

Меѓутоа, слободата на печатот е релативна категорија и заради тоа е многу тешко да се утврди границата на неговата слобода и во таа смисла и понатаму постои “јазот меѓу утопијата за слободата на печатот и реалноста”.⁸ Приврзаниците на “апсолутната слобода” се соочуваат и со феноменот на “самоцензурата”. Самоцензурата е, всушност, резултат на влијанието на политичката и економската моќ, сфатена во најширока смисла на зборот, од можното несофпаѓање на интересот на “газдите” на весниците со интересот на најшироката

јавност. Заради тоа “воопшто не е лесно разни делови од јавноста, или разни политички опции, па и различни економски интереси, јавно да се промовираат на тој начин што ќе покренат сопствени гласила”.⁹ Во тоа смисла секое граѓанско општество не е истовремено и општество на благосостојба и со самото тоа голем дел од граѓаните не се економски моќни да ги купат сите гласила кои излегуваат во јавноста. На тој начин информациите не стигнуваат подеднакво до јавноста. На тој начин економски богатите се и “информациски богати”, а економско сиромашните се и “информациски сиромашни”.

На крајот од овој дел да заклучиме дека печатот има своја општествена одговорност. Не може да постои потполна слобода на печатот и тој мора да има свои одговорности пред законите, јавноста и општеството во целина под чија што закрила и настанал. За да ја исполни својата одговорност пред општеството, печатот треба да врши шест функции. Да му служи на политичкиот систем; да ја просветува јавноста; да ги штити правата на поединецот; да му служи на економскиот систем; да обезбедува забава и да воспостави сопствена финансиска самостојност за да се зачува самиот себеси од притисоци на одредени групи или поединци.¹⁰ Во тие рамки печатот ја носи својата одговорност на политички, едукативен, услужен и културен план.

На политички план печатот на своите страници треба да дава информации за работата на владата и другите центри на политичка, социјална и економска моќ. На тој начин тој врши контрола и своевиден притисок врз нив. На едукативен план тој дава информации за најразлични идеи, размислувања и анализи и на тој начин создава најразличен тип на сознанија кај рецепиентите. На услужен план печатот

дава информации на сето она што се случило во земјата и во странство на сите полиња од животот. На културен план печатот информира за заедничките културни вредности на општествената заедница. Истакнувајќи ги доследно овие функции печатот носи свое сопствено бреме на одговорност. Па дури и во случај кога тој како масовен медиум е привилегиран од владејачките центри на политичката и економска моќ, тој има одговорност пред општеството во целина. Сите овие функции и задачи на печатот делуваат заедно, комплементарно и се испреплетуваат едни со други. Само со заедничко исполнување на сите овие функции печатот ја исполнува својата општествена одговорност.

Б) Р А Д И О

Радиото не е повеќе привилегија на одреден повластен слој на општеството, како што било во минатото. Денеска го слушаат, безмалку сите, во домашни услови, на работа, во автомобил, на излети, во продавници итн. Радио апаратите (транзисторите) се присутни и таму кај што се недостапни печатот и телевизијата (во планински места, тешко достапни подрачја, неелектрифицирани населби, кампови итн.) Тоа е неговата основна предност пред останатите масовни медиуми. Него го слушаат сите без разлика на нивната социјално економска ситуација (за разлика од печатот), старосна и полова припадност, подеднакво и во градовите и селата. Тој е достапен и на оние луѓе кои се финансиски и образовно хендикепирани (неписмени). Со еден збор радиото е во вистинска смисла на зборот медиум на масите. Радиото ја совладува и временската и просторната дистанца и на рецепиентите им го доловува чувството на сеприсутност. Тоа може живо да ја документира целата фактичка состојба на земјината топка.

Откритијата какви што се електро магнетните бранови, безжичната телеграфија и радиофонија, го овозможуваат комуницирањето на луѓето без потреба од органска присутност на комуникаторите на самото место на изворот на комуникација.¹¹ Радиото им ја заменува на луѓето присутноста на одредени политички настани, манифестации, пресконференции, концерти, културно - уметнички програми, фестивали, спортски натпревари итн.

Радиото на рецепиентите им става на располагање информации за актуелните тековни настани, преку вестите за дневните настани, кои можат да бидат и од практична важност за слушателите. Освен тоа, ги пренесува говорите и интервјуата со државници и личности од јавниот политички живот со што влијае на функционирањето на општествениот систем. Маршал Мек Луан радиото го нарекува “жежок” медиум, затоа што на едно единствено сетило (слухот) му наметнува содржински, исклучително богати информации во интензивен и сеопфатен обем.

Повеќето социолози и комуниколози се согласуваат со фактот дека радиото е своевидно огледало кое верно ги отсликува севкупните светски настани. Неговата активна функција за општествена преобразба е секундарна. Сепак “пасивната” и “активната” улога на радиото во однос на општествената заедница се преплетуваат и одат “рака под рака”.

Што се однесува до прашањето кој дел од програмата највеќе се слуша, голем број на истражувања (Lazarsfeld, Noredenspreng), покажуваат дека тоа се информативните емисии (вестите), особено за слушателите на 18 години. Меѓутоа, мора да се истакне дека мал дел од

содржината на вестите останува инкорпорирана во главите на слушателите. Оттука може да се истакне дека, кај повеќето реципиенти, слушањето вести е повеќе ритуал и навика, отколку начин да се добијат нови сознанија. Разбирањето на информациите од вестите и создавањето на нови сознанија зависи од актуелноста на вестите, нивната конкретност, идентификацијата и јазичните фактори. Во поново време најслушани се музичките емисии. Во тој поглед очигледно е дека етерот е преплавен со музички радио станици кои исклучиво пуштаат музика од најразличен тип.

На трето место по слушаност се оној тип на емисии кои нас во случајов најмногу не' интересираат. Тоа се најразличните коментари и анализи. Коментарите ги анализираат информациите и на некој начин ги објаснуват вестите и ги синтетизираат општите поими кои што се наоѓаат во информациите. Тие најчесто се врзуваат за една страна на проблемот и анализираат одреден аспект од информациите. Овој тип на емисии треба, пред се', интелектуално (не само перцептивно), да ги активираат реципиентите во проширувањето и продлабочувањето на сознанијата. Преку такво активирање на човековата мислена дејност и неговото рацио, фактичките информации кои се добиваат од радиото се претвараат во сопствен поглед на светот и формирање на социолошки сознанија. Ако направиме паралела помеѓу вестите и коментарите, тогаш можеме да кажеме дека чистите информации се продолжеток на нашите сетила, а анализите и коментарите се еден вид тастер, кој ја вклучува нашата интелектуална и духовна дејност. Информацијата добиена од вестите се доведува во корелација со сопствените сознанија и поглед на светот.

Ако работите ги набљудуваме од социолошкиот аспект, тогаш можеме да констатираме дека секоја радио емисија е своевиден социјален процес, кој ги воспоставува многу широко односите меѓу луѓето и групите во општеството. Радиото, всушност, претставува и најочигледен пример на контактирање на далечина. Специфичноста на радиото, со која тоа се одвојува од останатите масмедиуми, е во тоа што при актот на комуникација еден зборува, а сите останати слушаат. Радиото се обраќа на анонимната маса на луѓе, на која нити и' го знае бројот, нити идентитетот. Од тука се јавува и најголемиот проблем на овој медиум, а тоа е едностраното комуницирање. Се создава една интересна меѓузависност меѓу едностраната активност и едностраната пасивност. Радионовинарите остануваат без одговор и аплауз на она што го работат, бидејќи се работи за половичен социјален контакт, во кој изостанува реакцијата на рецепиентните. Иако сето ова се ублажува со вклучување на слушателите во контакт емисиите во живо, сепак останува фактот дека новинарите одат на "невидено". Затоа пред нив, како главна задача, се поставува императивот да ја познаваат публиката. Со социолошки речник тоа се вика антиципација на ефектот. Врз основа на таа антиципација новинарите ја организираат својата програма.

Специфичен е фактот што кај радиото имаме масовен контакт со огромна маса на публика, но истовремено тој контакт е раздробен и индивидуализиран. Радиото се слуша најчесто во семеен круг од 3 - 4 лица, а многу често тоа се слуша индивидуално (осамено). Се работи за масовен контакт на меѓусебно оддалечени и осамени поединци. Радиото својот најголем ефект го постигнува кога неговите

пораки доаѓаат до изолираните лица и осамениците. Радиото игра голема улога во болничките установи, каде на рековалесцентите им дава чувство на неизолираност и “присуство” во настаните.

За разлика од меѓусебниот контакт помеѓу две или повеќе лица, кога најчесто лицето мора да го сослуша соговорникот до крајот на нивниот разговор, кај радиокontaktот слушателот може да го исклучи радиоапаратот кога ќе посака, а при тоа никој да не го забележи (има посебен позитивен психолошки ефект). И што е многу значајно, при исклучувањето на својот апарат, лицето не им попречува на останатите членови на публиката да продолжат да ја следат програмата. Инаку публиката е хетерогена по својата социјална припадност, пол, возраст, старост, степен на образование и интереси. Целата таа хетерогеност на публиката за новинарите е анонимна. Заради тоа радио програмата треба да има голема ширина и да се состои од голем број на емисии со најразлични жанрови, со брзо сменување на разновидни впечатоци. При инсистирањето на ширината може да се изгуби едукативната длабочина на програмата. Од социолошко и културолошко гледиште, радиото обезбедува максимална јавност на изведбата. Ниеден друг масмедиум не обезбедува таков максимален публицитет.

Радиото е незаменлив апарат за социјална комуникација и извонредна шанса за креаторите на програмата за директно влијание на слушателите. Овој масмедиум има можност да ги поврзе едни народи со други во рамките на размената на културни вредности, со што радиото станува филтер на културна интеракција. “Долгите и кратки бранови со таинствена сила, кои во делчиња од секундата ни’ пренесуваат тонови и

зборови од големи далечини, вибрираат во очекување на слободоумни и благотворни идеи и чувства, кои човекот толку пожелно ги прима”.¹²

Радиото во основа ја надополнува едукативната функција на масмедиумите што ја започнува печатот. Образовната улога на радиото својата потешкотија ја има во фактот што не постои непосредна врска меѓу новинарите и слушателите. Радиото се обраќа на широк аудиториум, кој има различно образовно ниво и различен степен на предзнаења за одредена научна област. Поаѓајќи од тоа, емисиите треба да бидат широка лепеза на информации и да се постигне извесна рамнотежа во тие емисии. Научните анализи и коментарите мора да се врзат со емисии од забавен карактер. Тоа значи образовните и забавните содржини треба да се испреплетуваат, за пораките од образовните програми да стигнат и до оние слушатели со пониско образовно ниво. Исто така, овој тип на слушатели мора да се поттикне да ги слуша тие содржини и да се заинтригира за одредениот проблем кој се актуелизира. Тоа се постигнува преку вклучување на гледачите во емисијата и слушателот иако неспремен и неук за одреден проблем се појавува во улога на испитувач. На тој начин, публиката се поттикнува на полемика со новинарите и нивните гости во студиото.

При реализација на вакви обвразовно - контактни емисии, обично се мисли дека ќе се вклучи мал круг на слушатели но, подоцна, доколку темата на емисијата е интересна, актуелна и од практичен карактер, се шири кругот на контакт - публиката. Овој интерес на слушателите уште повеќе се зголемува доколку во студиото има компетентни гости, кои за еден ист проблем имаат спротивставени

ставови. За да се активираат слушателите најпрво треба да се активираат говорниците.

Голем дел од едукативните програми им се посветени на децата и учениците од најразлична возраст. Меѓутоа, за жал, мораме да констатираме дека радиото многу помалку води сметка за учениците, како живи суштества затворени во специфичните животни и воспитно - образовни услови, отколку за задачите и целите кои возрасните им ги определиле на децата и кои колерираат со званичните норми на однесување и актуелниот воспитно - образовен систем. Со тоа се остварува директната педагошка функција на радиото, која многу лесно може да се претвори во догматска. Во поново време се бараат патиишта да се дојде до сопствениот живот на учениците и да се допре до нивниот посебен свет на размислувања. За да се слушнат нивните ставови и размислувања учениците се' повеќе се вклучуваат во контактните емисии од отворен тип; учениците се вклучуваат во емисиите не како објект кој слуша, туку како субјект кој говори. Радиото, преку своите едукативни програми, влијае врз учениците во најзначајната фаза од нивниот живот (адолесценцијата). Радиото како средство за масовна комуникација влијае на ученикот како на личност која што живее во одредени специфични услови, за да може преку живиот збор да влијае на обликувањето на тие животни услови и на тој начин допринесува да се задоволат претставите, ставовите и вредностите за животот околу нив и да се подигнат на едно повисоко ниво.

Наставниците се' повеќе се свесни за значењето на овој медиум во што поуспешното изведување и организирање на наставата. Заради тоа Вилијам Левенсон и Едвард Сташеф со право констатирале

дека креативен наставник “не може себеси да си дозволи да биде само нем набљудувач на општествените збиднувања. Образованието како интегрален дел на современиот живот станува се’ посложено.”¹³

За да изградиме современа, креативна и творечка настава, наставникот мора да ги користи сите средства и знаења на општествената заедница за потребите на своите ученици. Во таа смисла, радиото во наставата може да се користи на два начина. Тоа може да биде интересен фактор во наставата, кога се користи како наставно средство и помагало, како замена и надополнување на останатите средства, како што се таблата, кредата, шемите, учебникот и други. Во таа намена, радиото се користи во наставата во комбинација со другите аудиовизуелни средства.

Уште позначајна е улогата на овој масмедиум во “неформалното” образование, како екстерен фактор во воспитанието и образованието. Наставникот мора да го сфати фактот дека со децата работи неколку часа неделно. Целото останато време учениците се изложени на воннаставни влијанија. Сега се поставува клучното прашање: Како наставникот да ги искористи овие воннаставни влијанија во организирање на самата настава ? Како природниот интерес кои децата го покажуваат кон радиото да се искористи во училиштето?

Постојат неколку фактори кои му овозможуваат на радиото да се јави како екстерен чинител на воспитно -образовниот систем. Како прво, тоа се актуелноста на радиоемисиите. Радиото својот најголем придонес го дава во актуелизација и проблематизација на наставните теми и единици. Овој масмедиум ги презентира и интерпретира настаните додека се уште актуелни (пред да станат историја). Додека

учениците ги слушаат вестите и коментарите, стануваат свесни за социолошката стварност која ги опкружува и за сето она што ги очекува во животот кога ќе се осамостојат. Вториот фактор се состои во тоа што емисиите на радиостаниците освојуваат големи пространства. Радиото го пренесува живиот збор со невидена брзина. Сите оние феномени што на учениците им се тешко достапни од просторен аспект, преку следењето на меѓународните станици се приближуваат.

Следниот многу значаен фактор е што радиото им дава на учениците чувство на самоучествување. Креативниот наставник знае дека за рационално и продуктивно учење, многу покорисно е непосредното искуство од посредното. За учењето да не биде обично меморирање и учениците да го почувствуваат задоволството на самооткривањето и сопствените асоцијации и имагинации, потребно е да се користат социолошките сознанија добиени од радиото. Со тоа вратата на училницата се “отвара” кон надворешниот свет. Многу важен е и фактот што радиото се јавува како емоционална сила за развивање на ставовите кај учениците. Радиото може во многу да ја забрза акумулацијата на факти во ученичките глави. Меѓутоа, многу е значајно како тие инкорпорирани факти ќе се пренесат во ставови и на кој начин ќе му помогнат на ученикот за поуспешен практичен живот. Ставовите многу често не произлегуваат од логичкото размислување. Во таа смисла емоциите имаат силно влијание. Со примената на драмските и музичките ефекти радиото создава позитивен емоционален набој кај учениците.

Радиото му помага на наставникот да дојде до најдобар извор на информации, достапните податоци стално да ги зголемува и да

го освежи и обнови своето знаење. Излагањето на најразлични експерти по најразлични општествени прашања во радио емисиите (интервјуа, коментари, дебати) се од голема корист за наставниците, кои пермеанентно трагаат по нови социолошки сознанија. Од друга страна, пак, сите овие информации добиени од радиото, на учениците им помагаат во полесно совладување на наставата. Како императив се поставува барањето за синтеза на знаењата стекнати од наставникот и учебникот и на оние стекнати од радиото и другите масмедиуми.

Од наведеното се гледа дека радиото ја повикува догматската настава, во чија основа лежи пасивното учење, “на двобој”. Ученикот, преку сознанијата добиени од радиото, ја доведува во прашање мудроста на наставникот и го анализира квалитетот на учебникот, кој од пошироката општествена заедница му е одреден на располагање.

На крајот од овој дел ќе завршиме со неколку прекрасни мисли на Едгар Дале, кој за луѓето вели дека “можат да се поделат на две групи: оние со свест налик на сунѓер и оние со критичка свест”. Првите без “трошка на недоверба го прифаќаат она што стоело во учебникот или она што го чуле на катедрата. Нивната свест е порозна како сунѓер и таа го апсорбира, но не и го асимилира, тоа што го слуша”. Вторите “трагаат за скриените претпоставки, неоправдано донесените заклучоци, лажната аналогија.”¹⁴

В) Т Е Л Е В И З И Ј А

Телевизијата како масовен медиум настанала најдоцна и таа се надоврзува на печатот и радиото. Таа е своевиден спој на стрипот, радиото и филмот. Во однос на другите медиуми телевизијата е најбрза,

најеластична и најажурна во пласирањето на информациите. Нејзината технологија и' помага директно да присуствува на самото место на настаните и од таму да информира во живо. Таа не е документ, туку жив соучесник со настаните. Користејќи ги сите свои предности, таа создава најавтентична претстава за настаните. Кај публиката владее мислење дека на нејзините програми оди само она што е значајно, и дека доколку некој настан не се објавил на телевизијата "како и да не се случил". Телевизијата се јавува како мерило за важноста на настаните.

Телевизијата настанала со пронаоѓањето на микрофонот, звучникот, приемникот, електричниот сигнал, антенските системи. ТВ приемникот се усовршува со секојдневните пронаоѓања и новитети на полето на електрониката. Со сето ова и со помош на сателитите, се овозможува истовремено пренесување на гласот и сликата на сите простори на земјината топка. Нејзини претходници, кои го составиле мозаикот наречен телевизија, се стрипот, фотографијата, филмот, радиото и грамофонот.

Во срединта на XIX век, кога печатот излегувал во поголеми тиражи, се појавил еден нов автохтон масовен медиум наречен стрип. Овде зборуваме за цртаните стрипови, кои излегувале во големи тиражи. Тие во исто време го симулирале движењето и зборот и давале илузија на динамика. Стрипот си создал своја публика, која била строго структурирана и таа диктирала што ќе се произведува, а што не.

Визуелните елементи, како што се фотографијата и филмот, имаат извонредно значење за појавата на телевизијата. Појавата на фотографијата е во тесна врска со зголемувањето на тиражот на дневниот и периодичен печат. Таа го илустрира текстот и прави врска,

помеѓу сликата и зборот. Понекогаш една фотографија може да направи многу повеќе од десетици страници чист текст.

Кинематографијата ја најавува новата ера на масовното комуницирање. Таа на своевиден хиперреалистичен начин им се обраќа на широките народни маси. Филмската лента може да се прикажува во долг временски период и може да има безброј гледачи. Еден ист филм има предиспозиција да го видат огромен број на луѓе. Од друга страна се' што е снимено на филмската лента може да се сочува како своевиден документ на едно време и сето тоа да им се прикажува на следните генерации. Паралелно со библиотеките почнуваат да се појавуваат и кинотеките.

Освен визуелните елементи, за појавата на телевизијата огромна улога имаат аудитивните елементи, какви што се на пример радиото и грамофонот. Со појавата на грамофонот, одеднаш музичките и останати снимки можеа да се преслушуваат во неограничен број и да влезат во секој дом. Грамофонот е еден од првите претпоставки за демократизација во рамките на масовната публика. Повеќе не мораше да се оди во салите за да се слушаат концертите. Со тоа слушателите што живеат во помалите населени места, на некој начин се израмнија со оние што живеат во големите градови. За улогата и значењето на радиото говоревме во претходниот дел. Со еден збор стрипот, фотографијата, филмот и радиото ја прикажуваат целината на светските збиднувања со своите аудиовизуелни карактеристики.

Во рамките на спомнатите масмедиуми се создава претпоставка за еден, би можело да се каже, универзален медиум кој влијае во сите области на општествениот живот. Телевизијата на некој

начин ги обединила во себе сите претходни медиуми и ја приграбила целокупната публика. На телевизијата се надоградува и видеото, кое овозможува било која ТВ емисија да се снима и да се гледа во било кое време. Во најново време на неа се надоврзуваат и најразличните забавни игри за деца (nintendo, super nintendo, gem - boy) кои овозможуваат своевидна забавна едукација на најмладите. Сателитската телевизија преку телетекстови во секое време дава информации од типот на банкарски извештаи, извештаи од берзите на најразлични типови на стока. Кабловската телевизија овозможува следење на одреден број сателитски програми и на македонски јазик (титлувано, синхронизирано или во вид на коментар).

Во таа смисла би се сложиле со констатацијата дека телевизијата има двостран карактер. Таа од една страна е хибриден, а од друга страна автохтон медиум.¹⁵ Хибриден е затоа што ги презема битните елементи и карактеристики на останатите масмедиуми (наративноста од книжевноста, пиктуралноста од стрипот, драматургијата од филмот и говорот од радиото). Во исто време телевизијата е и автохтона, затоа што на свој специфичен начин ги обединува сите овие елементи и создава свои сопствени производи, кои по многу суштински карактеристики се разликуваат од производите на сите други средства за масовна комуникација.

Од сето досега кажано можеме да заклучиме дека телевизијата е најмладо, најпотполно и насовремено средство за масовна комуникација. Ако се обидеме да направиме една мала историска ретроспектива, можеме да заклучиме дека појавата на телевизијата е условена од пронајдокот на електрохемиското дејство на светлоста во

XIX век и катодната цевка во XX век.¹⁶ Во ерата на безбројните технички пронајдоци во 1910 година пронаједена е електронската светлечка лампа, а во 1913 профункционирал и првиот иконоскоп. Откако во 1932 година проработило првото телекино, во 1936 се произведени првите сто телевизори. Во различни делови во Европа, во различно време започнале првите ТВ програми.¹⁷ Бројот на телевизиски центри и станици од ден на ден енормно се зголемувал. На пример, во 1940 година во целиот свет постоеле само 23 ТВ станици, а сега само во Скопје ги има, ни повеќе ни помалку, 20. Македонија со своја телевизиска програма почнува во 1975 година, во рамките на тогашната ЈРТ, која со своја заедничка програма започнува во 1958 година со своите први студија во Загреб, Љубљана и Белград.

Од својата појава, па до денес, телевизијата извршила огромно влијание на општеството во целина, а посебно на културата, вредностите, политичкиот живот и образованието. Телевизијата на најдобар можен начин ја остварува прочуената порака на Маршал Меклуан дека самиот медиум е порака.¹⁸ Таа ги урне географските и културните бариери и изврши револуција во начинот на живот и мислење кај луѓето од целиот свет.

Телевизијата станува интегрален дел на општествениот живот, затоа што луѓето во просек гледаат 4 - 5 часови дневно. За разлика од сите останати медиуми, телевизијата кај гледачите го буди чувството дека она што го гледаат е вистина. Пораките, информациите, коментарите, прилозите, документарните програми, па дури и драмските програми, зрачат со таква една реална слика, со која другите средства за масовна комуникација не можат да се профалат.¹⁹ Овој медиум ги

направи безначајни регионалните, географските и класнослојните разлики. Одредени типови и видови на печат ги читаат луѓе со различно ниво на образование. на пример, кај нас “Нова Македонија” и “Пулс” го чита население со повисок степен на образование, додека Вечер и М - Експрес во основа ги чита публика со понизок степен на образование. За разлика од тоа, голем број на телевизиски емисии ги гледа публика со најразличен степен на образование (дневник, политички програми, дебатни емисии, преноси од собрание, културни и спортски преноси итн.).

Телевизијата, исто така, ја премостува културната бездна помеѓу жителите на едно, на пример, планинско село и жителите на едно ексклузивно подрачје во градот. Заради постепено уривање на културните разлики помеѓу селското население и она што живее во поголемите градови, младите луѓе го избегнуваат “шокот” кога за прв пат ќе дојдат да учат или студираат во големиот град. Децата преку читање на најразлични книги и приказни го учат, на некој начин, однесувањето на возрасните. Телевизијата тоа го прави со многу поголем интензитет. Децата не гледаат само детски програми. Тие во исто време заедно со родителите гледаат филмови (комедии, научна фантастика) серии, драмски програми итн.²⁰ На тој начин децата многу порано од својата 20 - 23 годишна возраст го гледаат животот на возрасните, тука и особено во светот.

Најголемото влијание, се чини, телевизијата го одигра во менување на традиционалните вредности и мерила за успешен и среќен живот. Вредностите од некои други земји и цивилизации, силно и незапирливо продираат и на нашите простори. Исто така, преку ТВ

екраните публиката развива интимни и блиски односи со јавните личности, слични на оние што ги има во најблиската околина. Преку отворените контактни програми, на рецепиентите им се укажува можност да разговараат со политичари, научници, естрадни и спортски ѕвезди.

Телевизијата во моментот буквално го покрива целиот свет и со таа сеприсутност расте и нејзината реалност и уверливост. Таа повикува, а во исто време преку своето масмедиумско влијание, создава експерти по одредени области. ТВ програмите многу често го одржуваат редоследот на приоритетни прашања во општествениот живот и параметрите во чии рамки ќе се води дискусија по одредени прашања.²¹ Телевизијата го стандардизира комуницирањето во една општествена заедница, па дури може да се извлече “храбар” заклучок и дека ја стандардизира и културата во рамките на истата.

Телевизијата, исто така, доби и интензивен промотивен карактер. Преку нејзините емисии се промовираат најразлични политички програми и гледишта, размислувања на политички лидери и луѓе од актуелната власт. Телевизијата создаде услови и извор за општествен и академски напредок на најразлични видови на интелектуалци (професори, лекари, истражувачи). Се промовираат голем број на естрадни ѕвезди и спортисти од најразлични спортови. Во многу земји во светот телевизиските настапи се сметаат како референци и имаат влијание врз изборот и напредокот на универзитетските професори.

Телевизијата како најмоќно средство за масовна комуникација има огромна улога во рекламирањето на сите видови на производи од широка потрошувачка. Рекламните куќи имаат обичај да

кажат дека е подобра било каква телевизија (па макар и лоша) од никаква телевизија. Оној производ кој што не се рекламира на телевизискиот медиум има мали шанси да се пробие до потрошувачите. Лош производ со одлична и атрактивна направена реклама подобро се продава од добар производ со лоша реклама.

Телевизијата исто така во голема мера ја унапредува и политичката култура кај населението во нашата земја.²² Телевизијата тоа го прави од повеќе аспекти. Како прво, таа е достапна на сите членови на општествената заедница и тука речиси нема привилегии. Гледачите се потполно рамноправни пред ТВ екранот без разлика на возраста, полот, образованието, социјалниот статус, моќ итн. Значи, кога дава политички информации од било каков вид телевизијата ја урива поделбата на привилегирани и помалку привилегирани (елита и маса). Телевизијата, исто така, ги иновлира луѓето во одредени подрачја на општествениот живот за кои тие толку порано не биле заинтересирани. Таков е случајот со политиката. Луѓето се навикнуваат да гледаат одредени програми во точно определено време без разлика на содржината (“Дневник”, “Без наслов но со повод”, “Актуелно”, “ТВ дуел”, “Трибина” итн.).

Во тој контекст е многу значаен фактот што телевизијата во извесен степен ги менува и формира ставовите кај рецепиентите. Овој масмедиум особено делува на оние гледачи кои немаат цврсто оформено политичко становиште. Ова средство за масовна комуникација на политичкиот живот му дава реална слика и го приближува до гледачот. И во секој случај треба да се истакне дека телевизијата ги афирмира малцинствата, малите етнички групи и малите политички партии и

субјекти и со тоа ја промовира и шири демократизацијата во општествената заедница.

На крајот од овој дел да ја истакнеме и неоспорната и голема улога на телевизијата во областа на образованието. Тогаш зборуваме за таканаречената гносеолошко - едукативна функција на телевизијата. Во воведувањето на нова образовна технологија во системот на образование, телевизијата има првостепено значење. Таканареченото конвенционално училиште без телевизија, како интересен и екстерен фактор, нема шанси теоретско и практично да ги подготви и воведи учениците во демократските токови на граѓанското општество. Секаде во светот образованието е незамисливо без учество на телевизијата. Таа е агенс на позитивните промени во воспитно - образовниот процес.

Квалитетот на образовната програма на телевизијата е од пресудно значење за зголемување на квалитетот на образованието средните училишта. Тоа зависи од креативноста и од творечкиот пристап на новинарите и на уредникот на таа програма. Доколку образовната програма е квалитетна, таа ги поттикнува наставниците да ги напуштаат старите методи и форми на наставна работа и да воведат нови со кои ќе ја унапредат наставата. Исто така учениците ќе ги усвојуваат методите на самообразување, во кои што животот, книгата и радиотелевизијата ќе им бидат извори на информација, а наставниците квалификувани помошници.²³ На тој начин учениците стануваат активни субјекти и во наставата и во целокупниот општествен живот.

Информативните, образовните, документарните, училишните и други програми треба, помеѓу другото, да го унапредуваат

образовниот процес, да влијаат врз економскиот и општествениот развој и да земаат учество врз создавањето на моралните вредности и норми во едно општество. Во најново време сателитската програма се јавува како фактор на едукација. Меѓутоа, тука веќе можеме да зборуваме за стандардизирана и хомогенизирана едукација од светски размери.

Се сложуваме со мислењето на многу теоретичари, дека треба да се изработи квалитетна методологија на користење на телевизиските програми во образованието (особено во средното), која ќе ни ги покаже најдобрите и најрационални патеки за најрационално користење на ова средство за масовна комуникација во образовниот систем. На крајот од овој дел да завршам со мислата на Мирољуб Јевтовиќ, кој вели дека телевизијата “ги разгази патеките за нови начини на учење без кои повеќе никогаш никој нема да може, ако сака се помалку да заостанува зад одот на современото човештво”.²⁴

ЗАБЕЛЕШКИ

1. Види: Trenković Mario, Teorija i praksa javnog komuniciranja, "Izdavačko instruktivno biro", Zagreb, 1983.
2. Đorđević Toma, Teorija masovnih komunikacija, Beograd, 1989.
3. Исто, стр.152.
4. Види: Ореч Мате, Основи система информисања, "Привредни преглед", Београд, 1977.
5. Така во 1530 година започнала првата цензура која почнала да го контролира и пропушта низ "сито" сето она што излегува од печатарската машина. Право на цензура имале световните и црковни власти.
6. Види: Мокров Боро, Современи теории на журналистиката, "Студентски збор", Скопје, 1991.
7. Види: Зиберт Фред, Аитерсон Т. и Шрам В., Четири теории за печатот, "Степ", Скопје, 1994.
8. Груевски Томе, Современиот печат во Македонија, "Студентски збор", Скопје, 1995, стр.70.
9. Исто, стр.72.
10. Груевски Томе, цитирано дело, стр.74.
11. Електромагнетните бранови ги открил Херц во 1887 година; безжичната телефонија е дело на Маркони во 1902, а првата радио емисија е одржана во Њујорк во 1913 година.
12. Зборник: Aspekti radija, Sarajevo, 1978, str.277.
13. Исто, стр. 322.
14. Исто, стр. 328.
15. Види: Вошњакović Mata, Kulturna funkcija televizije, Zagreb, 1984.
16. Телевизијата функционира на тој начин што сликата што се создава во цевката, која се наоѓа во комората, преку каблови или преку електромагнетни бранови ги пренесува електричните импулси до телевизискиот приемник.

17. Првите ТВ програми почнале во САД после 1918 година. Во Русија почнале во 1938 година, во Санкт Петербург. Во Англија со ТВ емисии започнале меѓу 1938 и 1939. На бившите југословенски простори во 1958 година.
18. Orvell Miles, Još jedan pogled na Maršala Mekluena, "Pregled", br.221, 1983.
19. Rothman Stanley; Lerner Robert, Televizija i revolucija komunikacija, "Pregled", br.248, 1989/90.
20. Карактеристични примери за тоа, на пример, се "Касандра", "Среќни луѓе", "Македонски народни приказни" и слично
21. Rothman Stanley i Lerner Robert, Televizija i revolucija komunikacija, "Pregled", br.248, 1989/90, str.54.
22. Новосел Павао ја подразбира политичката култура како низа од когнитивни и афективни процеси, кои поединецот заедно со неговото семејство и професионална група, ги вклучуваат во демократските политички текови и му ја одредуваат сопствената улога во тој тек.
23. Jeftović Miroљub, Televizija u službi obrazovanja, "RTV", br.17, 1980, str.30.
24. Исто, стр.35.

Ш Д Е Л

1. УЧЕНИЦИТЕ ВО СРЕДНИТЕ УЧИЛИШТА КАКО РЕЦЕПИЕНТИ ВО ПРОЦЕСОТ НА МАСОВНОТО КОМУНИЦИРАЊЕ

Образовниот процес во средните училишта, во најголемиот дел, се состои од настава по предметите предвидени со наставниот план. Основен чинител на наставниот процес е ученикот. Тој е субјект во наставата. Впрочем и за него се реализира наставниот процес по сите предмети кои му се предвидени во текот на школувањето. Преку наставата по социологија учениците треба да бидат теоретски и практично оспособени за ефикасен живот и работа во демократско општество. Учениците треба да се поттикнат да го развијат интелектуалниот потенцијал, емоциите, моралното и општествено битие, кои како основни атрибути би ги направиле сестрано развиени личности. Ученикот секогаш треба да се стреми кон идеалот наречен сестрана личност ослободена од сите предрасуди.

Заради тоа, учениците треба да постигнат сестрана и оптимална активност во училишните клупи и надвор од нив. Во таа смисла се' повеќе се наметнува потребата од осамостојување на учениците во усвојување на социлошките сознанија. Креативноста и творечкиот пристап на наставникот по социологија се верификуваат во добрата проценка на работните способности на секој ученик; поединечните особености во ритамот на активностите и сигурност во работата; прилагодување на работните задачи кон потребите на секој ученик; давање помош кога е таа потребна и максимално мобилизирање

на знаењата, умеењата, навиките, емоционалните и мисловните можности, мотивите, интересирањето и вниманието кај сите ученици.

Треба и мора во средното образование да се разработи системот на самостојни активности на часот и да се обезбеди поголем дел од времето за овој значаен вид активност кај младите, во која многу често доаѓа до исполнување и воспоставување на творечките одлики. Тоа ќе овозможи формирање на самостојни млади личности, кои во животот ќе бидат повешти, покорисни, поефикасни и на крајот посреќни. Во таа смисла, наставникот секогаш треба да тежнее да го зголеми степенот на самостојност кај секој ученик и да обезбеди потполна афирмација на секој од нив. Наставникот и родителот никогаш не треба да се сомневаат во можностите на учениците. За жал, во практиката е чест обратниот случај. Сепак, тоа води кон нееластичност, неотстапување од вообичаениот стил на работа на наставникот, догматизам во неговите мисли и постапки, неадекватно вреднување на ученичката активност, блокирање на интелектуалниот и работниот потенцијал кај ученикот и заостанување во неговиот творечки развој.

Во рамките на тоа се зголемува значењето на домашните задачи што треба да им се дадат на учениците. Наставникот по социологија, голем дел од своето време треба да посвети во формулирање на индивидуални домашни задачи за секој ученик, од една страна и, задачи за ученици со слични интелектуални способности, од друга страна. Тоа би биле самостојни и групни домашни задачи. Заради тоа, во училишните колективи каде што нема план во давањето на домашните задачи и временски норми на ученичката активност при нивната изработка; кога секој наставник има своја норма и свој став каде

домашните задачи не се индивидуализираат со цел да му се помогне на секој ученик во неговиот развој; каде што нема исправно прегледување на домашните задачи и нивно користење во наставата - не може да стане збор за значајно творештво на наставникот во давањето на домашни, индивидуализирани и групни задачи.¹ Со адекватно и се' почесто воведување на индивидуалната и групна форма на работа јакне мотивот за конкуренција кај учениците. Овој мотив особено се користи во воспитно - образовниот систем на САД.

Инволвирањето на средствата за масовна комуникација во образованието е во тесна корелација со наставниот процес и е условен со две позиции на ученикот во него. Едниот е самостојната работа на ученикот во наставата, а вториот е неговото промовирање како субјект во активната настава. Самостојната работа во основа е мобилизирање на вкупните индивидуални интелектуални капацитети на секој ученик во рамките на наставата. Преку нивната самостојна активност кај учениците се создава сопствена одговорност и задоволство од извршената работа. Во исто време, кај учениците се изострува слухот за самовреднување и самооценување. При самостојната работа се спојува самостојното мислење за решавање на одреден социолошки проблем со своевидната практична активност за решавање на истиот. Значи, на некој начин се спојуваат теоријата и праксата. Она што е суштинско кај самостојната работа е тоа што учениците имаат активен однос кон понудените знаења. Тие преку индивидуалната форма на наставна работа се поставуваат спрема социолошките проблеми "ан фас" и се обидуваат секој на свој индивидуален начин да ги реши. Значи, се работи за активно присвојување на социолошките знаења.

Самостојната работа не смее да се импровизира, туку треба концепциски да се осмисли во рамките на училиштето воопшто и во рамките на глобалното, тематското и оперативното планирање на наставата од страна на секој наставник посебно. Самостојната работа се остварува преку индивидуалната форма на настава. Тоа концепциски може да се изведе на два начина. Едниот од нив е да им се зададе на учениците иста или различна задача за одреден социолошки проблем (да прочитаат некој текст, да погледаат некој филм или претстава, да погледаат некоја определена ТВ емисија, да слушнат некоја радио програма). Потоа на следниот час наставникот, користејќи го скандалот, создава “збунувачка” и проблемска ситуација на часот и бара од учениците секој со свои индивидуални искажувања и видувања да дојде до суштината и коренот на социолошкиот проблем.²

Со еден збор кажано, самостојната работа на учениците претставува планска, целесообразно организирана активност, при која учениците, во согласност со нивната постојана психофизичка развиеност, самостојно, без директно учество на наставникот, работат врз решавање на задачи кои се однапред планирани, осмислени и зададени од страна на наставникот или ученикот.³

Со развојот на образовниот процес, ученикот од објект се повеќе станува субјект во наставата. Во таа смисла се поставува основната дилема дали треба да се вреднува квантитетот и квалитетот на учениковото знаење или пак да се оценува начинот на кој што ученикот ги восприема понудените знаења од страната на наставникот или од некои наставни средства и помагала. Доколку се избориме да го вреднуваме второто, тогаш ќе се доведеме до благопријатна ситуација -

ученикот да не го усвојува, туку на своевиден начин да го создава своето знаење. Во таа смисла, сознанијата за одредени социолошки проблеми не се инкорпорираат во главите на учениците како нешто “здрavo за готово”, туку тие определени сознанија се создаваат и усовршуваат од страна на ученичките глави.

За да се обезбеди активна позиција на ученикот во наставата, потребни се субјективност на ученикот, негово соработничко и активно учење и интерактивен пристап во наставата. Во таа смисла, клучно е прашањето со какви дидактичко - методички принципи и со каква образовна технологија “ќе му се обезбеди активна позиција на ученикот во современата настава”.

За да биде окарактеризиран како активен субјект во наставата по социологија, ученикот треба да ги поседува следните четири карактеристики, а тоа се: слободата, самостојноста, љубопитноста и активноста. Слободата значи ученикот да биде слободен во искажување на своите ставови и размислувања, макар тие да бидат и погрешни и невалидни. При искажување на своите ставови, ученикот не треба да се плаши од авторитетот на наставникот, од една страна и, од начинот на кој ќе реагираат неговите соученици на неговите размислувања, од друга страна. Ученикот треба да биде самостоен во решавањето на некој социолошки проблем и да има свое самостојно мислење и став, иако истите можат, повеќе или помалку, да не се сложуваат со ставовите и мислењата на останатите ученици или наставникот. Исто така, ученикот треба да биде самостоен во решавањето на домашните задачи. За карактеристиките на самостојноста во работата на учениците во наставата, пошироко

говоревме пред малку и заради тоа во овој момент за овој фактор на активниот ученик не се задржуваме повеќе.

Третиот елемент е активноста на ученикот. Таа треба да биде перманентна и во ниеден момент ученикот не смее пасивно и немо да ја набљудува целокупната ситуација, која се создава на часот на кој и тој присуствува. Перманентната активност на ученикот се поттикнува и со мотивот за компетиција. Овој мотив треба да се јавува кај децата уште во предучилишната возраст за кога ќе пораснат, во секое време и простор, да се трудат да бидат подобри и поуспешни од нивните ученици, а подоцна од нивните колеги, пријатели, другари. И на крајот, тука е факторот љубопитност без кој не може да се замисли активната позиција на ученикот. Љубопитноста е вродена антополошка карактеристика на човекот и неа секој ја има повеќе или помалку. Проблемот е во тоа таа, преку најразлични механизми, да се поттикнува и да се развива кај учениците.

Заради проблемскиот карактер на активната настава, во неа преовладуваат полистратегиските модели на работа, како синтеза од алгоритамски и хеуристички приоди во процесите на учење. Според методичките белези, “активната настава е полиморфна, како во однос на формите, така и во однос на методите на работа. Се афирмира самоучењето како процес и се востановува дух на соработка и творештво во процесите на создавање”.⁴

Сега се поставува прашањето колку учениците во средно образование се појавуваат како рецепиенти на средствата за масовна комуникација. Уште пред да влезат во училишните клупи, децата имаат стаж на консументи (особено на телевизиските програми). Процесот на

гледање на телевизија, слушање на детски радио програми (приказни и песни) и читање (од страна на родителите) на детските страници од дневниот и периодичен печат (“Микиев забавник”, “Колибри”) почнува во раното детство. Културата, во која што сознанијата зависат од способноста да се чита, слуша и гледа, бараат подготовки пред да се продре во мноштвото тајни на животот на возрасните.⁵

Преку средствата за масовна комуникација учениците се запознаваат со голем број на феномени од социолошката проблематика. Тие гледаат вести скоро секој ден. Освен тоа ја гледаат училишната програма (“Свон”, “Пулсирања”), образовната програма, документарната програма (“Опстанок”), филмска програма, музичка, спортска итн. Читаат мноштво весници наменети за младите (“Блеф”, “Млад борец”).

Сите тие написи и емисии се занимаваат, на некој начин, со теми од општествената проблематика. Сето ова, заедно со останатите фактори, ги урива карактеристиките на старото традиционално училиште, каде што единствено наставникот и понекоја стара книга биле извор на целокупното сознание. Понекогаш, гледајќи телевизија или читајќи печат, учениците се чувствуваат како да се наоѓаат во училишните клупи. Масмедиумите силно влијаат врз хомогенизирањето на нашето образование во целата земја. Заради тоа, иако можеме да најдеме многу непрекинати врски со минатото, природата и улогата на средствата за масовна комуникација драматично се измениле за последните тринаесет и пет години. Оваа промена претставува посебна револуција во целокупниот низ на револуции. Таа направи да се променат мислењата, ставовите и мерилата на вредности. Направи темелни промени во

работата, на многу значајни институции, меѓу кои и образованието.⁶ Го сакале тоа ние или не, оваа револуција продолжува.

Во овој контекст, треба да укажеме и на неколку фактори кои го прават секој ученик своевиден свет за себе. Иако, во глобала земено, бебињата проодуваат во втората година од нивниот живот, а прозборуваат во третата, сепак секое од нив тоа го прави на посебен начин. Кога ќе влезат во училишните клупи некои деца најлесно ги меморираат содржините кои им се зададени во строго организирани образовни средини со висок степен на ред и дисциплина. Напротив, други деца, многу подобро напредуваат во потолерантни средини, каде ситуацијата на часот е порелаксирана и каде што царува нивниот дијалог со наставниците. Некои деца најдобро учат на самиот час, било од наставникот, било од нивните сопствени размислувања и најразлични ангажмани. Други деца, пак, најдобро учат од учебниците кои им се зададени како задолжителни. Трети, сето тоа го прават користејќи ги другите наставни средства. На едни им се достапни строго пропишани дози на нови сознанија, а пак другите бараат да се соочат со предизвикот кој го носи новиот проблем и тие во себе поседуваат висок степен на одговорност сами да ја испланираат и извршат својата индивидуална задача.

Од сето ова може да се заклучи дека не постои идеален тип на настава, идеален наставен метод и идеална форма на наставна работа. Заради тоа, наставата треба во основа да биде неконвенционална, еластична, повеќедимензионална и интердисциплинарна. Оттука, барањето за образование расте, а не опаѓа. Тоа што опаѓа и тоа прилично брзо е побарувачката за традиционално образование во

традиционалните училишта.⁷ Во рушење на старите конвенционални и традиционални средни училишта, кои претендирале догматски, бирократски и шематизиран начин на усвојување на знаења, голем удел имаат и средствата за масовна комуникација. Тие заедно со останатите фактори, во најголем број случаи, ќе го крунисаат ученикот како творечки, активен и креативен субјект, во наставата по социологија во средното образование.

ЗАБЕЛЕШКИ

1. Filipović Nikola, Stvaralaštvo u nastavi, "Zavod za izdavanje učebnika", Sarajevo, 1969, str.127.
2. Маринковиќ Јосип го дефинира скандалот како методичка постапка (пристап), кој преку соочување со фактите ги придвижува мислените постапки на учениците и ги тера да завземат одреден став спрема поставениот проблем, или барем ги доведува учениците во ситуација која ги збунува.
3. Камчева Лакинска Благородна, Самостојната работа на ученикот во наставата, "Гоце Делчев", Скопје, 1992.
4. Адамческа Снежана, Активна настава, "Легис", Скопје, 1996.
5. Meyrowitz Joshua, "Pregled", br.245, 1990.
6. Rothman Stanley; Lerner Robert, Televizija i revolucija komunikacija, "Pregled", br.248, 1989/90, str.51.
7. Drucker F. Peter, Nastupajuće promene, "Pregled", br.218, 1982.

2. СРЕДСТВАТА ЗА МАСОВНА КОМУНИКАЦИЈА КАКО ЕКСТЕРЕН ФАКТОР НА ОБРАЗОВАНИЕТО И ВОСПИТАНИЕТО

Од сето она што досега го кажавме очигледно е големото влијание на средствата за масовна комуникација врз сите фактори кои го чинат образовниот процес, а особено на учениците. Заради тоа, зачудува фактот што се' уште се игнорира делувањето на овие комуникациски средства, иако тие во голема мера ја менуваат духовната ориентација на младите и целокупниот нивен поглед на светот. Сепак, полека но сигурно, навлегува сознанието за големата улога на масмедиумите и тие на ист таков начин се инволвираат во целокупниот образовен процес.

Средствата за масовна комуникација во воспитно - образовниот процес можат да се користат како интересен и екстерен фактор. Кога масмедиумите се користат како технички помагала внатре во училниците, тогаш зборуваме за нивно користење како интересен фактор. Во рамките на наставата, за илустрација на одредени социолошки проблеми, можат да се користат најразлични текстови од дневен и периодичен карактер, радио, диктафон, касетофон, грамофон, телевизор, видео камера, проектор, итн.¹ Нивното влијание е секако големо во модернизирањето на наставата по социологија и тие се во согласност со барањето да профункционира методичката идеја кај наставникот. Со правилен избор на овие средства и со добро направена концепција на провокативни прашања, социолошката проблематика може многу успешно да им се предочи на учениците. За проблемот на користење на средствата за масовна комуникација како интересен фактор

во образованието, многу е пишувано и истражувано, особено во областа на педагогијата.²

Меѓутоа, тоа не е предмет на оваа студија. Ова истражување се обидува да ја открие улогата на средствата за масовна комуникација како екстерен фактор во образованието и тоа од социолошки аспект. Како екстерен фактор се употребуваат во оној момент кога учениците стануваат рецепиенти на масмедиумите надвор од училишните клупи. Во оној момент кога нивните мислења, ставови и сознанија добиени од масмедиумите ќе се вратат во училишните клупи, се разбира со иницијатива и согласност на наставникот, тогаш зборуваме за употреба на масмедиумите како екстерен фактор. Во таква ситуација - се споредуваат овие два типа на сознанија и се оценува степенот на нивната корелација. Едните добиени од наставникот и учебните помагала, а другите добиени преку средствата за масовна комуникација. На тој начин се бара “една вистина” од “два извора”.

Оваа своја улога масмедиумите ја остваруваат, пред се', преку својата образовна функција која се состои во комуникацијата со информациите, фактите, податоците, вредностите, општествените норми и културни содржини преку кои се остварува пренесувањето на вкупните сознанија и целокупното научно образовно наследство од една генерација на друга. Со помош на масмедиумите, учениците целокупната општествена проблематика ја приближуваат во просторна и временска димензија. Средствата за масовна комуникација повеќе пати во денот ги повторуваат (или самите рецепиенти на нив се навраќаат повеќе пати) позначајните информации и анализи и со тоа социолошките сознанија полесно продираат во главите на учениците. Масмедиумите имаат

огромна ширина кај учениците во моментите на читање, слушање или гледање. Исто така, што не е безначајно, учениците можат повратно да влијаат на уредувачката политика на масмедиумите. Од тоа се гледа нивното огромно значење во формирање на социолошките сознанија кај учениците. Овие сознанија наставникот може многу успешно да ги искористи во наставата со помош на скандалот, проблематизирањето, анализирањето, пронаоѓањето на провокативна основа за поставување на прашања и концепирањето на дијалогот и групната и индивидуална форма на наставна работа.

Масмедиумите многу посилно и попродорно влијаат на учениците од било кој друг тип на персонална и интерперсонална комуникација, како што се, на пример, комуникациите меѓу ученикот и наставникот и меѓу самите ученици. Во областа на воспитно - образовниот процес, наставниците и родителите не можат да го спречат се' поголемото влијание на масмедиумите врз учениците во средното образование.

На полето на политиката, економијата, религијата, националните односи, семејството, социопатолошките и девијантни појави, масмедиумите се' повеќе почнуваат да објавуваат пораки, информации, анализи и коментари без институционална контрола и цензура. Заради тоа и информациите кои доаѓаат од масмедиумите, повеќе или помалку, се разликуваат од оние чиј извор се наставниците. Таа разлика во информациите најчесто како магнет ги привлекува учениците што почесто и со поголемо интересирање да ги следат масмедиумите.

Преку масмедиумите се пренесуваат “наследени” сознанија од научен карактер. Од една страна, се добиваат сознанија за актуелни настани, откритија и пронајдоци, а од друга страна, посредно се пренесуваат одредени проверени фактички сознанија од научен карактер. Исто така, на учениците им се сервираат прилози и коментари од социолошка, политиколошка, психолошка и друга проблематика од научен вид. Овој тип на искази, кои се добиваат преку масмедиумите, ги информираат и поучуваат учениците. Во тој случај може да се дојде до несогласување на она што се добива како порака во информациите на масовните медиуми и она што во вид на сознанија се добиваат од наставниците во формалното образование. Оваа појава во социологијата на масовните комуникации се нарекува дисонанса.³ Когнитивната дисонанса е плодна почва за развивање на проблемска ситуација на часот. Таа кај учениците буди чувство за критичко преиспитување на сите осознаени “вистини” и ги тера самите да ја разрешат сознајната дисонанса во која свесно или несвесно запаѓаат.

Избегнувањето на сознајната несогласност е особено значајна за социјализацијата, развојот на личноста и енкултурацијата. Предноста на масмедиумите се состои во тоа што тие во извесна смисла не се толку наметливи и кај нив не постои присила, како од правните, така и од моралните санкции. Учениците најчесто ги антиципираат оние ставови кои не се поврзани со негативни санкции.

Се поставува основната дилема, дали и колку, сознанијата кои се добиват од средствата за масовна комуникација надвор од училишните клупи, можат да се “вратат” внатре во училниците и да се користат за изведување на една креативна и недогматизирана настава.

Во тој контекст се поставува едно клучно прашање. Колку сознанијата добиени од масмедиумите за одредени социолошки категории (држава, право, морал, народ, нација, религија, политички партии, семејства) корелираат со сознанијата за истите тие социолошки категории, но кои овој пат учениците ги добиваат од наставникот и учебниците предвидени со наставниот план и програма. Доколку постојат разлики во тие два типа на сознанија, тогаш се поставува плодна почва за промовирање на скандалот како основна метода во изведување на наставата.

Преку скандалот секојдневното, обичното и на изглед едноставното во научната проблематика, стануваат предмет-на проблематизирање и барање на важните и клучни прашања, кои се кријат под мирните води на секојдневието. Преку него се буди свеста и мисловните механизми на ученикот. Смеслата на скандалот, како методички пристап, е да го доведе ученикот во една “збунувачка” ситуација, која ќе го натера да завземе став кон проблемите што се предмет на наставата и да се соочи со фактите и информациите што му се пласираат. Без овој метод сликата за светот што ги опкружува младите луѓе ќе биде лажна и привидна. Без него наставникот ќе му сервира на ученикот само една низа на букви, зборови и реченици кои мора да се научат (меморираат) без разлика дали тоа се прави на македонски, англиски или латински јазик, што во основа нема суштинско значење. За разлика од тоа, преку скандалот ткивото на стварноста што не’ опкружува треба да се разоткрие и да се постави како еден низ на прашања кои чекаат одговори.

На крајот од овој дел да констатираме дека современата настава по социологија одамна престана да биде едно просто прераскажување на социолошките проблеми. Таа се' повеќе тежнее кон исклучување на класичните предавања во наставниот процес и инсистира на тоа да биде провокација за одредени социолошки проблеми. Во рамките на така сфатеното образование, средствата за масовна комуникација имаат скоро неограничени можности. Но, за да ја остварат таа своја функција, масмедиумите мораат да се темелат на провоцирање на мислењето, да бидат првенствено проблемски, да бидат ускладени со она што во социологијата се нарекува сканадалон и како такви да му бидат извор на наставникот за барање на идеи и пример на неговата драматизација.⁴

ЗАБЕЛЕШКИ

1. Види: Витич - Шулер, Аудиовизуелна средства, Београд, 1966.
2. Најголем придонес во оваа област имаат дадено Бразда Мирко, Витиќ - Шулер, Габер Иво, Ѓорѓевиќ Јован, Јовановиќ Д., Можина С., Смит М., Слани Д. и многу други.
3. Автор на теоријата на когнитивната дисонанса е Фестингер Леон, кој истата ја проучувал и применил на подрачјето на менување на ставовите.
4. Marinković Josip, Metodika nastave, Zagreb, 1977, str.91.

3. СРЕДСТВАТА ЗА МАСОВНА КОМУНИКАЦИЈА КАКО ФАКТОР НА МЕТОДИЧКО - ДИДАКТИЧКИТЕ ИНОВАЦИИ

Воведувањето на нови предмети и наставни содржини во образованието и воспоставувањето на нова образовна телекомуникациона технологија се императив за нашиот воспитно - образовен систем, доколку претендира да стане дел од вкупниот светски систем.¹ Се разбира претендирајќи да биде дел од вкупниот светски образовен систем, тој треба да ги задржи сите свои карактеристики и посебности, кои априори го прават автохтон. Реските промени што се случуваат во општествата на Балканот, Источна и Средна Европа, предизвикаа еуфорија од желби и надежи за подобро утре. Општествената транзиција, која што започна со преод кон пазарна економија и демократски политички институции, требаше да продолжи и со нужни промени и во сферата на образованието и културата воопшто. Образовното “утре” мораше многу бргу да стане образовно “денес”. Сепак, со жалење можеме да констатираме дека во возот наречен “општествени промени” вагонот со назнака образование се наоѓа меѓу последните во композицијата која се обидува да излезе од мрачниот тунел.

Во годините наназад образованието беше, во многу нешта, идеологизирана стварност. И покрај дилемата која што лебди во воздухот, дали воопшто можеме да зборуваме за комплетно дезидеологизирано образование, сепак воведувањето на масмедиумите е можеби единствен чекор кон можната дезидеологизација.² Преку содржините добиени од масмедиумите и истите инволвирани во образовниот процес, младиот човек ќе стекне и изгради конкурентни

особини и способности, а не само пасивни знаења. На современото училиште му се наметнува потребата и од еден нов тип на социјализација на младиот човек. Во центарот на таа социјализација е и оформувањето и соодветното политичко едуцирање на младиот човек и со тоа ќе се создаде плуралистична наспроти така наречената сестрано развиена личност.

На тој начин образованието се претвора на своевиден начин на живот во демократското плурално општество. Неговата суштинска карактеристика е непрекинатоста и постојаноста во воспитно - образовниот процес. Со тоа “преку неговото постојано делување се надминуваат недостатоците од моментната образовна практика; се помага адаптацијата на личноста кон брзите промени на социјалните делови и се стимулира личниот развој”.³

Од определбите на предметот што се изучува зависи неговата методичка поставеност. Методичко - дидактичките принципи се во директна корелација со природата на наставните содржини што се изучуваат. Социологијата со своите содржини, се обидува да ја развие личноста на ученикот со свое самозапознавање и раѓањето на идејата за социјална интеракција со другите луѓе и со насочување на практичните сознанија во сферата на семејството, училиштето, групата на врсници и работното место. Преку овие содржини учениците ги осознаваат своите сопствени можности како членови на општествената заедница со сите права и одговорности кои им припаѓаат. Се запознаваат со начините на персонална интеракција заснована на соработка. Ги апсолвираат основните карактеристики на социјалниот систем во кој што живеат и се учат да изградат свој сопствен однос кон природата која ги опкружува.

Младите личности се учат самите да ги откријат новите идеи и да создадат свој сопствен поглед кон проблемите; да ги пронајдат врските помеѓу различните идеи; да завземат свој став спрема идеите за разрешување на одредени проблеми; да бараат информации за научните проблеми; да дадат информација; да бараат и создадат свое мислење за проблемот; да создадат свој сопствен став.⁴

Промената на воспитно - образовниот систем со воведување на нови наставни средства и сознанија нужно мора да доведе до длабоки структурални промени и во методичките принципи. Заради тоа методичкото наследство мора да претрпи ревизија, повеќе или помалку и на некои негови темелни вредности и правила. Доколку социолошките сознанија добиени преку масмедиумите им се пренесуваат на учениците со своевиден методички монизам, тогаш ќе се девалвираат вредностите, начелата и специфичностите на дотичните содржини. Ако пак, преку овие социолошки сознанија се пропагира целосна плурализација на нашето општество, тогаш во наставната практика не смее да постои дидактичко - методички монизам. Во основа на методичкиот пристап треба да биде неговата мултидисциплинарност. Таа се огледа во единството, взаемното испреплетување и надополнување на матичната наука (или науки) која е трансформирана во матичниот предмет (социологија), со психологијата и педагогијата. Меѓутоа, мора да се истакне дека носител на методичкиот ентитет е матичната наука (предмет) на која што и' припаѓа.

Методичките системи покрај своите општи ориентации поседуваат и свои специфики. Во рамките на тоа наставата по социологија опстојува на идеите на многуваријантност и повеќедимензионалност,

што е во спротивност со догматизираниот и шематизиран тип на настава. Иновираниот дидактичко - методичен систем на прво место ги поставува субјектите во наставниот процес и создава едно своевидно единство на содржините, целите, задачите, методите, наставните средства и помагала, формите на наставната работа, масмедиумите, информациската технологија итн. Нивниот приближно идеален баланс ќе овозможи најрационално пренесување на содржините од социологијата во училишните клупи.

За жал мораме да констатираме дека кај најголемиот број од нашите наставници отсутствува дидактичко - методска подготвеност, која би им овозможила успешно пренесување на содржините од овој предмет. Тие поседуваат солидна стручна подготовка, но немаат творечки и креативен пристап во методските принципи. Важни причини за ваквата состојба се фактите што одреден број на наставници не слушале методика во нивниот студиум; малиот седмичен фонд на часови, како и фактот што методиката на наставата за жал, сеуште, се третира како периферен предмет во наставните планови на факултетите. За надминување на ова состојба мора да се врати вистинското место на методиката особено на “наставничките” факултети (Филозофскиот, Педагошките факултети), а за наставниците во основното и средното образование да се организираат научни симпозиуми и семинари за иновациите во методичките пристапи.

Инволвирањето на средствата за масовна комуникација како екстерен фактор во наставата по социологија е еден од клучните фактори во напорите да се иновира наставата во средното образование. Масмедиумите се трн во окото на сите оние кои свесно или несвесно се

поборници на догматски и шематизиран тип на настава. Во тој контекст се појавува еден суштински проблем. Тоа е проблемот на иновирање на старите и воведување на нови дидактичко - методички принципи за изведување на наставата.

Несомнено дека не е сеедно какви се' содржини ќе бидат опфатени со предметот социологија, но уште помалку е сеедно на кој начин тие содржини ќе им бидат пренесени на учениците во наставниот процес. Може да се случи да се послужиме со наставни постапки кои не се во согласност со природата и темелните вредности на предметот. Доколку начинот на пренесување на содржините не е во согласност со граѓанскиот концепт на поимањето на личноста и општествената стварност и доколку методичките постапки не се во согласност со погледот на светот заснован на граѓанските принципи, тогаш постои опасност поставените содржини догматски и шематизирано да им се пренесуваат на младите луѓе. Тогаш учениците ќе ги поставиме пред дилемата: нели е ова некој друг марксизам или некоја друга идеологија?

Единствен начин со кој евенутално би можеле да побегнеме од "ѓаволот" наречен идеологија е во коренот да ги иновираме методичките принципи и во основа да ги надоврземе на програмите. Современата настава ќе бара творечки и креативен пристап на субјектите во наставата (наставникот и учениците). Сосема подруги квалитети и умешности на наставникот. Квалитативно подруг пристап на учениците спрема научните проблеми кои што се поставуваат пред нив. Во наставата мора да се инволвираат средствата за масовна комуникација, целокупната телекомуникациона и информациска технологија како интерен и особено како екстерен фактор во

образованието и воспитанието. Да се афирмира и правилно да се изведува групната и индивидуалната форма на наставна работа и конечно дијалогот да се круниса како водечки метод во изведувањето на наставата.

Методиката на настава по социологија која ќе почива врз креативни принципи и ќе се бори против догматизиран и шематизиран пристап треба, според нас, во својот супстрат да поседува неколку клучни фактори. Тоа се методичката идеја, скандалот, проблематизирањето, актуелизирањето, барањето на провокативна основа, групната форма на работа и, што е многу значајно и на што посебно инсистираме, воведување на целокупната телекомуникациона технологија во изведувањето на наставата.

Методичката идеја се состои во перманентното трагање на наставникот по тоа што е суштинско за проблемот кој треба да се изложи, барање делови од материјал кои најтешко ги совладуваат учениците и барање иновации во мислите кои овие пречки најуспешно ќе ги совладаат. Преку методичката идеја наставникот на најуспешен начин им го пренесува на учениците научното искуство за феномените од областа на социологијата. Оригиналноста на методичката идеја не е важна. Таа може да биде позајмена од некој друг наставник. Битно е успешно да функционира на наставните часови. Доколку не профункционира треба да се бара причината зошто е тоа така. Методичката идеја има своја конкретна вредност во начинот на кој се изведува. Со методичката идеја се решава одредена методичка задача. Ако методичката идеја успешно профункционира тогаш учениците се поставуваат пред научните проблеми “анфас”. Со тоа се успева во

постојаниот напор за развивање на сестрана личност кај ученикот. Тоа значи дека учениците треба да бидат теоретски и практично оспособени за ефикасен и успешен живот и работа во општеството. Наставникот треба кај учениците да го развие интелектуалниот потенцијал, емоциите, моралното и општествено битие, кои се основни атрибути на сестрано развиена личност.⁵

Преку скандалонот секојдневното, обичното и наизглед едноставното во научната проблематика стануваат предмет на проблематизирање и барање на важните и клучни прашања кои се кријат под неговите мирни води. Преку него се буди свеста и мисловните механизми на ученикот за што веќе говоревме. Преку скандалонот се разоткрива ткивото на стварноста што не' опкружува и се поставува како една низа од прашања кои чекаат одговор. Скандалонот е барање на затскриените суштини и корени на проблемите. Скандалонот го раскинува филмското платно кое дава привид и илузија и зад него ги бара вистинските прашања и одговори.

Надоврзувајќи се на скандалонот како методички пристап, проблематизирањето ги поткопува тврдењата, ставовите и фактите со своевидно сомневање и ги тера учениците сами да го побараат својот сопствен одговор и да изградат свој сопствен став спрема било кое прашање од социолошката проблематика. Со помош на актуелизирањето, проблемите кои се предмет на наставата ги приближуваме во временската и просторна димензија и им даваме современ и актуелен карактер. Преку постојаното барање на провокативна основа во наставата, учениците се провоцираат и на тој

начин продираат во структурата на проблемот и создаваат сопствен однос спрема светот кој ги опкружува (сопствен поглед на светот).

Во оној момент кога скандалот како методички пристап станува императив, тогаш се создава проблемска ситуација на часот. Учениците стануваат активни чинители на наставата, а наставниците имаат можност да ги покажат и докажат сите свои карактеристики кои ќе ги вбројат како носители на наставата со комбинирано користење на сите наставни методи, но во исто време и со промовирање на дијалогот како основен метод. Во тој контекст треба комбинирано да се користат сите форми на наставна работа (фронтална, индивидуална и групна) со тоа што на работата во групи би и' се дало највеќе простор.

За групната форма на наставна работа многу е истражувано, пишувано, зборувано. Таканаречените *work shops* и *small groups*, се предмет на постојана расправа и анализа. Во тој контекст особено се проучува тимската работа, кооперативната и интерактивна настава. Во оваа пригода не би зборувале за карактеристиките на групната форма на наставна работа, туку само би истакнале дека сите нејзини предности и квалитети можат да дојдат до израз доколку во работата со групи се користи методичката идеја, скандалот како методичка постапка, проблематизирањето и актуелизирањето. Во тие рамки ќе може да се изведува толку фалената, а толку малку спроведуваната, работа со надарени ученици.

Во таков тип на настава наставникот ќе може да ја експонира својата стручност, интелигенција, инвентивност, општа култура, поглед на светот, креативноста и радоста во работата, за што веќе стана збор. Квалитетот на наставата по социологија е суштински

зависен од инвентивноста и креативните способности на наставникот. Креативноста се огледа во идејата за концепцијата на наставниот час, начинот на практично реализирање на таа концепција и пронаоѓањето на затскриените суштини во појавните облици на општествените феномени. Во тој контекст ученикот се јавува како субјект во активната настава по социологија. Ученикот треба да има творечки однос кон наставната програма. Ученикот не само што ќе поседува знаење, туку во исто време ќе биде и самостојна личност, бидејќи знаењата кои се инкорпорираат во неговата глава имаат своја специфичност која се рефлектира од неговите лични карактеристики.

Затоа “процесуалноста на учењето, всушност, означува поинаков третман на ученикот како субјект што учи, но и видоизменет однос кон знаењето - не како нешто што се поседува и задржува, туку како нешто што се развива и усовршува. Значи, во крајна линија, не усвојување туку создавање на знаење, нивно заработување преку самоактивност, творење и себевложување”.⁶

Во рамките на иновирањето на наставните средства и помагала би сакале да истакнеме дека наставата по социологија не може да се замисли без инволвирање на комплентна телекомуникациона технологија, како екстерен фактор во изведување на наставата.

Исто така, од особено значење е и воведувањето на информациска (компјутерска) технологија во изведувањето на наставата. Воведувањето на оваа технологија во наставата по социологија е значајно од аспект што целта на таа дејност е да ги понуди оние облици на поврзаност помеѓу позитивните аспекти на традицијата на човековиот развој и облиците на современиот живот на човекот и

општеството, кои ќе придонесат за хуманизација и еманципација и ќе го овозможат преовладувањето на тешкотиите и стапците кои се наоѓаат на тој пат”.⁷

Да заклучиме: иновирањето на воспитно - образовниот систем кај нас, со воведување на нови наставни средства и сознанија, е голем чекор напред. Остручувањето (едукција за едукатори) на оние кои што ќе ја предаваат социологијата со новите наставни средства е, исто така, многу значајно. Но, и едното и другото ќе паднат во вода доколку не се иновираат дидактичко - методичките принципи во сите оние сфери кои што досега ги спомнавме. Тоа треба да се направи во името на новите генерации кои со целото свое јас го посакуваат активното знаење.

ЗАБЕЛЕШКИ

1. Види: Carey John, Platon za tastaturom, "Pregled", br.259, 1992.
2. Сепак, тоа зависи и од степенот на дезидеологизацијата на масмедиумите. Доколку кај нив е присутен висок степен на идеологизација, тогаш нивниот ефект врз образованието може да биде и обратен.
3. Бояджиева Пепка, Образованието извън училишните стени, "Гал - ИКО", Софија, 1994, стр.23.
4. За проблемите, принципите и правилата за работа на граѓанското образование види поопширно кај: Велчев Румен, Идеи за промена, списание "Отворено образование", Софија, 9 - 10, 1995 година.
5. Види: Kvašček Radivoj, Razvijanje stvaralačkih sposobnosti kod učenika, "Zavod za izdavanje udbenika", Beograd, 1971.
6. Адамческа Снежана, Активна настава, "Легис", Скопје, 1996, стр.48.
7. Nove informacijske tehnologije, "Školske novine", Zagreb, 1988, str.9.

IV ДЕЛ

1. ПРЕДМЕТ И ЦЕЛИ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Денес речиси нема подрачје на човековата материјална и духовна активност, на кое неговата комуникациска димензија не се наметнува како прашање од посебна важност. Едно од тие подрачја, секако, е и подрачјето на едукација сфатена во најшироката смисла на зборот. Во таа смисла, се' повеќе се зголемува и едукативното влијание на средствата за масовна комуникација и тоа не само преку посебните такви содржини во нив, туку и низ сето она што тие го пренесуваат како одреден податок, информација за светот во кој живееме, како одредено сознание за општествената стварност.

Со намера да дојдеме до извесни податоци за тоа влијание на средствата за масовна комуникација, барем во еден негов сегмент, се определивме, во случајов, за една помалку невообичаена тема за која во научната литература, барем според нашите сознанија, нема некои позначајни истражувања. Имено, се работи за специфичниот проблем на влијанието на средствата за масовна комуникација врз социолошките сознанија на учениците во средните училишта, како фактор на едукација вон формалниот систем на образование и воспитание. Тоа значи дека нашето внимание нема да биде насочено врз прашањето на употребата на информативните средства како техничко - технолошки помагала во наставата, за што веќе има одредени истражувања, туку на употребата на средствата за масовна комуникација како екстерен фактор во усвојувањето на социолошките знаења.

Тоа значи дека станува збор за истражување кое не се однесува директно на наставните содржини по предметот социологија во

средните училишта, туку за истражување кое е во функција на тие содржини. Имено, се работи за утврдување на корелацијата меѓу сознанијата и знаењето од областа на социологијата, кои се стекнуваат во процесот на наставата и, да ги наречеме условно така, “образовните реагирања” на учениците поттикнати од содржините во средствата за масовна комуникација, кои резултираат со формирање на една социолошка свест за општеството во целина. Во секој случај се работи за однос меѓу она што како содржина се нуди внатре во формалниот образовен систем и она што се нуди како сознание за општеството преку содржините на масмедиумите, т.е. за однос меѓу она што се нуди како теоретско сознание и она што претставува конкретна стварност. Додека содржините по предметот социологија во средните училишта подлежат на веќе утврдени методичко - дидактички стандарди и се наменети, во таа смисла, на определен субјект - ученикот, на одредена возраст и со одредени предзнаења - во случајот кој ќе биде предмет на нашата анализа, се работи за содржини кои не подлежат на такви стандарди, туку се наменети на најшироката популација и кои ученикот го тераат на изградување на сопствен однос кон стварноста и на развивање на чувството на компарација и самоселекција во поглед на определувањето и усвојувањето на она што значи “жива” социолошка содржина.

Ваквиот пристап кој во центарот на своето внимание ги има, сепак, средствата за масовна комуникација и нивното дејство врз формирањето на погледот на светот кај учениците, се разбира, не’ упати и на извесен интердисциплинарен однос кон наведениот проблем.

И покрај фактот дека во современото општество се’ повеќе се зголемува влијанието на неформалните извори на знаење, во што

средствата за масовна комуникација добиваат се' позначајна улога, треба да се истакне дека ваквиот аспект на проучување на нивното влијание врз младите како да е сосема исклучен. Имено, вниманието на истражувачите на средствата за масовно комуницирање досега главно беше свртено кон испитувањето на нивното влијание врз однесувањето на младите (особено на средношколската младина) од социопсихолошки аспект или на дејството на средствата за масовно комуницирање врз појавата на социопатолошки однесувања кај нив.

Нашата намера беше да се истражи позитивното дејство на овие средства во правец на развивање на самостојно и креативно социолошко мислење и промислување на стварноста. Во тој напор неминовно се допираат социологијата на масовните комуникации и социологијата на сознанието, а самото емпириско истражување даде скроман придонес во надполнувањето и доразвивањето на постојните методичко - дидактички принципи во наставата по социологија. Се разбира, стекнувањето на определени социолошки сознанија преку средствата за масовно комуницирање е во многу нешто сложен процес, кој и не можеше така лесно да се истражи, но тоа, сепак, беше предизвик повеќе да се согледаат контрастите помеѓу она што значи конституирана социологија како наставен предмет и сликата на "реалноста" за општеството која ни ја даваат средствата за масовна комуникација.

Ова дотолку повеќе што и во теоријата има две крајни, спротивствени гледишта. Едното кое ги негира сознанијата стекнати преку масовните медиуми или, пак, ги сведува на понизок ранг и другото кое ги преценува функциите на масмедиумите во врска со развојот на општественото сознание. Ние сметаме дека улогата на средствата за

масовна комуникација е значајна за надополнувањето на сознанијата кај средношколската популација, па во таа смисла е значајно се' повеќе и користењето на масмедиумите во поуспешното изведување на наставата по разни предмети, а особено по социологија.

Со досега кажаното, на извесен начин, ние ги определивме пошироко предметот и целите на нашето истражување. Меѓутоа попрецизно речено и на еден попрегнантен начин, **предметот** на истражувањето е поконкретно да се утврди степенот на влијанието на средствата за масовна комуникација врз социолошките сознанија кај учениците во средното образование во Република Македонија, во однос на основните социолошки категории кои се усвојуваат преку наставните содржини по предметот социологија.

Од вака определениот предмет произлегуваат и **целите** на истражувањето кои би се состоеле во следното:

- да се утврди колку средствата за масовна комуникација даваат релевантни социолошки сознанија преку своите содржини;

- да се согледа колку учениците во средното образование се подложни на влијанието на овие средства во смисла на социолошкото сознавање и степенот на нивната способност да ги селектираат соодветните содржини;

- доколку се утврдат таквите сознанија, да се испита колку се тие значајни за процесот на усвојување на наставните содржини по социологија во средните училишта;

- да се утврди колку наставните содржини по предметот социологија се во функција на развивањето на социолошкото толкување

на општествената стварност презентирана преку средствата за масовна комуникација;

- да се утврди корисноста на социолошките сознанија стекнати преку масмедиумите во изведувањето на наставата по социологија;

- да се согледаат импликациите на дејството на средствата за масовна комуникација врз методско - дидактичките промени во наставата по социологија и евентуалните потреби од пофлексибилен и подемократски пристап во изведувањето на истата и од изградување на еден нејзин нов концепт.

2. ХИПОТЕЗИ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Врз основа на изнесената теоретска рамка, предметот и целите на истражувањето, нашата основна и појдовна хипотеза е:

Средствата за масовна комуникација имаат се' позначајна улога во стекнувањето на социолошките сознанија кај учениците од средното образование и во таа смисла значајно влијаат врз усвојувањето на социолошките категории и содржини во наставата по социологија кај нас.

Како посебни хипотези ги издвојуваме:

■ Степенот на информираност на учениците во средното образование, за општествените настани добиени преку масмедииумите е на задоволително ниво. Како најзначаен медиум за добивање на релевантни информации за социолошките категории се јавува телевизијата;

■ Преку масмедииумите учениците се' повеќе стекнуваат сознанија за основните социолошки категории, кои по многу карактеристики се автохтони и се издвојуваат со својата посебност и самостојност;

■ За голем број социолошки категории постојат евидентни разлики помеѓу социолошките сознанија кои учениците ги стекнуваат преку наставникот и учебникот во рамките на наставата по социологија (во формалното образование) и оние сознанија за истите социолошки категории кои учениците овој пат ги стекнуваат преку масовните медиуми (во неформалното образование);

■ Се' поголема е улогата на средствата за масовна комуникација како екстерен фактор во изведувањето на наставата по

социологија во средното образование, се разбира не занемарувајќи ја и нивната улога како интересен фактор во образованието;

■ Социолошките сознанија стекнати преку средствата за масовно комуницирање, се' повеќе го развиваат критичкиот и креативен однос кај учениците во средното образование кон општествената стварност и во промислувањето на таа стварност;

■ Со оглед на промените во нашето општество и нивното отсликување во средствата за масовна комуникација, силно е влијанието на овие средства, не само во проширување на социолошките сознанија, туку и во формирањето на автономна социолошка интерпретација на тие промени;

■ Со оглед на влијанието на средствата за масовна комуникација врз социолошките сознанија на учениците во средното образование, се' повеќе се наметнува потребата од иновации и соодветни промени во дидактичко - методскиот пристап при изведувањето на наставата по социологија.

3. МЕТОДИ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Покрај основните напомени за предметот и целите на истражувањето, како и наведувањето на основната и посебните хипотези, чувствуваме потреба да укажеме и на методолошките постапки кои ги употребивме во обработката на нашата тема.

Чувствуваме потреба, пред тоа, да истакнеме дека изборот на темата е извршен врз основа на одредена консултирана литература, која на еден посреден начин не' упати на едно пошироко истражување за влијанието на масмедиумите врз социолошките сознанија. Преку прегледот на пошироката литература дојдовме до сознание дека овој проблем е само посредно допрен при некои истражувања на комуникациските процеси, но не и посебно разработен и затоа се потпревме на веќе постоечката литература од областа на социологијата на масовното комуницирање и социологијата на сознанието и на некои трудови кои имаат интердисциплинарен пристап.

При тоа особено внимание беше посветено на оние прашања од областа на социологијата, на масовни комуникации и социологијата на сознанието, кои на некој начин можеа да се доведат во врска, макар и посредно. Тоа во многу ни' помогна при одредување на теориско - методолошките рамки за емпирискиот дел од истражувањето. Во првичната фаза на емпириското истражување, вниманието беше свртено, всушност, кон утврдување на квантитетот и квалитетот на информирањето. Заради тоа беше направена анализа на социолошките содржини во информативниот дневен и периодичен печат и во програмите на Македонското радио и Македонската телевизија. Целта на квантитативната анализа ни' беше, врз основа на емпириска анализа,

да дојдеме до поконкретни сознанија колку во масовните медиуми и' се дава простор на информациите за општествената стварност и да се утврди интензитетот на тоа информирање.

Ова дотолку повеќе што ваквото истражување ја опфати и анализата на тематиката на информирањето од најразличните социолошки области, како и истражувањето на изворите на информирањето, од кои најголемиот дел се и создавачи на општествената стварност. Истражувањето ја вклучи во себе и анализата на обликот и внатрешната структура на информациите за социолошките категории.

Што се однесува до масовните медиуми, во предвид за анализа ги земавме, секако, оние медиуми кои во моментот имаат силно информативно дејство врз учениците, а тоа се телевизијата и радиото кои се најмногу гледани, односно слушани, како и дневниот и периодичен печат со најголем број на читатели, но таканаречениот информативен, а не рекреативен печат.

Што се однесува до временскиот период, сметавме дека е најоптимално анализа на содржина на овие медиуми да направиме за период од една година. Со оглед на тоа ја одбравме, минатата 1997 година.

Конкретно анализата на содржината е применета, пред се', на:

1) Дневниот и периодичен печат со:

- вестите
- извештаите

- статиите
- коментарите
- интервјуата

Како репрезент на дневниот печат го земавме весникот “Нова Македонија”, а на периодичниот печат, магазинот за млади “Блеф”. Пошироко објаснување за тоа зошто го направивме овој избор ќе дадеме во следниот V дел од студијата.

2) Информативниот аудио материјал со

- информативно - политичките емисии
- образовните емисии
- училишните емисии
- документарните емисии
- научно - популарните емисии
- културните емисии
- драмските емисии

Репрезенти на овој материјал во нашето истражување се Македонско радио - радио Скопје, Македонско радио - радио два, Македонско радио - трета програма, Македонско радио - радио “Биљана”.

3) Информативниот аудио - визуелен материјал со:

- информативно - политичките емисии
- образовните емисии
- училишните емисии
- документарните емисии

- научно - популарните емисии
- културните емисии
- драмските емисии
- филмските емисии

Репрезенти беа првата и втората програма на Македонската национална телевизија.

Резултатите од анализата на содржината можат да дадат само одделни сознанија за распространетоста на социолошките категории во масмедиумите, но не и потполна слика за нивното реално дејство. Освен тоа, анализата на содржина, како истражувачка постапка, не содржи теориски ставови. Заради тоа, потребно беше на анализата на содржината да ја надоврземе **анкетата**, како метод на социолошкото истражување.

Анкетата, меѓу другото, ни' даде слика за преоѓањето на информациите за општествените појави, добиени од масмедиумите, во убедување и на трансформација на тоа убедување во конкретно однесување во општествениот систем, воопшто, и во воспитно - образовниот систем, посебно. Резултатите добиени од анкетата ни' помогнаа да ја проучиме структурата на реципиентите и нивниот однос кон самите информации за социолошката проблематика. Исто така, се обидовме да го утврдиме и влијанието на таа структура врз процесот на информирањето и апсорпција на социолошките термини, поими, категории и дефиниции.

Заради тоа извршивме анкетирање на 300 ученици во средно образование во Република Македонија. Истражувањето беше спроведено во девет средни училишта, во исто толку градови во

Македонија. Во Струмица, Струга, Ресен, Охрид, Кавадарци, Кичево, Тетово и Битола беа анкетирани по 30 ученика, а во Скопје 60. Беше биран по еден клас во сите училишта (освен во Скопје, 2 класа). Доколку класот броеше повеќе или помалку од 30 деца, тој се надополнуваше и празнеше со деца од другите класови.

На крајот од овој дел да го истакнеме фактот дека истражувањата за социолошките сознанија на учениците, разликите меѓу овие сознанија стекнати преку наставата и масмедиумите и степенот на користење на воннаставните социолошки сознанија во наставата, ги базираваме врз 18 социолошки категории. Изборот на овие категории го направивме врз база на нивната застапеност во наставниот план и програма по социологија за средните училишта (по број на часови), врз база на нивната општествена актуелност во денешното време на транзиција и врз база на нивната застапеност во средствата за масовна комуникација (печат, радио, телевизија).

У Д Е Л

1. АНАЛИЗА НА СОЦИЛОШКИТЕ СОДРЖИНИ ВО ПРОГРАМИТЕ НА МТВ

Во предвечерието на XXI - от век, вредностите на ТВ медиумот во светот достигнаа таков квалитет и квантитет што станаа, безмалку, носечки столб на масовните комуникации. Постиндустриските општества од Запад и покрај 30 годишното интензивно “ТВ озрачување”, сеуште не можат да се отргнат од “ТВ хипнозата“, па зависноста на популацијата од ТВ содржините е огромна.¹

За да можеме да видиме какво е влијанието на средствата за масовна комуникација врз социолошките сознанија кај учениците од средното образование, неопходно беше најпрво да ја видиме понудата што овие средства им ја пружаат на реципиентите. Значи, пред да видиме дали и колку учениците ги читаат, ги слушаат и ги гледаат масмедиумите, најпрво ќе направиме една квантитативна и квалитативна анализа на содржините на масовните медиуми.²

Најпрво ќе направиме анализа на содржината на телевизијата како најмоќно средство за масовна комуникација. Тука бевме исправени пред дилемата кои телевизиски програми да ги анализираме. Во последните неколку години освен националната (државна) телевизија (МТВ), како печурки после дожд почнаа да никнуваат приватни телевизиски куќи ширум државата. Некои од нив достигнаа и релативно висок квалитет како на пример: “А1”, “Сител” и “Телма” во Скопје, “Тера” во Битола, “Вис” во Струмица, “Ирис” во Тетово, “Кобра” во Радовиш, “ТВ Куманово”, “НТВ Прилеп” и други.

Некои од нив особено во делот на информативно - политичките, документарните, забавно - музичките, филмските и спортските програми достигнаа прилично високо ниво, особено "А1", "Телма" и "Сител". Од друга страна, пак, локалните телевизии во внатрешноста на републиката достигнуваат висок степен на гледаност, бидејќи третираат проблеми од локално ниво, кои ги привлекуваат гледачите.

И покрај овие факти ние се одлучивме да ја анализираме содржината на програмите на Македонската телевизија (МТВ) од неколку причини.³ Како прво, таа се гледа на територијата на целата држава и со тоа ги надминува локалните телевизии (слични напори прават "А1" и "Сител", меѓутоа сеуште ја немаат покриено целата територија на нашата држава). Како второ МТВ има развиено висок квалитет на училишна и образовна програма, што кај другите телевизии не е случај. Овој факт е од особена важност за нашето истражување. Исто така се одлучивме да ги анализираме содржините од Првата и Втората програма на МТВ, кои според нас прават една целина. Третата програма на МТВ претежно емитува сателитска програма освен "Скопската програма" и неколку седници од Собранието кои ги земавме во предвид.⁴

ИНФОРМАТИВНА ПРОГРАМА

Основна интенција на информативната програма на МТВ во 1997 година беше зајакнувањето на дневно -информативниот карактер на програмата со брзо и квалитетно информирање за дневните случувања кај нас и во светот, како и поамбициозен аналитички новинарски ангажман во пласманот на актуелностите од политичкиот, економскиот, социјалниот и институционалниот развој на земјата.

- Информативната програма продуцираше пред се' Вести (пет минути) во 8 часот наутро, во 9, во 12, во 13.30, во 15 часот и на крајот на првата програма пред одјава. Вестите за глувонемите се емитуваат на вториот канал во 14.30 часот. Првата "голема информативна емисија" што се емитуваше во работните денови во неделата е 15 - минутната емисија "ТВ - 10".

- Во шемата натаму следуваа: ТВД - 1 во 17 часот (15 минути), ТВД-2 во 19.30 (30 минути), ТВД-3 во 22.30 часот (15 минути).

Овие емисии во 1997 година понудија исклучително богат избор од најразлични информации. Со својата развиена технологија, линковски врски, евроризијска и сателитска размена, успеаа да ги покријат сите позначајни настани од земјата и странство. На рецепиентите им беа сервираны информации од политички, економски, социјален, културен, научен и спортски карактер. Освен вестите, во овие емисии беа давани и коментари и анализи, кои пошироко ги објаснува "голите информации". Тоа особено се случуваше во саботното издание на ТВД - 2. Исто така, имаше и голем број јавувања на нашите дописници од странство (ТВД-2) и од земјата (ТВД-1 и ТВД-3) кои на гледачите им пружија богат фонд на информации.

Во 1997 година информативната програма емитуваше свои неделни емисии под следниве наслови:

- Понеделник "Бизнис" (30 минути). Оваа емисија понуди вести, коментари и анализи од економскиот и стопанскиот живот на земјата. Особено беа зафатени проблемите од областа на приватизацијата и трансформацијата на општествените претпријатија во приватниот сектор.

- Вторник - "Свет" (30 минути). Екипата која што ја правеше оваа емисија беше исклучително плодна во својата работа. На гледачите им се пружи можност преку слика и тон да се приближат до сите позначајни настани што се случија скоро на секое катче од земјината топка. Емисијата изобилуваше со голем број на коментари и анализи за настаните во светот.

- Среда - "Диоптрија" (30 минути). Оваа емисија беше карактеристична по тоа што на настаните се гледаше од посебен агол. Тука продефилираа голем број на гости од научниот и политичкиот круг и добар дел од македонската интелигенција. Сите тие од свој агол на гледање ги фокусираа и коментираа настани што беа актуелни во одредени периоди од годината.

- Четврток - "На тема" (60 минути). Во секоја поединечна емисија од оваа серија беше обработувана по една актуелна тема. Таа се коментираше преку дебата на соговорниците кои беа поканети во студиото. Преку размена на различни ставови и мислења се создаваше плодна почва за дискусија. Така на гледачите им се даваше можност преку свое размислување и директно вклучување во програмата да дојдат до "својата вистина".

Емисиите одаа на првата програма обично по тој редослед, при што, зависно од дневната активност на определени теми и прашања, се менуваше денот во кој емисиите се емитуваа. Нивното емитување во еден глобален појас заедно со ТВД-2 од еден час, беше влез во создавањето навика на гледалиштето централниот информативен продукт на денот да го консумира во времето што ќе овозможи најголема гледаност. Емисиите "Бизнис", "Свет" и "Диоптрија" беа

подготвувани магазинско мозаично со повеќе или со една тема што се наметнуваше со својата актуелност.

- На вториот канал секој петок во 21 часот одеше емисијата “Без наслов но со повод” од 120 минути, програма која се наметна со својот несомнен рејтинг и ексклузивитет. Оваа емисија донесе големо освежување на програмата. Преку рубриците “Со повод” , “Дуел”, “Граѓанска работилница” и други беа анализирани и коментирани голем број на појави, односи и тенденции во нашето општество. Тоа се правеше исклучиво преку размена на мислењата со учесниците, кои беа во голем број поканувани во студиото.

- Во 1997 година емисијата “Македонија денес” се емитуваше секој работен ден на првиот канал и се занимаваше со актуелностите во земјата, а по неа одеше “Скопската програма”. Емисијата “Македонија денес” даде богат пресек на социологијата на македонското општество, а “Скопската програма” ги анализираше актуелните појави од главниот град во државата.

Информативната програма со својата богата дневна видео понуда од земјата, линковска врска што се лоцираше по потреба, богатиот меѓународен видео сервис, компјутерската банка на податоци што ја “хранеа” темата, богатата агенциска понуда на вести, како и дописничките јавувања од странство, овозможи богата и разновидна понуда на содржини од социолошки карактер.

Информативната програма на МТВ, во главно преку својата прва и втора програма, понуди значајни информации за сите социолошки категории кои се предмет на ова истражување. Со тоа перманентно се

создаваа предуслови за создавање и промена на социолошките сознанија кај учениците од средно образование во Република Македонија.

ОПШТООБРАЗОВНА ПРОГРАМА

Креирањето на националната образовна телевизиска програма, која ќе одговори на националните, но истовремено на европските и светски потреби, барања и стандарди, претставува специфика со која телевизијата на модерниот свет е особено соочена. Свесен за тежината на своето влијание во моделирањето на личноста на ТВ конзументот, ТВ медиумот треба да е истовремено: и внимателен, одмерен и одговорен, но и правовремен, авторитетен и насочувачки. Сето ова уште повеќе и заради тоа што е општо познато дека на ваквите влијанија најподложен е младиот човек - биолошки определено суштество кое и без тоа е во фаза на формирање на заокружен систем на вредности, сопствено образование и поглед на светот. Токму затоа, во лепезата на ТВ конзументи, особено оние на општообразовната програма, младата генерација го завзема приоритетното место. На неа впрочем, лежи и иднината на општествента заедница, нејзиното опстојување и развој. Па потребата за организиран пристап кон неа, е уште поголема.⁵

Ако се сложиме со податокот дека средношколците годишно минуваат 80 часови повеќе пред ТВ екранот отколку на училишната настава и ако младиот човек многу повеќе комуницира со ТВ медиумот отколку со сите други медиуми заедно, можеме да заклучиме какво е значењето на телевизијата за животот на современата млада публика. Притоа, претпоставката е дека значењето и влијанието на екранот е поголемо колку што импулсите на екранот се почести. За

формирањето на младата личност битен елемент претставува количината на ТВ влијанието.⁶

Следејќи емисија или филм, младиот човек на свој начин партиципира во нивното дејствие. Ако емисијата е играна гледачот се идентификува со актерот или актерите. ТВ делото има можност да врши “физичко” присилување на идентификација, а актот на поистоветувањето е најважниот механизам во влијанието на ТВ содржината. Идентификацијата со личноста на екранот е запознавање со сопствениот внатрешен живот. Идентификацијата со јунаците на екранот, чии постапки се поинакви, слободни и поуспешни, е надвладувањето на сопствена реалност, компензирање на неуспехот и незадоволството во секојдневната егзистенција. Поради фактот на идентификација младите гледачи уште поинтензивно ги доживуваат настаните, во однос на самите настани и нивната објективна инервација.

Со своето однесување и телесни реакции, младите гледачи потврдуваат дека во контакт со подвижните слики ја ангажираат својата личност. При гледањето на ТВ содржините се развиваат дејствиата: запазување, памтење, фантазија, мислење и емоција. Заради можноста за посматрање се’ што е пред камерата мора да биде така одбрано, поставено, обликувано и истакнато, за да го доведе најцелисходно и осмислено младиот гледач до конзумирање на дејствието, идејата и доживувањето во целина.

Современите сознанија за сложеноста на образовниот систем укажуваат на потребата од вообличување таква концепција на Национална општообразовна програма, која со посредство на ТВ медиумот ќе ги збогати и проширува класичните облици на

националниот воспитно - образовен систем, вклучувајќи ја и потребата од релевантни содржински, естетски и технички квалитети на истата. Националната општообразовна програма истовремено, треба да се определува за онаа концепциска варијанта која не претендира да биде ТВ час, ниту да ги замени наставниците, туку би настојувала, поаѓајќи од современите тенденции за процесот на социолошко сознание, вклучувајќи ја и потребата од перманентно самообразование, да ја исполнува класичната училишна настава со содржини кои ќе бидат соопштувани на соодветен педагошки и психолошки начин со помош на телевизискиот јазик.⁷

Образовната програма го има во предвид - и средношколското образование како повисок степен на стручно профилирање на младиот човек. Потребно е значи свртување кон тематските подрачја кои ја прават и окосницата на училишната настава - социологијата, историјата, географијата, природно -научните области, јазикот и литературата, уметноста, странските јазици. Во секој случај, нужно е програмата да поттикнува на усогласување на образовните компоненти со воспитните и културните. Секако не преку шеми кои би ги заобиколювале специфичните општествено - политички односи, образовни и културни ситуации, менталитет и традиции, туку преку модели кои се својстени на потребите на ова поднебје. Само на овој начин националната општообразовна програма би ја исполнила својата функција во вистинска смисла.

Согласно понудениот концепт, Националната општообразовна програма во 1997 година ја претпоставуваа четири големи содржински целини:

1. Пролетна училишна програма
2. Есенска училишна програма
3. Зимска рекреативна програма
4. Летна рекреативна програма

Пролетната и есенската училишна програма се редовната училишна програма која се поклопува со траењето на двете полугодија. Зимската рекреативна програма се емитуваше во месецот јануари - месецот на ученичките одмори во кој е променет начинот на ученичкото живеење. Летната рекреативна програма, пак, се емитуваше во летниот период, од завршувањето до започнувањето на идната учебна година. Зимската и летната рекреативна програма беа карактеристични со поголемата слобода во компонирањето. Во нив преовладуваа емисии кои директно не беа поврзани со наставната програма.⁸

Во текот на 1997 година во рамките на образовната програма на МТВ беа емитувани следните емисии:

- Образовни видици

Под оваа едиција во текот на 1997 година се реализираа повеќе серии и емисии како што се:

- Актуелни образовни релации - 10 емисии по 30 минути.

Актуелните состојби во образованието кај нас, промените, пред се', како и честите реформи, беа тема на реализација на две серии:

Во првата серија се реализираа емисиите посветени на: Реформите во образованието и нивната рефлексija кон индивидуите, Меѓународната образовна соработка на Република Македонија со поразвиените земји (размената на искуствата со земјите на развиените образовни системи); Каде е местото на образованието денес? (дали е

потребна дефинитивна разделба со традицијата); Образованието - мост за пренесување на фундаменталните човечки вредности како синтеза на етичко - естетските идеали.

Во втората серија стануваше збор за:

- Односот на образованието со филозофијата, уметностите и науката; реформите во образованието: Применетото образование како образование на современото општество; Образованието и интерактивната настава која беше реализирана во вид на серија, која беше предложена од ОН и беше наменета за земјите во транзиција; Филозовски соѕвездија (да се најде врската со големите филозофско - педагошки системи во современите текови на образовното живеење); Образованието и пронаоѓањето на човековиот идентитет; Размената на научните, образовните и културните идеи на Република Македонија и на САД.

- Полицијата и граѓанинот - 4 емисии;

Секако дека еден од актуелните проблеми на нашето современо живеење претставува и односот на релација полиција - граѓанин. Низ анализата на законските прописи, со учество на граѓани и гости од Министерството за внатрешни работи на Македонија и Скопје, беа прикажани најважните прописи и акти кои се однесуваат на правата на полицијата и граѓаните кога доаѓа до неправилно паркирање, шверц и друго. Се разбира, се потенцираше проблемот на бруталното однесување на полицаецот, но и на арогантното однесување на граѓанинот во конфликтот...

- Наше совремие - 13 емисии

Во серијата под наслов “Природен начин на исхрана” се говореше за: Опасноста од употребата на загадени прехранбени продукти со хемиски агенси; враќање кон исхраната со билошки исправни производи; правилна подготовка на производите од биолошко исправни продукти; користење на изворна форма и различни начини на комбинирање на продуктите при нивното конзумирање.

- “Пат до здравјето” е следната серија од оваа едисија. Таа ги содржеше следните емисии: Причините кои доведуваат до болест и начините на природно лекување; Користење на традиционалните техники на дијагностика во современата медицина; Моќта на масажата, нејзините источни и западни техники.

- “Последното патешествие” е приказна за еден човек, што целиот свој живот го поминал во странство. Враќајќи се во татковината по пат умира. Ноќта по патот кон селото каде што треба да биде погребан, паѓа снег и почнуваат маките за неговото погребување во родната гротка...

-Историски погледи - 8 емисии:

Посебно место Редакцијата за општообразовни емисии посветуваше на реализација на емисии и серии од областа на историјата. Во 1997 година беа реализирани следните емисии:

- “Титова Југославија и македонското прашање” - 3 емисии: Односот на поранешна Југославија кон македонското прашање, со посебен акцент на Бледските спогодби; Спогодбата Коча Поповиќ - Авероф; Покренувањето на македонското прашање во ОН во однос на Бугарија.

- "Меѓународните договори и Македонија" - 3 емисии: Во овие три емисии се зборуваше за третманот на Македонија на Лондонската конференција за мир 1912 година, Букурештанскиот мировен договор, како и Париските договори по двете војни и Лозанскиот и Нејскиот мировен договор со кои се решаваат малцинските прашања во соседните земји.

- "Триесет години автокефална Македонска православна црква" и "Христо Татарчев" се две емисии што се реализираа во текот на 1997 година. Првата беше посветена на значајниот јубилеј (1967 -1997) на Македонската православна црква, а втората на еден од основоположниците на ВМРО - Христо Татарчев, кој живеел како лекар во Торино, Италија, потоа се враќа во родниот крај и умира во Торино...

- Македонското печалбарство - 6 емисии:

Овој е еден од поамбициозните проекти на Редакцијата за општообразовните емисии. Целта беше да се снимат емисии кои ќе бидат посветени на корените на македонското печалбарство, иселувањето на нашето село во прекуокеанските земји. Стана збор за појавата на првите македонски весници и списанија, на македонските Свети Храмови, формирањето на културно - уметнички друштва, воведувањето на настава на мајчиниот македонски јазик и сл. Беа објаснети карактеристиките и на современото иселеништво: одливот на наши умови во овие земји...

- Културни традиции - 9 емисии:

Во оваа едиција карактеристична беше серијата: "Стари македонски ракописи" - 2 емисии. Главна цел беше да се прикажат многу важни стари ракописи пронајдени во Македонија, кои се зачувале со

помош на обичните луѓе и залагањето на наши познати научни работници, кои одат по напуштените стари села, цркви и манастири.

- Предизвици на современоста - 11 емисии:

Редакцијата на Општообразовни емисии одлучи во текот на 1997 година да реализира емисии од областа на компјутеризацијата - област од огромно значење за денешниот современ живот. Еве ги насловите на емисиите:

1.2.3. емисија: Изучувањето на командите на WINDOWS 95 и негова практична примена; 4. Биротехника беше емисија во која се зборуваше за застапеноста на апаратите за канцелариско работење, а меѓу нив и на компјутерите, особено, како тие се поврзуваат со телефаксот или телефонот... 5. ISDN - е следната емисија во која се зборуваше за вклучувањето на овој апарат на дигитална телефонска мрежа, при што со една телефонска линија се добиваат повеќе телефонски броеви. Ова е можност компјутерот да добие посебен свој кориснички телефонски број, со што му се зголемуваат можностите за поврзување со светот; 6. Компјутерски изводи од Управата за приходи, добивање на извод, со состојбата со даночните обврски, преку компјутер инсталиран во фирмата или дома; 7. Компјутерите во производството - Многу производствени процеси се автоматизирани благодарјќи на компјутерите; 8. Видео игри. - Штетноста и користа од видео игрите. Колку треба тие да се играат и во кое време. Потоа беа прикажани видови на видео игри: кои се штетни, а кои се корисни... 9. Компонирање музика на компјутер. - Покрај разновидните можности што ги пружа компјутерот, тој ни овозможува на него и да компонираме и да слушаме музика; 10. Каков компјутер да купите. - Совет од мноштво типови на

компјутер кој да се купи, имајќи ја во предвид работата што треба да ја врши; 11. Штетни зрачења од компјутерот. - Покрај големата корист од компјутерот тој има и неколку штетни карактеристики. Поновите компјутери имаат и адекватна заштита...

УЧИЛИШНА ПРОГРАМА

Деведесетите години на XX век, времето на големи општествени промени, реформи и расчистување со заблудите на минатото, се чини ќе бидат пресудни во формирањето на животните ставови и системи на вредности на генерацијата која ќе стапи на сцена во новиот милениум. Светските интегративни текови, мирољубивата коегзистенција со зачувување на националните културни посебности и општо прифатените определби за мир и глобална благосостојба се појдовните ориентации во профилирањето на образовното и културното ниво на популацијата, особено нејзиниот подмладок.⁹

Вклучувањето на телевизијата во овој смисол, особено нејзиниот образовен сектор, се чини е од огромно значење за иднината на општеството и неговите единки, имајќи ја предвид нивната врзаност за ТВ содржините. Во тој смисол, Општообразовниот сектор на МТВ, паралелно работејќи на негувањето и заштитата на македонскиот национален ентитет, а истовремено и следејќи ги современите интегративни светски процеси и текови, за прв пат се јави со предлог за училишна програма во рамките на Националната општообразовна програма, која се одликува со долгорочни систематски континуирани решенија, како дел на пошироката програмска ориентација на МТВ. Понудените содржини, притоа, се резултат на поширока и пред се' стручна анализа за потребите и барањата на конзументите на

училишната програма и се одликуваат со разновидност и сеопфатност истовремено. Грижата за младата генерација на тој начин се остварува во делот на одговорноста што ја носи Општообразовниот сектор на МТВ, евентуално изразена во една сеопшта Национална програма за развој и прогрес на Македонија.

Во рамките на училишната програма карактеристични беа емисиите посветени на :

- Екологија

Емисиите од оваа област ги опфатија сите проблеми на заштита на човековата околина, односно животната средина, почнувајќи од загадувањето на воздухот, од преголема концентрација на отровни материи, загадувањето на почвата од употребата на недозволени хемиски средства, загадувањето на водата за пиење и сл. Посебно место во овие серии зазема заштитата на животинскиот и растителен свет, особено во нашите езера, каде што на некои видови им се заканува целосно исчезнување и уништување. Стана збор и за заштита и на реките бидејќи повеќето од нив, поради крајно неодговорниот однос кон нивната заштита, се веќе мртви.

Овие емисии секако беа користени за стручна анализа од областите кои беа прикажани, вклучувајќи ги и светските достигнуања од областа на Екологијата. Овие емисии беа снимани на терен, непосредно на лице место.

- Актуелни емисии од областа на образованието

Во образованието често се применуваат нови концепции, се менуваат и надоградуваат. Разработката на оваа проблематика не беше однапред предвидена по теми, но тие се разработуваа пред да

станат актуелни или во текот на реализацијата на некои концепти од областа на образовниот систем. Овие поединечни емисии беа реализирани пред се' преку разговори на заинтересираните страни во образовниот процес. Секако дека особена тежина им се даде на размислувањата на учениците кои тој образовен концепт непосредно го реализираат, како и на видувањата на претставниците на економските и општествените дејности, кои тој кадар го апсорбираат.

- За животот на учениците

Овој тип на емисии имаат големо значење за нашите гледачи од училишна возраст. Сите добро знаеме дека во секое средно училиште постојат различни видови секции. Во сите тие училишта постојат и мали училишни задруги, каде што работат самите ученици за време на своите слободни активности.

Од друга страна, учениците се соочуваат и со најразлични тековни проблеми, од недостаток на некои учебници, до проблеми со ученичките возни билети и слично. Затоа оваа серија се занимаваше исклучиво со нивните секојдневни преокупации, успеси и проблеми.

- Професионална ориентација

Ова беа емисии со кои се прикажуваа основните карактеристики на занимањата. Снимањето се вршеше во претпријатијата, а беа присутни и деца - ученици при што, меѓу другото, се одговараше на нивните прашања и интересирања.

Особено е важно притоа, во време кога е актуелно реструктурирањето на стопанството, реформата на општествените дејности и нивното прилагодување кон европските и светските

стандарди, да се води сметка за новите трендови во професионалната ориентација и нови занимања за кои ќе се пројави интерес.

Со оглед на извонредно големото значење на професионалната ориентација, која во текот на времето ќе биде уште поакутелна, овие емисии се одликуваа со стручна соработка и висок квалитет. Истовремено прашањата кои беа отворени во нив, требаше да бидат третирали сеопфатно од социолошки, психолошки и други аспекти.

- Воспитни емисии

Нашето училиште воспитува и образува, впрочем како и секое училиште во било кое општество. Образовната дејност на училиштето е определена со наставната програма, а воспитната улога, за жал, како да е запоставена. Токму затоа, имајќи во предвид дека воспитувањето на учениците треба да започне со нивното раѓање и да се надградува во текот на целиот живот, емисиите со воспитни содржини беа од големо значење и интерес за децата, родителите, но и за учениците. Во неа беа обработени теми од секојдневието на ученикот, се говореше за начинот на кој полесно и поедноставно би се совладувале наставните единици, за стекнување на нови знаења со користење на фондот на библиотеките, за односот со возрасните, за ликот и улогата на наставникот, за односот со родителите, за односот кон работата уште од најрана возраст, за тоа како да се користи слободното време и за многу дозволени и недозволени нешта со кои ученикот се среќава во животот и со цел да се изгради правилен став кон се' она што не опкружува.

Тоа беа колажни емисии снимени во автентичен амбиент, поврзани со мини серии во кои говорела стручни лица и децата за своите

лични искуства. Беа вметнати музички точки, комични ситуации и примери како треба, односно не треба, нешто да се прави. Секоја емисија имаше порака директно упатена до гледачите.

Училишната програма во 1997 година беше реализирана преку **КОНТАКТНО УЧИЛИШНИ ЕМИСИИ** од кои најкарактеристични беа:

- **Свон** - Контактна училишна програма со студиски и снимен материјал. Во 1997 година се емитуваше секој работен ден и имаше цел со слика и збор да проговори за сите оние мали и големи, битни и маргинални нешта од ученичките клупи и претставуваше ученички информатор за популацијата од 6 - 18 години и тоа не случајно, зошто Свон е единствената програма наменета за оваа популација.

- **Пулсирања** - Секоја сабота во траење од 90 минути. Тоа беше програма за новите генерации со нов сензибилитет, изменети вкусови и мерила, нови способности за знаења од областа на општественото, политичкото, економското и културното живеење кај нас. На алтернативен новинарски и визуелен начин овие содржини беа опфатени и презентирани во оваа емисија за млади.

- **Зимска рекреативна програма**

Програма која училишната редакција години наназад ја емитува во периодот на зимскиот распуст на учениците. Таа содржеше:

- Едукативни емисии за дополнување на програмата за основно и средно образование од кои најкарактеристични беа:

- **Култура на говорот (52x15 минути);**
- **Географска енциклопедија (12x15 минути);**
- **Летна школа за млади математичари и физичари (6x20);**

- Весела математика (10x30 минути);
 - Од игра до балет (10x20 минути);
 - Ликовна работилница (12x30 минути);
 - Еколошки искри (8x20 минути) и други.
- Актуелни емисии како што беше:

■ **Полемика (20x40 минути)** - Тоа беа контактни емисии во кои се дискутираше и полемизираше на теми и содржини од образовно - воспитниот систем преку младинските актуелности. Во емисиите учествуваа ученици и претставници од соодветните образовни институции, а со бета камера беа подготвени повеќе анкети и изјави, во кои анкетираниите ги искажаа своите мислења за темата која е предмет на дискусија.

Воспитни емисии како што се:

■ **Ајде да зборуваме (5x30 минути)** - Во овие емисии се говореше за проблемите и состојбите за и околу младите. Се говореше за теми кои што се сеуште табу: хуманизација на половите, прва љубов, прв сексуален однос, малолетнички абортуси и сл.

■ **Култура на живеење (20x10 минути)** - Серија за едукација на голем број луѓе иницирана од многу области од животот, разгледани од различни аспекти: културолошки, морални, етички и етнички. До сега имало напишани книги за бонтон, а зборувано во одделни учулишни емисии, но никогаш систематски и осмислено. Серијата беше наменета за различни возрасти: деца, млади, возрасни, а беа засегнати сите националности и етнички групи во Македонија. Се' со цел да се запознаеме меѓусебно, да се разбереме и почитуваме повеќе. За таа цел се зборуваше отворено и за многу прашања од животот кои се

недоволно познати, кои се табу теми и сл. Беа обработени следните теми: хигиена, манири, обраќање, подарување, дружење, запознавање, видови пријателства. па се' до предрасудите и религијата.

- Културна ризница

Македонските манастири со своите богато украсени фасади и куполи, фрескоживопис, икони, предмети во резба, иконостаси, амвони, царски двори, певници, целиванија, како и икони од средновековниот период и преродбата, претставуваат богата културна ризница, што предизвикуваат голем интерес не само за културната јавност, туку и пошироко.

Голем е бројот на нашите манастири кои беа презентирани преку емисијата "Културна ризница", па оттука во текот на 1997 година беа реализирани две сценарија и тоа за манастирите: Св. Јоаким Осоговски, Св. Гаврил Лесновски, а како алтернатива и Св. Јован Бигорски.

ДОКУМЕНТАРНА ПРОГРАМА

Редакцијата за репортажно документарни емисии во текот на 1997 година ги реализира следните емисии:

- Патеписно - репортажни емисии (12ем.х30 мин.)

- Подводниот свет на Охридското, Преспанското и Дојранското езеро (3ем.х45 мин.)

- Освојување на пештерите во Македонија (4ем.х30 мин.)

- Луѓе и судбини (12ем. х30 мин.)

- Документарен есеј (6ем. х30 мин.)

- Села и граници (4ем.х30 мин.).

- Корени и потомци (6ем. х30 мин.)

- Документарен филм (бем. х30 мин.)

- З У М (12ем.х30 мин.) - Спаѓа во таканаречената категорија на актуелна документаристика. Тоа би значело зумирање на одредена појава од севкупниот живот, со помош на аналитички приод кон проблемот и елементи на истражувачко новинарство.

- Документарна вечер (бем. х60 мин.)

- Враќање кон религијата (3ем.х30 мин.) - Феноменот враќање кон религијата во повеќе земји на источна Европа и кај нас е суштината на која се задржа оваа, да ја наречеме мини серија.

- Поединечни емисии (3 ем.х45 мин.)

Во рамките на оваа програма во 1997 година беа реализирани следните специјализирани емисии:

- Класје (12ем.х60мин.) - Емисии посветени на нашето земјоделство со сите сегменти што ги опфаќа оваа проблематика. Најголем дел од содржините има едукативен карактер со презентација на стручни совети на наши потврдени експерти од оваа област.

- Сред село (12ем.х60мин.) - Емисии кои што акцентот го дадоа на состојбите во нашето село, животот во него, стопанскиот момент, урбанизацијата и културата.

- Одбрана, армија, мир (24ем.х30мин.) - Емисија посветена на активностите и животот на младите во Македонската армија, актуелни случувања во транзициониот период и нашето вклучување во Европските асоцијации во оваа сфера.

- Ало - 92 (12ем.х30 мин.) - Автентичен начин за да се долови животот од другата страна на медалот, во светот на криминалот, проституцијата, дрогата, големите сообраќајни несреќи, пожари и сл.

Сето ова по урнекот на слични емисии во голем број светски реномирани ТВ куќи.

- Еколошка патрола (12ем.х30 мин.) - Жигосување на негрижата и несовесноста, кога се работи за уништување на природната средина со истовремено научен пристап, кога се работи за заштита на средината во која живееме.

- Светот на темнината (12ем.х30мин.) - Емисија посветена пред се' на хендикепираните лица со оштетен слух, говор и глас. Само во Македонија регистрирани се над 30 илјади вакви лица.

- Нови видици (12ем.х30 мин.) - Емисија посветена на телесно хендикепираните лица во Македонија, инвалиди на трудот, што го бараат своето место во светот на здравите лица. Оваа емисија го презентира нивниот живот и нивното барање да се вклопат, каде што можат со нивната желба да се чувствуваат рамноправни.

- Еко риболов (12ем.х30 мин.) - Безпричинското уништување на рибниот фонд, како и дивечот во Македонија, пустошот што останува зад рибокрадците и ловокрадците, научниот пристап во оваа област - сето тоа е дел од содржината на овие емисии од еколошки аспект.

КУЛТУРНО УМЕТНИЧКА ПРОГРАМА

Редакцијата за култура и уметност во 1997 година ги подготви следните емисии:

- Отворена програма од културата (48ем.х70мин.). Секој понеделник третираше прашања од поединечни области од културата и говореше за најактуелните настани од културниот живот во државата.

Емисиите беа педесет одсто во живо, педесет одсто во снимени материјали во вид на мини авторски форми.

- Ин медиас рес (12ем.х45мин.) - Монотематска емисија од областа на културата. Се емитуваше секоја трета недела во месецот.

- Книжевни посланија (11ем.х45мин.) - Магазинска емисија од областа на книжевноста. Презентација на нови книги, автори, состојби во издавачката дејност итн.

- ТВ фељтон (12ем.х45мин.) - Емисии кои имаа документаристички пристап и третираа вредности од нашето национално богатство, универзални вредности, настани кои означуваат пресвртница во културната историја на нашиот народ итн.

- ТВ портрет (10ем.х45мин.) - Портрети на значајни творци од нашата земја и странство, афирмирани личности од областа на литературата, музиката, ликовната уметност и филмот.

- Во светот на ликовната уметност (6ем.х30мин.) - Акцентот беше ставен врз актуелниот миг на современата ликовна уметност. Ретроспективните изложби беа повод за студиозен приод кон одредени автори и движења.

- Уметничко видео (4ем.х20мин.) - Истражување во јазикот на естетиката на медиумот.

- Во атељето...(10ем.х10мин.) - Мини прошетки низ атељеата на познати и помалку познати сликари.

- ТВ лирика (7ем.х10мин.) и (3ем.х30мин.) - Визуелизација на најзначајните поетски остварувања на домашни и странски автори.

Манифестации:

- Струшки вечери на поезијата (Зем.х60мин.); (Зем.х45мин.)
(Зем.х30мин.) Беа дадени: Три директни преноси: Свечено отварање,
Портрет на добитникот на “Златниот венец и Мостови” (снимка)

Два фелтона, портрет на добитникот на “Златниот венец”,
ТВ Лирика - национална поезија на одредена земја и Преглед на СВП.

- ТИ “Војдан Чернодрински” (Зем.х30 мин.) - Хроники

- Саем на книгата, МОТ, Рацинови средби, Фаат, Фестивал
на камерен театар “Ристо Шишков”, Скомрахи и Манакиеви средби
(8ем.х30мин.)

- Алиса - Европски културен магазин (4ем.х10мин.)

НАУЧНА ПРОГРАМА

Оваа програма беше реализирана низ следните емисии:

- Научно студио (24ем.х30мин.) - Емисиите од оваа серија
беа посветени на најновите и најзначајните научни откритија, научни
трудови, научници и дела - добитници на домашни и меѓународни награди
и признанија. Вниманието беше насочено и кон значајните датуми и
јубилеи, како на пример: МАНУ 1967 - 1997, 30 - годишнината на
автокефалноста на МПЦ итн. По строга селекција беа проследени и
најзначајните Конгреси и Симпозии, како што беа оние во МАНУ на
тема: “Македонија и нејзините соседи од III - I милениум п.н.е.” на кое
учествуваа светски авторитети за античкиот период. Не изостанаа и
емисиите насловени како: “Од на векот” во кои нашата јавност беше
информирана за светските научни достигнувања, што беа коментирани
од наши научници и стручњаци.

- Македонска енциклопедија (5ем.х30мин. - 45мин.) Во оваа
серија беа снимени портрети на наши истакнати научници, според

динамиката и критериумите од минатата година. Покрај резултантноста и нивниот исклучителен придонес во Македонската наука, како основен критериум за продукција и дефинитивниот избор беше нивната здравствена и физичка состојба, подготвеноста за соработка, која бара време, енергија, сеќавања, емоции...

- Истражувања (5ем.х30мин.) - Со оваа серија се продолжи соработката со Министерството за наука во Владата на Република Македонија, со чија помош се утврдија научно - истражувачките проекти, финансирани од државата што имаат приоритет и значење да бидат соопштени, не само на научната, туку и на пошироката јавност.

- Отворено за науката - сакате ли аргументи (10ем.х60 мин.) Овие емисии обработуваа научно, актуелни, суптилни теми, проблеми и феномени. Покрај главните гости беа поканети и други кои што ја сочинуваа активната студиска публика (апсолвенти, постдипломци, членови на разни друштва и здруженија, аматери или самоуки истражувачи, пронаоѓачи, иноватори и др.). Еве неколку наслови од оваа серија, чија цел беше со понудените научни аргументи да се осветлува, појаснува, разрешува, полемизира, спротивставува: “Проблемите на и во археологијата” , “ Науката за просторното и урбанистичкото планирање”, “Провинција - град” (рурална социологија), убавината и (без)смртноста на народното творештво, историски проблеми и дилеми (процеси, настани, личности) и др.

- Цивилизациите на почвата на Македонија (5ем.х30мин.)

- Македонските печатари во Романија (10ем.х40 мин.)

Во рамките на научната програма во 1997 година беше реализирана емисијата “Семејна палета” која на еден посебен начин

третираше прашања за жената и семејството: образованието и подигнувањето на децата и посебно нивното воспитание, образование и здравствена заштита, потоа здравиот начин на живеење на целото семејство итн.

Низ постојните рубрики: “Наш конкурс”, “Средби во студиото”, “Идеи”, “Семеен лексикон”, “Трето доба”, “Кога бевме мали” и “ Практично корисно”, продефилираа голем број стручњаци (социолози, психолози, лекари, педагози, цели семејства, познати личности од политичкиот живот, културата и спортот), кои заедно третираат актуелни теми од секојдневното живеење. Остварени беа и бројни средби со странски дипломати и странски стручњаци.

СТРАНСКА ОБРАБОТЕНА ПРОГРАМА

Редакцијата за странска обработена програма во текот на 1997 година според интерниот план обработи премиерна програма во траење од 35.000 минути.

Структурата на странската обработена програма по жанрови би изгледала вака:

- патеписни емисии (52ем.х50мин.)

Емисии посветени на одредени земји, градови и краеви.

- Документарни емисии (52ем.х50мин.)

Документарни емисии од типот на “Не сонувајте”, кои во себе содржеа по три куси документарни филмови од еден автор, а кои се работени во разни делови на светот.

- Актуелни политички емисии (52ем.х50мин.)

Од типот на “Геополис”

- Луѓе и настани (52ем.х50мин.)

Портрети на личности и големи светски настани

- Откритија (52ем.х30 мин.)

Научно - популарна емсија во која беа презентирани најновите научни достигнувања во светот.

- Балкански магазин (6ем.х60мин.)

- ТВ познанства (6ем.х120мин.)

- Што гледа светот (52ем.х 210мин.)

Од анализата на содржината на програмите на МТВ можеме да дојдеме до неколку важни заклучоци. Информативно -политичките емисии се во особена мера застапени на програмата. Со својата релативно високо развиена технологија информативната програма успеаше во текот на 1997 година да ги покрие скоро сите позначајни настани од земјата и светот. Исто така преку емисиите “Бизнис”, “Свет”, “Диоптрија”, “На тема”, “Македонија денес” и особено “Без наслов но со повод” ни’ дадоа богати анализи и коментари за актуелните настани, кои обилуваа со социолошки содржини.

Образовната и училишната програма, што е од особено значење, понуди широка лепеза на емисии корисни за учениците во средното образование. Покрај содржините од други области (биологија, географија, странски јазици итн.) таа понуди и богат избор на содржини кои говореа за социолошките категории кои се предмет на ова истражување. Богатство од социолошки содржини понудија емисиите “Актуелни образовни релации”, “Наше совремие”, “Полицијата и граѓанинот”, “Македонското печалбарство”, “Културни традиции”, од образовната програма и емисиите “Екологија”, “За животот на учениците”, “Професионална ориентација”, “Свон”, “Зимско

рекреативна програма”, “Полемика”, “Култура на живеење” и “Културна ризница” од училишната програма.

Во документарната и научно популарната програма доминираа емисии кои се занимаваа со проблеми кои се во доменот на природните науки. Меѓутоа и тука имаше емисии кои презентираа проблеми од општествениот живот. Такви беа емисиите “Луѓе и судбини”, “Документарен есеј”, “Села и граници”, “ЗУМ”, “Еколошка патрола”, “Научно студио”, “Македонска енциклопедија”, “Сакате ли аргументи”, “Семејна палета” и други.

На крајот да истакнеме дека и културната програма понуди богат избор на емисии од кои најзначајни беа “Отворена програма од културата”, “Ин медиас рес”, “ТВ Фелџон”, “ТВ портрет” и други.

ЗАБЕЛЕШКИ

1. Rankine L.J., Bez značajnih granica, "Pregled", br.223, 1983.
2. Cleveland Harlan, Informacija kao prirodno dobro, "Pregled", br.223, 1983
3. Првата своја самостојна емисија ТВ Скопје ја емитуваше на 5 јуни 1964 година, во 16 часот со директен пренос од свеченоста по повод пуштањето на главниот предавател на Црн Врв. На 14 декември 1964 година започнува редовната програма од скопскот телевизиско студио.
4. Како основа при правењето на анализата на содржина на МТВ ни' послужи ПРОГРАМАТА НА МАКЕДОНСКАТА ТЕЛЕВИЗИЈА за 1997 година.
5. Molnar R. Andrew., Komjuterska pismenost, "Pregled", br.218, 1982.
6. Carey John, Platon za tastaturom, "Pregled", br.259, 1992.
7. Исто, стр.37.
8. Националната општообразовна програма претпоставуваше систематска обработка на посочените целини, најчесто низ серии од 10 - 20 емисии, кои содржински, педагошки и со своите естетски квалитети и техничка реализација добиваат трајна вредност.
9. Rankine L.J., Cleveland Harlan, Zuboff Shoshana, Na pragu doba informacija, "Pregled", br.223, 1983.

2. АНАЛИЗА НА СОЦИОЛОШКИТЕ СОДРЖИНИ ВО ПРОГРАМИТЕ НА МАКЕДОНСКОТО РАДИО

При анализа на содржините на радио програмите бевме исправени пред истата дилема како и онаа кога ги имавме пред нас ТВ куќите. Но, се чини овде ситуацијата беше далеку почиста. Приватните радио канали, кои се појавија во огромен број, во етерот емитуваат воглавно музички емисии од најразличен карактер. Од друга страна, пак, локалните радија, кои се појавија во внатрешноста на земјата, емитуваа информации скоро исклучиво од локален карактер. Затоа без дилема се одлучивме за програмите на Македонското Радио - Радио Скопје.¹

Годината 1997 донесе нови квалитети во програмските остварувања на Македонско Радио - Радио Скопје.

Улогата на јавен информативен сервис Македонското Радио - Радио Скопје ја извршува во согласност со барањата за навременото и информирање, непристрасност, демократичност и јавност на сите сегменти на животот. Ако тоа во минатите години се правеше во отсуство на поконкретна законска регулатива, во 1997 година се донесе Законот за радио дифузија што донесе и нов програмски квалитет.

Програмската определба на Македонското радио е да го регистрира пулсот на животот, да ја негува практиката на истражувачки програмски пристап, да искажува јасни гледишта за актуелните збиднувања. Постојаната комуникација со јавноста, негувањето на интеракцискиот однос, напорот да се артикулира како поединечниот, така и општите интереси на граѓаните се' во функција на формирање на јавното мнение за клучните основни постулати од севкупниот живот во државата. Може да констатираме дека главно сите овие определби беа

остварени низ реализираните емисии.² Програмската и сеопфатна универзалност на Радио Скопје и нејзините програмски сегменти, пред се', информативно - политичкиот, едукативниот, културно - естетскиот и рекреативно - забавниот или музичкиот сегмент, ја чинат окосницата на програмското ткиво на Македонското Радио. Како континуитет на националниот идентитет и меѓународната димензија на нашата самобитност, програмскиот пристап покрај регистрирањето на збиднувањата подразбира истражување и анализа на појавите, синтеза на збиднувањата што секако обликува програмски придонес во развојот на демократијата и создавањето на критичка јавност кон општествената стварност. Оттаму, може да констатираме дека програмските содржини во 1997 година се во функција на нашиот севкупен демократски развој, во чие средиште е граѓанинот, неговите права, слободи и обврски и во тој мозаик Македонското радио како непристрасен јавен сервис на тој граѓанин.

Македонското Радио - Радио Скопје е мошне сложен радио систем. Тоа, во текот на едно деноноќие (24 часа), емитува дури 92 часа програма на повеќе фреквенции, а од неодамна нејзината целодневна национална програма - Прва програма на Македонското радио, се емитува и на Интернет за целиот свет и веќе на стартот, предизвикува особено забележителен интерес.

Системот Македонско Радио го сочинуваат седум, со Интернет осум програми:³

■ МАКЕДОНСКО РАДИО - РАДИО СКОПЈЕ, ПРВА ПРОГРАМА

- МАКЕДОНСКО РАДИО - РАДИО СКОПЈЕ, ВТОРА ПРОГРАМА
- МАКЕДОНСКО РАДИО - РАДИО СКОПЈЕ, ТРЕТА ПРОГРАМА
- МАКЕДОНСКО РАДИО - РАДИО СКОПЈЕ, ПРОГРАМА НА АЛБАНСКИ ЈАЗИК
- МАКЕДОНСКО РАДИО - РАДИО СКОПЈЕ, ПРОГРАМА НА ТУРСКИ ЈАЗИК
- МАКЕДОНСКО РАДИО - РАДИО СКОПЈЕ, 103-КА
- МАКЕДОНСКО РАДИО - РАДИО СКОПЈЕ, ПРОГРАМА "БИЛЈАНА"

Македонското радио - радио Скопје во 1997 година ја профилираше својата програма според биоритамот и пулсот на нашиот слушател. Во утринските часови нему му беа наменети содржини кои го воведуваа во денот, пладнето беше полно со тековни информации, попладнето, слушателите преку емисиите беа провоцирани на размислување и се одмараа со поаналитичен приод на настаните и состојбите, од страна на новинарите, квечерината ги релаксираше слушателите, а ноќта радиото беше успешен соговорник со аудиториумот, барем според неговиот одзив и определба и тој да учествува во програмата.

Овие програмски појаси денеска се шема на многу светски радио - станици во Европа и пошироко. Сепак, токму така широко поставениот концепт ја бараше секојдневната новинарска инвентивност, нивната професионална аналитичност и високиот степен на естетски

критериуми, во време кога многу вредности се најдоа на удар на општествените системски промени, особено на овој дел на светот.⁴

МАКЕДОНСКО РАДИО - РАДИО СКОПЈЕ, ПРВА ПРОГРАМА

Првата програма на Радио Скопје, целодневна 24 часовна радио програма, во спектарот програми на Македонското Радио се идентификува како национална радио станица, своевиден јавен сервис со задача да ги одрази најшироките интереси на граѓаните, на државата како национална и граѓанска. Го отсликува пулсот на цивилното општество, со сите специфики кои што од тоа произлегуваат во информирањето на политичкиот, општествениот, стопанскиот, културно - забавниот, уметничкиот и воопшто животот и творештвото. Програмската екипа на Првата програма според нашите сознанија успешно ја изврши задачата да регистрира, истражува, анализира и нуди свој автентичен придонес во развојот на демократијата, во создавањето на критичкиот однос спрема општествената стварност, во артикулирањето на општиот и поединечниот интерес на граѓанинот и државата, создавајќи на тој начин и индивидуална и колективна свест, како клучни постулати за развој на демократското општество.

Годината 1997 го продолжи трендот за заокружување на основниот програмски концепт на Првата програма. Донесе и некои новини на тој план. Програмските појаси беа реструктурирани. Добар дел и предизајнирани. Така на пример, “Ритамот на времето” се продолжи на 6 часа, како целовита заокружена претпладневна програма. Информативната емисија “Точно на пладне” ја пополни празнината на информативен програмски пресек. И новините во “Прес - 19” и во

“Радио - 22” беа реализирани на особен успешен начин. Во 1997 година за одбележување се и новините во образовната програма, како и некои други содржини во клатурата, уметноста и особено музиката во која промените и новините се најбрзи.

Конкретно: Пладневниот радио весник и Вечерниот радио весник ја имаа тежината на својата информативна функција, пред се’, со дисциплината и крајно професионалниот однос во нивното емитување и презентација.

Во овие емисии точно во определено време секојдневно на слушателите им беа сервирани информации главно од дневнополитички карактер. Тоа се емисии кои жанровски припаѓаат на информативната програма. Континуирано се пласираат информации од најзначајните политички настани од земјата и од странство. Потоа одат информациите за другите општествени настани од кои најчести се оние за економскиот и културниот живот. Овие емисии обично завршуваат со информациите за спортот и времето. Освен вестите, во овие емисии доста често се пласираат и коментари и анализи кои ги дообјаснуваа актуелните општествени настани. Преку вестите и коментарите што се присутни во овие три емисии, радиото пласира до слушателите информации од скоро сите социолошки категории. Главно тие информации се однесуваат на политиката и политичките партии, државата, правото, економскиот живот, општествените промени, процесите на производство и на културните феномени.

■ Утринскиот радио весник со своите содржини не само што го најавува денот, туку вложува напор да го отслика општествениот живот

во земјата и странство уште во претпладневните часови со сите свои тековни особености.

■ Радио - 22 на некој начин ги сумира информациите кои во етерот се емитувани во текот на денот. За утринскиот радио весник и Радио - 22 важат сите оние карактеристики што ги наведовме за пладневниот и за вечерниот Радио весник.

■ “Слушајте радио”, исто така, се прилагодуваше на програмските задачи на Македонското Радио.

Оваа емисија концепциски е така поставена што дава своевиден поширок приказ на актуелните општествени настани. Сите тие актуелни настани и состојби се коментирани од сопствен агол на гледање. Тоа го прават или новинарите или гостите што се повикуваат во студиото. Гостите се истакнати личности од научниот, политичкиот и воопшто од јавниот живот на нашата држава. Што е од особено значење тука се појавија многу значајни социолошки анализи за актуелните настани, појави и состојби карактеристични за нашето општество и светот за одреден временски период.

■ “Радио спектарот” беше повеќе магазински концепиран.

Оваа емисија понудува најширока лепеза на информации од целокупниот општествен живот. Таа практично ги покрива и објаснува скоро сите настани што се случуваа во земјата и светот. Тука свое посебно место наоѓаат општествените промени во сите полиња на општествениот живот. Емисиите “Слушајте радио” и “Радио спектарот” се социолошки “најсилни” и нудат најрелевантни содржини од социолошки карактер.

МАКЕДОНСКО РАДИО - РАДИО СКОПЈЕ, ВТОРА ПРОГРАМА ⁵

Тоа е радио канал со главно забавно - рекреативен и едукативен концепт. Се карактеризира со нагласена комуникација со слушателите, строга и селективна информираност. За него се вели дека е и комерцијално радио. Радио што се слуша, радио на настанот, или како што некои велат, Радио на случувањата. Во секој случај, определбата му е, низ разновидни лесно обработени содржини, да комуницира со слушателот. Тоа е програма која е 80% музички исполнета. Меѓутоа, во исто време, таа е и жанровски разновидна. Ова радио го сочува веќе стекнатиот статус на најслушано радио на овој македонски простор.

Дефинираната концепција на Втората програма на Македонското радио како забавно - рекреативна, информативно - едукативна и контактено - музичка, ја истакнува и нејзината специфика и алтернативност во однос на другите радио - програми. Оваа програма, всушност, не напуштајќи го она што како концепција успешно функционираше, се обиде во 1997 година во сите делови и начини на програмска реализација да стане радио на случување - да овозможи отвореност и контактност на секој негов сегмент, што значи оваа програма да биде дел од животното и работното секојдневие на слушателот.

Така, во утринските програми емитува репортерски записи кои од ден во ден, го регистрираат она што секојдневно се случува тука околу нас. Така, репортерите се на местото на настанот и контактираат со луѓе кои зборуваат за своите дневни обврски, за својата професија и за сето она што ги преокупира. Оваа форма на радиоизразување,

истовремено внесува динамика и отвара пат до најширокиот круг слушатели.

Натаму, програмата се насочува со 60 минутни емисии, чии теми не ретко произлегуваат од поставените прашања, од проблемите што не' засегаат и најмногу од актуелниот миг во сите сфери на животот. Тие се можност компетентни соговорници да понудат одговор или барем да ги лоцираат начините за решавање, се разбира, пред се', преку обезбедениот контакт со слушателите.

Информативниот дел во програмата е препознатлив по флеш - телекс вестите, во кои се емитуваат куси ударни вести и се разбира, по отворениот програмски појас во кој се слеваат извештаите, директно од настанот или местото на случувањето, често реализирани и низ разговор со учесниците. И овие извештаи се куси, со извлечени интересни моменти, изворно презентирани.

Попладневниот програмски блок е со поспокојни тонови во кои доминираат интервјуа, разговорите снимени во творечките лаборатории на истакнати личности, импресии, содржини посветени на домот и семејството. Во овој дел се отстапува простор и за формите на регистрирање на настани во областа на културата и уметноста, паралелно со начините за осмислување и пополнување на слободното време.

Музичките авторски емисии се профилирани и препознатливи според жанровската и стилската определеност. Музиката, во текот на целиот ден, е дел од програмата која на слушателот му нуди релаксација, но истовремено и избор во однос на музичкиот стил и во

однос на разновидноста, а пред се' во можноста да се чуе сето она што е најново на светската музичка сцена.

Во ноќните програми се настојува да доминира забавно - рекреативната компонента. Во ноќните часови се нуди програма што не обврзува, не оптоварува, но истовремено остава простор за пласирање на атрактивни содржини и за контакт со слушателите. Една од тие форми секако е радио - квизот, кој одговара на овие барања, со проширување на тематските подрачја и начинот на реализација и со збогатување на радиофонскиот израз.

Програмските блокови што доминираа како забавно - рекреативни содржини се саботните и неделните пладневни термини во кои низ прилози, атрактивни гости и комуникација со слушателите, се реализира програма која што опушта, информира и истовремено забавува, со необичност на содржините и во тематска и во дизајнерска смисла. Посебно, саботниот блок се потпира и на соработката со локалната радиомрежа, за што постои обостран интерес и желба да се прават и заеднички програми и гостувања во одделни средини.

Инаку, со оглед на податокот за слушливоста и слушаноста на оваа програма во другите градови, продолжува настојувањето и во рамките на утринските програми, а уште повеќе во попладневниот термин, да зајакне поврзувањето и широката секојдневна комуникација со здружената радио- мрежа во Македонија.

Жанровската разновидност на програмските содржини има за цел да ги опфати сите структури на аудиторниумот од најмладите до највозрасните генерации, а нејзината поврзаност со локалните радио станици во рамките на здружената мрежа, на Втората програма на

Радио Скопје ќе и обезбеди и поголема чујност и поголема разноврсност на содржините и сигурно многу поголема слушаност.

Втората програма на Радио Скопје, иако алтернативна на националната програма, во сегменти, со својата комплементарност, обезбедува програмска пропулзивност на целината на концепцијата на Македонското Радио, како јавен сервис на граѓанинот.

МАКЕДОНСКО РАДИО - РАДИО СКОПЈЕ - ТРЕТА ПРОГРАМА ⁶

Годината 1997 и на оваа програма и' донесе повеќе видоизменети содржини. Со оглед на својата концепција и намена овој програмски дел и не трпи чести промени. Но, новите содржини предвидени за 1997, третата програма ја направија поатрактивна, барем за оној круг на слушатели на која таа им е наменета. Нивна особеност беа последните збиднувања во општествените промени, во психологијата и социологијата, во системите и кај луѓето.

Концепциски осмислена да ја пласира научно-теориската и културолошката мисла во етерот, како специфичен радио-институт, Третата програма на Македонското радио овозможува трансфер, циркулација и взаемно информирање на интелектуалците и на нивната теориска размисла и творештво на нашите простори. Во истовреме, со континуираната презентација на теориската мисла на најкопетентните и авангардните теоретичари од врвот на светската интелектуална елита, Третата програма прави напор постојано да е во трендот на научната актуелност, како и медиумско и промоторно јадро на нашиот академски круг.

За таа цел, Третата програма доби нов програмски дизајн што во најконцентрирана форма ги пласира актуелните содржини врамени во тематски вечери од областа на уметноста, културата, науката и музиката.

■ понеделник: ден резервиран за “Тема на вечерта “ (2-3 ем.)

■ вторник: “Цивилизациски теоретски вредности” (2-3 ем.)

■ среда: “Студии” и “Филозофски размисли”

Секоја средна среда во месецот се емитува “Екс катедра” (2-3 емисии) во кои се презентират излагања или предавања на наши еминентни научни работници.

■ четврток: презентирање на научните достигнувања и теоретските размисли во емисијата “Човекот и науката”. Емисијата “Порта” ги отвора брановите на Третата програма за белешките на светските патеписци.

■ петок: “Реминесценции”, “Перспектива”

■ сабота: ден посветен на музичкото творештво

■ недела: - “Прозен медалјон”, “Поетска призма”

МАКЕДОНСКО РАДИО - РАДИО СКОПЈЕ, ПРОГРАМА “БИЛЈАНА”⁷

Информативно - пропагандниот аспект насочен кон домашната и меѓународната јавност и реализиран преку емисиите на бугарски, грчки и албански и емисиите наменети на нашите иселеници во светот, се основни насоки на програмата “Билјана” и во 1997 година.

Таа изобилува и со испраќањето на информации до радиочасовите на македонски јазик во прекуокеанските земји.

Ако го истакнеме неоспорниот факт за големото значење на иселеништвото како општествен феномен, содржините од оваа емисија добиваат на тежина. Првиот се состои во тоа што е крајно време македонските иселеници да се интегрираат во сите делови на сопствениот (матичен) општествен систем. Заради тоа, многу е важно да бидат правилно информирани за се' она што се случува во нашата земја. Од друга страна, пак, нашата земја треба да изгради сопствена иселеничка политика која би била од државен интерес. Тоа упатува на фактот дека овдешните политички субјекти треба да го слушнат гласот (ставовите, вредностите, размислувањата, идеите) на македонските иселеници во Европа и Прекуокеанските земји.

МАКЕДОНСКО РАДИО - РАДИО СКОПЈЕ, - КАНАЛ "103"

Како музичко радио, од своето настанување, со програмска содржина единствена на Балканот, овој програмски сегмент успешно опстојува во етерот веќе неколку години. Се зголеми пропулзивната моќ на ова навистина слушано радио и се зголеми аудиториумот нудејќи неколку нови содржини во програмата. Секако, најголема новина е алтернативната култура воопшто, изложбите, театарските претстави, филмови, перформанси и друго, со тенденција да се следат сите авангардни случувања во сите сфери на културата и уметноста.

МАКЕДОНСКО РАДИО - РАДИО СКОПЈЕ, ИНТЕРНЕТ ПРОГРАМА

Започна експериментално пред крајот на 97 - ма, но со видлив интерес кај нашите консументи преку Океанот. Само една недела по емитувањето на првиот сигнал, побарувањата од ден во ден рапидно растеа, што зборува за многу поангажиран однос на Македонското Радио кон обликувањето на овој вид на програма како своевидна целина и со содржини кои предизвикуваат интерес што, на поинаков начин, тешко можат да се остварат. Во рамките на ова новинарите и уредниците исправени пред судот на јавноста во секојдневното потврдување на својата чесност и професионализам својата најголема сатисфакција ја наоѓаат во секојдневните содржини и пофалби што значат натамошно уште поголемо залагање за точно, навремено и вистинито информирање. Во ваквиот предизвик тие секојдневно ја бијат битката за калитетна програма што почнува со зборовите: Македонско радио - слушајте не' денес, утре, за навек.⁸

Од досега напишаното, многу убаво се гледа дека Македонското - радио нуди широка лепеза од информации за скоро сите сфери од општественото живеење кај нас и во светот. Иако неговата програма нуди порелаксирана содржина од онаа на телевизијата, сепак и во радиопрограмите наоѓаме грст од содржини релевантни за нашето истражување. Ова ќе го поткрепиме со следната квантитативна анализа на програмата на Македонското Радио за 1997 година. Во неа ќе се задржиме на продукционата анализа на оние радио - програми кои нудат најмногу сознанија од областа на општествените феномени.

ПРОДУКЦИОНА АНАЛИЗА НА ПРОГРАМИТЕ НА МРА

ПРВА ПРОГРАМА - РАДИО СКОПЈЕ

- Обденица - Добро утро како сте $260 \times 210' = 54\,600' / 910'$
 $52 \times 180' = 9\,360' / 156'$
 $53 \times 120' = 6\,360' / 106'$
- Ритам на времето $260 \times 210' = 54\,600' / 910'$
- Радиочитанка $260 \times 25' = 7\,800' / 130'$
- Пладневен весник $312 \times 30' = 9\,360' / 156'$
- Слушајте радио $260 \times 120' = 31\,200' / 520'$
- Ноќна програма $261 \times 210' = 54\,810'$ и $104 \times 390' = 40\,560'$
вк. $95\,370 / 1\,589.30$
- Радио драма $52 \times 60' = 3\,120' / 52'$
- Историски фокус $52 \times 30' = 1\,560' / 26'$
- Човек, настани, време $52 \times 30' = 1\,560' / 26'$
- Радиоспектар $52 \times 300' = 15\,600' / 260'$
- Шарена емисија за деца $52 \times 60' = 3\,120' / 52'$
- Неделна емисија за земјоделците $53 \times 60' = 3\,180' / 53'$
- Во меѓувреме $53 \times 120' = 6\,360' / 106'$
- Хихирику $53 \times 60' = 3\,180' / 53'$
- Радиотеатар за деца $53 \times 35' = 1\,855' / 30.55'$

ВТОРА ПРОГРАМА - РАДИО СКОПЈЕ

■ Утринска програма	260x180' = 46 800' /780
■ Претпладневна програма	260x180' = 46 800' /780
■ Попладневна програма	260x240' =62 400' /1 040
■ Вечерна програма	260x240' =62 400' / 1 040
■ Ноќна програма	260x240' =62 400' /1 040

ТРЕТА ПРОГРАМА - РАДИО СКОПЈЕ

■ Радиоразговорник	40x60' = 2 400' / 40
■ Радиоразговорник	12x120' =1 440' / 24
■ Неделен тематски циклус	260x 20' =5 200' / 86.40
■ Студии	52x 20' = 1 040' / 17.20
■ Политички предизвици	52x 20' = 1 040' / 17.20
■ Филозовски размисли	52x 20' = 1 040' / 17.20
■ Средотек	52x 60' = 3 120' / 52
■ Економски форум	52x 20' = 1 040' / 17.20
■ Современ свет	52x 20' = 1 040' / 17.20
■ Човекот и науката	52x 20' = 1 040' / 17.20
■ Есеј	52x 20' = 1 040' / 17.20
■ Радиорепринт	52x 20' = 1 040' / 17.20
■ Културно наследство	40x 20' = 800' / 13.20
■ Спектар	52x20' = 1 040' / 17.20
■ Збор и време	52x20' = 1 040' / 17.20
■ Фељтон	53x20' = 1 060' / 17.40
■ Порта	53x20' = 1. 060' / 17.40

РАДИО БИЛЈАНА

- Глас од Татковината $312 \times 60' = 18\,720' / 312$
- Емисии за иселеничките радио часови во прекуокеанските земји

Понеделник	$52 \times 10' = 520' / 8.40$
Вторник	$52 \times 30' = 1\,560' / 26$
Среда	$52 \times 30' = 1\,560' / 26$
Четврток	$52 \times 25' = 1\,300' / 21.40'$
Петок	$52 \times 135' = 7020' / 117$
Сабота	$52 \times 25' = 1\,300' / 21.40$

ЗАБЕЛЕШКИ

1. За првпат во етерот Радио Скопје се појавува на 28 декември 1944 година. Тогаш е вршен директен пренос од Второто заседание на АСНОМ, од собраниската сала во Скопје. На 28 јануари 1945 година Радио Скопје започнува со својата редовна работа. Прв директор, новинар и репортер на Радио Скопје е Владо Малевски. Од 10 мај 1991 година, со одлука на Собранието, официјално име на радиото е Македонско Радио.
2. Види: Со збор и слика - 50 години сведоштво, Македонска Радиотелевизија, Скопје, 1994.
3. Ние ги анализиравме програмските содржини од првата, втората, третата и програмите Билјана и 103. Програмите на националностите не ги земавме во предвид, затоа што учениците чии ставови ги испитувавме во анкетата се Македонци. Во некое од наредните истражувања, интересно би било да се направи и анализа на содржината и на овие програми.
4. Со збор и слика - 50 години сведоштво, Македонска Радиотелевизија, Скопје, 1994, стр.52.
5. Втората програма својот зародиш го бележи во 1962 година, кога започна емитурањето на локалната скопска програма. Оваа програма како конечно оформена целина, која во нешто збогатен и изменет вид, функционира и денес, беше создадена во 1980 година.
6. Третата програма започна да се емитува на 28 декември 1979 година, на денот на одбележувањето на 35 - годишнината од основањето на Радио Скопје. Радио Билјана е најмлада од организационо конституираните програми на Македонското Радио. Тоа почнува да дејствува по осамостојувањето на нашата држава, кога се наметна потребата од пошироко претставување на Република Македонија пред светот и пред македонците што живеат надвор од нашите граници.
7. Со збор и слика - 50 години сведоштво, Македонска Радиотелевизија, Скопје, 1994, стр.53.

8. Во шемата $260 \times 210' = 54600' / 910$, првиот број (260) го означува бројот на емисиите; вториот и третиот број (210 и 54600) ги означува минутите на емитување; четвртиот број (910) го означува вкупниот број на часови на емитување на одредената емисија.

3. АНАЛИЗА НА СОЦИОЛОШКИТЕ СОДРЖИНИ НА ДНЕВНИОТ И ПЕРИОДИЧЕН ПЕЧАТ (“Нова Македонија” и “Блеф”)

Истражувањето на содржината на дневниот и периодичен печат е важна компонента во разбирањето на функционирањето на системот на масовното комуницирање во општеството и на функционирањето на печатот. Во таа смисла во понатамошниот текст ќе се обидеме да одговориме на прашањето дали дневниот и периодичен печат е некој вид на огледало на се’ она што се случува во општеството, па оттука, дали дава реална слика на социолошките категории кои се предмет на ова истражување. Исто така, треба да видиме дали и самиот печат дава своевидна, на себе својствена, слика за социолошката проблематика, која би се разликувала од сите останати.¹

Дилемата за тоа кои весници ќе бидат предмет, ја решивме поаѓајќи од квантитативен и квалитативен аспект. Некој весник може во квантитативна смисла да објави многу повеќе информации, но тие да немаат тежина од аспект на својот квалитет. Спротивно на тоа некој весник може, во квантитативна смисла, да објави помал број на информации, меѓутоа притоа многу поквалитетно и посистематично да ги опфати прашањата од општествениот живот.

Исто така, важен елемент при изборот на весникот е и степенот на актуелноста на информациите што тој ги има и односот на поединечниот весник кон конкретните случувања во општествата, а со самото тоа и кон социолошките категории.

АНАЛИЗА НА СОЦИОЛОШКИТЕ СОДРЖИНИ НА “НОВА МАКЕДОНИЈА”²

Имајќи ги предвид наведените три фактори, во однос на анализата на содржината на дневниот печат, се решивме за весникот “Нова Македонија”. Од квантитативен аспект гледано, тој дава многу повеќе информации од другите два весника “Вечер” и “Дневник”. Тука лежи неговата најголема предност. Што се однесува до квалитетот на информациите, сметаме дека овој весник за одредена нијанса е во предност. Тоа особено важи за неговите бројни анализи и коментари скоро од сите области на социолошката проблематика. Освен тоа, тој во своите редовни изданија ги има таканаречените весници во весници. Тоа се “Економија и пазар”, “Лик”, “Сабота”, “Избор”, “Спорт”, “Колибри”, “ВИКЕНД” и “7 ТВ дена” што во толкав голем број во “Вечер” и во “Дневник” ги нема. Секојдневното објавување на еден “весник во весник” даде простор за многу квалитетни анализи и коментари за актуелните настани од земјата и светот. Што се однесува до објективноста на информациите, сметаме дека и во тој поглед овој весник ги задоволува основните предуслови.

Од тие причини предност и’ даваме на “Нова Македонија”, особено земајќи ги предвид претходните два фактора (квантитет и квалитет на информациите). Исто така, “Нова Македонија” дава информации кои се однесуваат на територијата на целата држава, за разлика од “Вечер” кој претежно дава информации за Скопје. Исто така, “Дневник” нема во своите редови толку голем број на дописници од земјата, кои ја покриваат целата територија на нашата земја, а да не

зборуваме за многу помалиот број на дописници од странство, кои ги известуваат читателите за настаните од светот.³

Ние во нашето истражување направивме анализа на содржината на дневниот весник “Нова Македонија” за период од една година (1997). Весникот во овој период имаше констативна концепција. Во рамките на тоа во него се наоѓаат страници од секојдневен карактер и страници од повремени карактер.

Страници од секојдневен карактер беа следните:

- Првата страница

Таа дава ударни информации од најактуелните настани од земјата и странство. Тука преовладуваат вести кои ги соопштуваат конкретните факти и во извесна мера ги објаснуваат тие факти. Рамноправен третман имаат вестите од земјата и светот. Главно се работи за вести од политички карактер. Во исклучителни ситуации своето место наоѓаат и вести од друга проблематика, кои во дадениот ден се особено актуелни (вести од областа на религијата, девијантните појави, културата или спортот).

- Дневник

Следните две до четири страници се водат под рубриката “Дневник”. Тука освен вестите доминираат извештаите и статиите за одредени општествени проблеми. Освен соопштувањето и објаснувањето, тука се врши и анализа на фактите и нивно воопштување. Освен за политиката и политичките настани, своето место наоѓаат и написите за функционирањето на власта и правната држава, написи за економскиот живот, стопанството и процесот на производството, написи

за општествените девијации итн. На сите овие страници скоро исклучиво се даваат информации за настаните од нашата земја.

- Свет

Оваа рубрика обично оди на следните две страни од весникот. Тука се поместени актуелни настани од сите краишта од светот. Освен неколку исклучоци тука се пласирани информации од политички карактер.

- Седма страна

Оваа страна се вовеле како освежување во 1997 година. Тука беа поместени статии и коментари од скоро сите области од општествениот живот. Некои од статиите одеа и во неколку продолженија. Оваа страница е многу значајна за нашата студија, бидејќи тука се објаснуваат и анализираат фактите за сите социолошки категории кои се предмет на ова истражување. Освен тоа, се даваат и информации за тенденциите во општествениот живот на нашата земја и пошироко.

- Култура

Оваа рубрика обично оди на една страна. Овде информациите за културните настани во земјата и светот се презентираат низ вести, извештаи, статии и понекој коментар или интервју. Културните информации се соопштуваат, објаснуваат, а понекогаш и се анализираат фактите и се врши нивно воопштување.

- Панорама

На оваа страна се пласираат интересни информации од сите светски меридијани. Дobar дел од оваа страна е пополнет со најразлични занимливости. Освен тоа тука, што е за нас значајно, беа поместени

информации од областа на семејството и семејниот живот, науката и научните достигнувања, општествените девијации итн.

- Фелтон

На оваа страница обично одат по два написа во продолженија. Тоа се статии во кои се соопштува, објаснува и анализира одредена општествена појава и, во повеќе наврати, се бараат и тенденции за нивното понатамошно опстојување и функционирање. Иако најголем дел од овие написи беа од историски карактер, сепак, и бар дел од нив содржат и најразлична социолошка проблематика.

- Останатите редовни страници беа пополнети со рубриците: “Скопска хроника” (третираше проблеми значајни за главниот град на државата), Огласи, Спорт и последната страница на која најголем простор завзема ТВ програмата, временската прогноза и курсната листа.

Освен страниците со редовни рубрики во “Нова Македонија” секој ден излегуваше таканаречениот “весник во весник”. Тоа беа следните:

■ Во понеделник: “Спорт”

Оваа рубрика дава информации и ги третира спортските прашања.

■ Во вторник: “Економија и пазар”

Во неколку страници се дава богатство од информации од сферата на економскиот живот. Процесот на производството, професиите, организацијата на трудот, бирократијата и новини од областа на стопанството во земјата и светот. На читателите им се дава и увид во движењето и промените на светските берзи на пари и благородни

метали. Овие страници изобилуваат со коментари на новинарите кои се специјалисти по овие прашања. Исто така, има и интервјуа со познати научни работници, признати стопанственици и стручњаци од областа на стопанскиот живот. Во тие статии, коментари и интервјуа, се соопштуваат, објаснуваат и анализираат информациите, а во одредени написи има и обид да се откријат и тенденциите на општествените појави од економската сфера. Посебно внимание му се посветува на процесот на приватизација на општествениот капитал.

■ Во среда: “Лик”

Оваа рубрика на читателите им дава исклучително богат избор од информации, главно од културниот живот во земјата. Освен тоа, има и информации од областа на општествените науки и актуелности за животот и дејствувањето на двата универзитета од земјата. Концепцијата е таква што на неговите страни во најголема мера има коментари, интервјуа и статии за актуелни прашања од општествениот живот, воопшто и од културната сфера, посебно.

■ Во четврток: “Викенд”

Оваа рубрика на читателите им нуди грст информации за зимската и летна туристичка понуда во земјата и странство. Исто така, на читателите им се даваат совети врзани со актуелности од ловот и риболовот, поправки во домот, најдобри начини за поминување на одморите итн. Во вториот дел на оваа рубрика на читателите им се нудат најразлични вести од автомобилската индустрија.

■ Во петок: “7 Тв дена”

Покрај програмите на скоро сите телевизиски куќи во земјата, се нудат и информации од областа на филмот, музиката, театарот итн.

■ Во сабота: “Сабота”

Оваа рубрика е од исклучително значење за нашето истражување. На околу 10 - 12 страници наоѓаме исклучително богат материјал за сите социолошки категории кои се предмет на ова истражување. Најбројни се коментарите, но има и по некоја статија за особено актуелни настани и проблеми од земјата (6 - 8 страни) и светот (2 - 4 страни). Општествените настани се ставени под лупа и се трага по вистинските причинско - последични односи во општеството. Овде во вистинска смисла на зборот, новинарите трагаат по вистината и ги бараат аргументите и “за” и “против”. Тука со свои коментари се јавуваат најквалитетните новинари и уредници во редакцијата. Особено се фокусираат транзицијата и општествените промени во сите сфери на општествениот живот. Несомнено е дека оваа рубрика на учениците им нуди највеќе социолошки сознанија.

■ Недела: “Избор”

Во овој дел од весникот се дава богат избор од статии и коментари, пренесени од дневни и периодични весници од светот. Тука од една страна, може да се види како другите весници гледаат на актуелните настани во нашата земја и од друга страна, да се споредат тие написи со истите во нашиот печат. Исто така, можат да се најдат и анализи на актуелни настани во останатите подрачја од земјината топка.

Освен овие рубрики, по еднаш неделно, на по една страна одат рубриците: “Колибри” (информации за учениците, главно во

основните училишта); “Жена - дом” (за нас тука се наоѓаа важни информации за односот маж - жена и родители - деца); “Медицина” (совети од областа на медицината); “Нашите во светот” (значајни информации од областа на социологијата на миграциите); “Лотарија”, “Неделен хороскоп” и “Сканди”.

Оваа концепциска поставеност на весникот јасно покажува дека тој нуди богата содржина од сите сфери на социолошка проблематика. Таа ни’ ја наметна и претпоставката за еден посебен вид на социолошки сознанија кај учениците, која ќе се обидеме да ја утврдиме во понатамошниот дел од текстот. Од ова уште појасно се гледа зошто на “Нова Македонија” и’ дадовме предност пред останатите весници.

Досегашната анализа имаше за цел да ни’ покаже колку во весникот не’ информираа за социолошките категории и за што се’ се пишува во него. Сепак, самата тематика на информациите не зборува доволно за степенот на информирање. За тоа се потребни и одредени анализи за тоа како во 1997 година било информирано во контекст на новинарски облик. Заради тоа, ќе се обидеме да направиме една анализа на квалитетот на информирање. Сето ова ќе го направиме за сите информации од социолошка проблематика заедно и за секоја од социолошките категории посебно.

Информациите за социолошките категории многу зависат од нивната внатрешна социолошка структура. Во зависност од содржината во која во информацијата ја вметнува нејзиниот автор (новинар), зависи дали информациите за настаните од општествениот живот ќе ги задоволат потребите на читателите. Во зависност од тоа во некои

информации се истакнува барањето за соопштување на некои нови и актуелни факти, во други пошироко се објаснуваат тие факти, во трети се врши социолошка анализа на тие факти и се прави обид за нивно воопштување, во четврти се бараат тенденциите и прогнозите за евентуалните појави во општеството и се објаснува нивното практично значење. Од сето ова зависи дали информациите ќе бидат од чисто информативен, аналитички или од ангажиран и вредносен карактер.

Во контекст на ова би можеле да заклучиме дека информациите за социолошките категории ги содржат следните варијации:⁴

- соопштување за конкретните факти
- објаснување на тие факти од позиција на општествениот систем во кој тие информации се разменуваат
- анализа на тие факти и нивно воопштување
- информации за одредени тенденции во општеството
- систематизиран и воопштен поглед на целата сфера на општествените појави

Врз основа на оваа поделба ние извршивме анализа на внатрешната структура на информациите и во рамките на севкупната социолошка проблематика и за секоја социолошка категорија посебно. По тој ред ќе ги изнесеме и податоците.

Со обработка на информациите за социолошките категории во весникот “Нова Македонија”, добивме податоци за застапеноста на поедините содржински елементи во внатрешната структура на овие информации. Се покажа дека некои од тие елементи се многу често присутни во информациите (елементите од чисто информативен

карактер), а, пак, други елементи се помалку присутни (елементи д
аналитички карактер).

Табела 1

Внатрешната структура на информациите за сите социолошки категории

Елемент	Број на информации	%
1. Соопштување за конкретните факти	3000	38,3
2. Објаснување на тие факти	2829	36,2
3. Анализа на тие факти и нивно воопштување	1633	20,9
4. Информација за одредени тенденции во општеството	359	4,6
В к у п н о	7821	100,0

Од прикажаната табела 1 се гледа дека првиот елемент (соопштување) е најзастапен во внатрешната структура на информациите. Тој е присутен во 38,3% од случаите. Вака високиот процент на овој елемент се должи на фактот што тој е најбитен во информациите за социолошките категории. Во помала или поголема мерка го има во добар дел од информациите. Најзастапен е во информативните жанрови какви што се вестите, извештаите и статиите (во кои се комбинираат информативните и аналитичките елементи).

Вториот елемент (објаснување), исто така се појавува многу често и не заостанува многу зад првиот елемент. Го наоѓаме во 36,2% од случаите. Обично оди заедно со првиот елемент, особено во извештаите. Само во кратките вести го има само соопштувањето. Освен

во вестите и извештаите, објаснувањето го има и во статиите, коментарите и интервјуата.

Третиот елемент (анализа на фактите и нивно воопштување) го има во 20,9%. Тоа е за скоро 1/2 помалку од првите два елемента. Тоа се должи на фактот што него го нема во вестите и извештаите, туку се наоѓа во коментарите и интервјуата и во одреден број на статии.

Четвртиот елемент (тенденции во општествените појави) го среќаваме само во 4,6% од случаите. Тоа се должи на фактот што тој може да се сретне само во коментарите и интервјуата и од обично заедно со анализата на фактите и нивното воопштување. Сепак се ретки оние новинарски текстови кои успеваат да продрат во тенденциите на општествените појави и да дадат своевидна аргументирана прогноза за нивното понатамошно функционирање. Овој елемент го зголемува одредени стручњаци од областа на општествените науки, кои од стручен агол ги коментираа актуелните настани.

Сега ќе дадеме преглед на структурата на информациите за секоја од социолошките категории посебно.

Табела 2

Внатрешна структура на информациите за политичките и пошироките општествени настани⁵

Елемент	Број на информациите	%
Соопштување	1294	40,0
Објаснување	1162	35,9
Анализа	698	21,5
Тенденции	84	2,6
Вкупно	3238	100,0

Од прикажаното се гледа дека во информациите за политичките и пошироките општествени настани, доминира елементот на соопштување на фактите (40%), па веднаш зад него и објаснување на истите (35.9). Тоа се поклопува со фактот дека за информирање на јавноста за овие социлошки категории весникот најчесто ги користи вестите и извештаите. Анализата која е присутна со 21,5% се дава во коментарите и статиите (најчесто во сабота). Интересно е да се напомене дека е мал процентот (2,6) на информации за тенденциите во овие општествени појави. Може да се заклучи дека новинарите и нивните соучесници во интервјуата тешко се одлучуваат да ги прогнозираат идните движења на политичките и на нив слични општествени појави:

Табела 3

Внатрешна структура на информациите за економскиот живот ⁶

Елемент	Број на информации	%
Соопштување	657	35.7
Објаснување	707	38.4
Анализа	365	19.9
Тенденции	111	6.0
Вкупно	1840	100.0

Структурата на информациите за економскиот живот е за нијанса поинаква. Доминира објаснувањето (38,4%) пред соопштувањето со 35,7%. Тоа значи дека во оваа област се побројни извештатите и статиите од вестите. Присутни се и коментарите и интервјуата (во рубриката “Економија и пазар”) за што говори и повисокиот процент

(6%) за давање на тенденции и прогнози во оваа сфера на општеството од претходната.

Табела 4

Внатрешна структура на информациите за култура

Елемент	Број на информации	%
Соопштување	314	37,0
Објаснување	262	30,9
Анализа	225	26,5
Тенденции	48	5,6
Вкупно	849	100,0

Карактеристично за структурата на информациите за културата е во тоа што се релативно изедначени елементите на соопштување (37,0%), објаснување (30,9%) и анализа на фактите (26,5%). Тоа се должи на фактот што културните феномени најчесто се објаснуваат преку статии, извештаи, коментари и интервјуа, каде се скоро подеднакво застапени овие три елементи. Прогнозите се релативно ретки (5,6%).

Табела 5

Внатрешна структура на информациите за религијата

Елемент	Број на информации	%
Соопштување	167	39,7
Објаснување	170	40,5
Анализа	68	16,2
Тенденции	15	3,6
Вкупно	420	100,0

Информациите за религијата во главно се остваруваа преку соопштувањето (39,7%) и објаснувањето (40,5%). Тоа се претежно вести и извештаи за одредени верски празници и информации за животот и работата на Македонската Православна Црква. Елементот анализа (16,2%) е најчесто застапен во фељтоните кои третираат одредени прашања врзани со феноменот религија.

Табела 6

Внатрешна структура на информациите за науката

Елемент	Број на информации	%
Соопштување	244	42.1
Објаснување	202	34.9
Анализа	89	15.4
Тенденции	44	7.6
Вкупно	579	100.0

Она што го кажавме за структурата на содржината за религијата важи и за информациите за науката. Тоа се гледа од фактот што бројките од претходната и од оваа табела скоро се поклопуваат. Единствено процентот на информации за тенденциите е нешто повисок (7,6%) што не доведува до заклучок дека на ова поле се даваат повеќе прогнози.

Табела 7

Внатрешната структура на информациите за општествените девијации

Елемент	Број на информации	%
Соопштување	102	34,0
Објаснување	97	32,3
Анализа	65	21,7
Тенденции	36	12,0
Вкупно	300	100,0

Оваа табела е карактеристична по тоа што елементите во структурата на информациите се приближно еднакво застапени. Најзастапени се соопштувањата (34,0%) и објаснувањата (32,3%), а потоа следуваат анализата (21,7%) и тенденциите на фактите (12%). Тоа е од причина што за општествените девијации (најчесто проституција и наркоманија) се пишува преку фељтони и статии со по неколку продолженија. Најчест предмет на овие написи се анализите и барањето на практични решенија за овие проблеми.

Табела 8

Внатрешна структура на информациите за семејството

Елемент	Број на информации	%
Соопштување	54	30,3
Објаснување	70	39,9
Анализа	47	26,5
Тенденции	7	3,9
Вкупно	178	100,0

Семејството во најголем број на написи се анализира (односот родители - деца и односот маж - жена) и затоа го има високиот процент 26.5%. Исто така, доста често се објаснуваат и соопштуваат информациите за понатамошниот развој на оваа примарна општествена група, воопшто и, за развојот и промената на семејните функции, посебно. Многу често се анализира и преминот од моделите на однесување карактеристични за патријархалното семејство во модели на однесување на современото демократско семејство.

Табела 9

Внатрешна структура на информациите за образованието на младите.

Елемент	Број на информации	%
Соопштување	168	40.3
Објаснување	159	38.2
Анализа	76	18.2
Тенденции	14	13.3
Вкупно	417	100.0

Соопштувањата за понатамошниот развој и промените во воспитно - образовниот систем се во фокусот на написите (40.3%). Тука некаде се и објаснувањата за сегашната состојба во образованието на младите (38.2%). Ова беше предмет на голем број на статии, коментари и интервјуа, кои доста отворено говореа за горливите проблеми на оваа сфера на општественото живеење.

Кога би се компарирале резултатите од табелите 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 и 9 тогаш би можеле да ги донесеме следните заклучоци.

Соопштувањето како прв елемент од внатрешната структура на информациите, доминира кај политичките и пошироките општествени настани, културата и науката. Тоа се должи на фактот што тука доминираат вестите и пократките информации.

Објаснувањето е доминантен елемент во структурата на информациите за економскиот живот, религијата и семејството. Ова е од причина што овие феномени од општествениот живот најчесто се предмет на информирање во многубројните статии. Соопштувањето и објаснувањето по својот интензитет е скоро идентично кај информациите за општествените девијации и образованието на младите.

Анализата на фактите е најприсутна во информациите за културата и семејството. Во овие две сфери најбројни се коментарите, интервјуата и статиите, во кои се анализираат актуелните настани од овие области во земјата и странство. Зад нив веднаш доаѓаат и аналитичките пристапи во областа на политичките и пошироки општествени настани и во областа на општествените девијации.

Новинарите, уредниците и нивните гости, најголема храброст за аргументирани прогнози имаат токму во сферата на општествените девијации. Сепак мора да се истакне фактот дека овие прогнози не се баш розови и даваат црна перспектива особено во понатамошните движења на стапките на застапеност на наркоманијата и проституцијата кај адолесцентите. Слична е и ситуацијата со кражбите, убиствата и малолетното престапништво.

Откако направивме анализа на внатрешната структура на информациите, сега ќе се задржиме на облиците на информирање. Содржината на информацијата и нејзината структура бараат одредена

форма преку која информацијата ќе им биде соопштена на реципиентите. Каков облик ќе се одбере зависи од целите на тие што ги презентираат информациите. Постојат различни типови на информации. Едните се од таков карактер што мора да се соопштат такви какви што се, други се од тековен карактер, а трети се од аналитички карактер. Од карактерот на информацијата зависи и нејзиниот облик за да се постигне одреден ефект кај читателите и да се одреди тежината на прашањата кои се обработуваат во информациите.

Заради тоа “валоризацијата на облиците на информирање претставува еден од фундаменталните чинители во истражувањето на општите типолошки, а особено на содржинските, карактеристики на средствата за масовно комуницирање”.⁷ При информирањето за социолошките категории, воопшто не е сеедно дали информацијата ќе добие облик на вест, извештај статија, коментар или интервју. Заради тоа преку следната табела ќе направиме анализа на облиците на информирање за социолошките категории.

Табела 10

Општ преглед на информирањето за социолошките категории по облици

Облик	Број на информации	%
Вест	927	25,9
Извештај	592	16,6
Статија	1254	35,1
Коментар	589	16,5
Интервју	211	5,9
Вкупно	3573	100,0

Од прикажаното јасно се гледа дека најпотребуван облик на информирање за социолошките категории е статијата со 35,1% од информациите. Зад статиите доаѓаат вестите со 25,9% од информациите. Оттука јасно се гледа дека обработката на социолошките феномени бара поширок и поаналитичен приод. Заради тоа, најверојатно, статијата е најпогодниот облик за објаснување на социолошките феномени и преку неа се дава најкомплетна претстава за истите.

Од друга страна, пак, релативно високиот процент на вестите е диктиран од информативниот карактер на дневниот весник каков што е “Нова Македонија”. Вестите се очигледно наједноставен начин брзо да се информираат читателите за одредени општествени феномени, особено ако за тоа, во повеќе наврати, е веќе пишувано.

Извештаите и коментарите се скоро еднакво застапени (16,6% и 16,5%). Извештаите се најповеќе резултат на следењето на работата на политичките и законодавните органи (седници на влада, собрание, разни комисии, судски органи, политички партии итн.) Коментарите се, пак, резултат на напорите на новинарите и уредниците да ги анализираат актуелните состојби во општеството и да дадат свое видување за нив. Може да се констатира дека тоа го правеа доста инвентивно и дадоа предуслов за формирање на социолошки сознанија.

Релативно е мал процентот на интервјуата (5,9%), што е поврзано со желбата на новинарите да ги повикаат гостите во своите канцеларии и вољата на интелектуалците да проговорат од свој агол за актуелните општествени настани, давајќи свој придонес во разрешување на одредени општествени противречности. Следејќи го трендот по

месеци во 1997 година, се чини дека овој процент во 1998 година ќе се зголеми.

На крајот од оваа анализа ќе дадеме две табели за облиците и внатрешната структура на информациите за општествените промени кои беа од особено значење во 1997 година и затоа ги издвојуваме во посебен сегмент.

Табела 11

Облици на информирање за општествените промени

Облик	Број на информации	%
Вест	36	31.9
Извештај	6	5.3
Статија	66	58.4
Коментар	2	1.8
Интервју	3	2.6
Вкупно	113	100.0

Табела 12

Внатрешна структура на информациите за општествените промени

Елемент	Број на информации	%
Соопштување	102	36.6
Објаснување	108	38.7
Анализа	60	21.5
Тенденции	9	3.2
Вкупно	279	100.0

Транзицијата во сите области на општественото живеење, приватизацијата на општествениот капитал и другите феномени од квантумот наречен општествени промени, во најчест случај се обработуваа преку статиите. Тие се јавуваат дури во 58,4%, што е повеќе од една половина од сите останати елементи. Интересно е дека статијата беше најпогодно средство да се објаснат фактите (38,7%) и да се соопштат фактите (36,6%) за општествените промени.

Значајно е тоа што во статиите се оди на соопштување и објаснување на фактичките состојби врзани за промените во општеството и тука некаде се застанува со давање на по некоја анализа. Затоа е и релативно мало присуството на анализите (21,5%), а на тенденциите и прогнозите е минорно (3,2%). Ретко кој се осмели да даде прогнози за понатамошно одвивање на овие процеси. Наспроти вестите кои се јавија во 31,9% случаи, процентот на извештаите, коментарите и интервјуата е безначаен, што уште повеќе ја потврдува претходно наведената констатација за бегање од поаналитички приод кон оваа извонредно значајна проблематика.

АНАЛИЗА НА СОЦИОЛОШКИТЕ СОДРЖИНИ НА “БЛЕФ”⁸

Освен анализата на содржина на “Нова Македонија”, се одлучивме да направиме и една кратка анализа на социолошките содржини на еден периодичен весник (часопис). Тука немавме многу избор, а со самото тоа бевме ослободени од дилемата при изборот. Во нашата земја излегуваат само два часописа за млади (средношколска младина). Тоа се “Блеф” и “Млад Борец”. Бидејќи во 1997 година “Млад Борец” загуби од својот континуитет во излегувањето, немавме друг избор освен да го анализираме “Блеф” - магазин за млади. Иако

средношколците можеби во поголема мера читаа и други часописи (македонски и странски, особено од поранешните југословенски простори) не сакавме да ги земеме во предвид затоа што или не се бават директно со проблемите од животот на младите или не се од нашата земја.

“Блеф” излегува еднаш месечно и ние ги анализиравме неговите 12 броја во 1997 годин. Концепцијата му е таква што неговите содржини се сместени на 54 страници, на убава хартија и е релативно добро дизајниран со богат избор на фотографии.

Секој број започнува со рубриката “Блеф коктел” на две страници. Тука се сместени вестите и кратките информации од најразлични области кои будат интерес кај младите читатели. Во најголем број случаи тоа се информации кои доаѓаат од странство.

Во понатамошниот дел од часописот по правило доаѓаат содржините посветени на седмата уметност (филмот). Тоа се поопширни статии и воглавно коментари и критички осврти за најновите филмски достигнувања. Овие прикази и коментари не се од наративен (прераскажувачки) карактер, туку претставуваат и богата анализа на уметничките вредности на филмовите. Освен таквата анализа авторите ги коментираат и анализираат општествените тематика кои се наоѓаат во содржинскиот дел на филмските остварувања. Затоа во овие прикази може да се најде и богата социолошка содржина. Во рамките на овие 10 - 15 страници поместена е и рубриката “Филмоскоп”, која дава кратки информации од областа на седмата уметност.

После овој дел доаѓаат две до четири страни кои третираат теми и проблеми од општественото живеење. Најчести теми на анализа

се семејството и неговите функции, семејните односи (родители - деца, маж - жена), љубов, пријателство, теми од сексуалниот живот на младите, бунтовници и отпадници, општествени девијации кај младите итн. Овој дел од часописот е од особено значење за нашето истражување.

Следните 10 - 12 страници им се посветени на настаните од музиката. Поместени се написи за одредени музички групи, богати критички прилози за музички остварувања, особено од областа на популарната музика во светот и кај нас.

Понатаму, следните 4 - 6 страници им се посветени на театарскиот живот, особено во нашата земја. Низ богати критички осврти се дава и своевидна анализа на проблемите и прашањата (во голема мера социолошки), кои се тема на драмското сценарио. Преку нив на учениците им се сервира социолошко сознание.

После на следните две страни доаѓа рубриката “Хелп” која е присутна во сите броеви. Во неа младите читатели преку шифрирани писма се обраќаат до редакцијата и бараат совет за нивните психолошки и сексуални проблеми. Рубриката ја уредува и на прашањата одговара Михаил Левенски, невропсихијатар. Тој се обидува на аргументиран начин, да отвори многу табу теми и прашања од психолошки и социолошки карактер.

И на крајот на 2 - 4 страни доаѓа, за нас многу значајната рубрика, “Вештина на живеењето”. Во неа се третираат најразлични проблеми од општествениот живот и оваа рубрика нуди најповеќе социолошка содржина.

Покрај овие присутни се и рубриците: “Месечен хороскоп”, “Козметички бутик”, “Петарда” и други. Од сето ова се гледа дека

концепцијата на часописот е направена така да на рецепиентите им нуди и одредени содржини од социолошки карактер.

За таа цел ќе направиме анализа на облиците и анализа на внатрешната структура на информациите за социолошките категории присутни во “Блеф” во 1997 година.

Табела 13

Општ преглед на информациите за социолошките категории по облици

Облик	Број на информации	%
Вест	6	4,5
Извештај	/	/
Статија	92	69,7
Коментар	24	18,2
Интервју	10	7,6
Вкупно	132	100,0

Табела 14

Внатрешната структура на информациите за социолошките категории

Елемент	Број на информациите	%
Соопштување за конкретните факти	118	32,4
Објаснување на тие факти	122	33,5
Анализа на тие факти	111	30,5
Тенденции во општеството	13	3,6
Вкупно	364	100,0

Од анализата јасно се гледа дека првите три елементи во внатрешната структура на информациите за социолошките категории и тоа објаснувањето (33.5%), соопштувањето (32.4%) и анализата (30.5%) се скоро подеднакво присутни.

Од друга страна, пак, во однос на облиците на информациите, статиите се во огромно мнозинство со 69.7%, а по нив следуваат коментарите со 18.2%. Вестите и интервјуата се со безмалку минорно присуство (4.5% и 7.6%).

Од тоа недвосмислено следува заклучокот дека информациите за општествените феномени им се сервираат на читателите воглавно преку коментари и по некоја статија. Преку овие облици скоро во подеднаква мерка на учениците им се соопштуваат, објаснуваат и анализираат фактите за социолошките категории.

Многу малото присуство на давањето на информации за тенденциите во општеството (3.6%) укажува на фактот дека новинарите и уредниците во овој часопис многу ретко се одлучуваа да дадат аргументирани прогнози за понатамошните случувања во сите сфери на општественото живеење.

Од анализата на социолошките содржини во “Нова Македонија” и “Блеф”, можеме да изведеме генерален заклучок дека општествената проблематика е доста честа тема на нивните страници. Таа пружа предуслов за промена или создавање на нови социолошки сознанија по одредени проблеми кај учениците во средно образование во нашата земја. Како тоа изгледа посебно за секоја од социолошките категории, кои се предмет на ова истражување, ќе ни’ покаже следната табела.

Табела 15

Анализа на информациите за социолошките категории по степенот на нивната застапеност во информативниот печат “Нова Македонија” и “Блеф” во 1997 година.

Социолошки категории	Број на информации	%
1. Политички и пошироки општествени настани	4822	40,5
2. Економски живот	2619	22,0
3. Култура	1262	10,6
4. Религија	671	5,6
5. Наука	954	8,0
6. Семејство	454	3,8
7. Општествени девијации	321	2,7
8. Образование на младите	804	6,8
Вкупно	11907	100,0

Од анализата на информативниот печат што го анализиравме, јасно се гледа дека најбројни се информациите за политичките и пошироките општествени настани (40,5%). Тоа се должи на два фактора. Едниот е тој што под оваа категорија подразбираме повеќе општествени појави што ги објаснивме претходно во текстот. Вториот е сепак несомнениот факт дека весникот “Нова Македонија” е на некој начин преоптеретен од политички настани; настани од областа на функционирањето на државата и правото; настани врзани со нацијата и националните прашања; со општествената слобитост; со бирократијата, технократијата и со анализи и коментари по прашањата за општествениот ангажман на интелегенцијата.⁹

Настаните од сферата на економскиот живот, стопанството и процесот на производството се на второ место по степенот на застапеност (22%). Тука во голема мерка се застапени вестите, анализите, коментарите и интервјуата за процесот на транзиција во сите сфери на општественото живеење воопшто и процесот на приватизација на општествениот капитал посебно.

Написите од областа на културниот живот, очекувано се на трето место со 10,6%, а веднаш по нив се информациите од областа на новините и иновациите во подрачјето на природните и општествените науки.

Натаму следуваат написите за образованието на младите (6,8%), што за целите на ова истражување е од особено значење. Информациите и анализите од областа на религијата (5,6%) се најчесто во деновите на религиските празници (јануари, април), но ги има sukcesивно и во текот на целата година.

На крајот од оваа скала се наоѓаат информациите од областа на семејните односи (3,8%) и општествените девијации (2,7%).

На крајот од овој дел да заклучиме дека во дневниот весник “Нова Македонија” и месечниот магазин за млади “Блеф” има мноштво информации за скоро сите социолошки категории. Тие најчесто се среќаваат во рубриците “Дневник”, “Седма страна”, “Фелтон”, “Жена - дом”, “Сабота” и “Култура”, во весникот “Нова Македонија” и рубриците “Општествено живеење”, “Хелп” и “Вештина на живеењето” во магазинот “Блеф”.

Од прикажаната анализа на социолошките содржини во програмата на Македонската телевизија, Македонското Радио - Радио

Скопје и во информациите на “Нова Македонија” и “Блеф”, јасно се гледа дека сретнуваме богата понуда од социолошки содржини. Тоа не’ доведува до заклучок дека средствата за масовна комуникација во нашата земја големо внимание им посветуваат на општествените настани. Тие за актуелните настани од оваа област, од земјата и светот, ги информираат учениците преку вестите, но и преку широка лепеза на анализи и коментари, кои преку аналитички пристап ги дообјаснуваат “голите” информации и ги фокусираат настаните од најразличен аспект на гледање. Тоа е особено важно со оглед на фактот дека општествените феномени се повеќедимензионални во својата основа.

Тоа значи дека првиот предуслов за формирање на социолошки сознанија кај учениците од страна на масовните медиуми е исполнет. Тоа е богатата понуда од овој тип на содржини. Без неа понатамошната анализа би била излишна.

Во понатамошниот тек од истражувањето, преку резултатите од анкетата ќе видиме во каков процент овие информации се следени од средношколската младина. Доколку се следат ќе видиме дали тоа кај нив создава промена во нивните сознанија за општествените феномени. Значи, преку степенот на информираност за општествените настани од страна на учениците во средно образование ќе дојдеме до основните сознанија за социолошките категории кај нив, стекнати преку наставата по социологија и масмедиумите и ќе се обидеме да ја докажеме огромната улога на средствата за масовна комуникација како екстерен фактор во образованието. Преку тоа ќе ја докажеме нивната огромна улога во методско - дидактичките иновации во наставата по социологија.

ЗАБЕЛЕШКИ

1. Види: Kimball Jack. Collaborative invention for learners and written communication. "Zbornik". Culture and communication. Kyoto, Japan, 1995.
2. Првиот број на весникот "Нова Македонија" излезе во Горно Врановци на 29 октомври, 1944 година. Весникот излегуваше секој ден, а од неодамна излегува секој ден освен во недела.
3. Треба да се спомене дека околу објективноста на весникот "Нова Македонија" има и поинакви мислења. Во таа смисла интересно би било да се направи едно споредбено истражување во кое преку анализа на содржина на сите дневни весници во нашата земја ("Нова Македонија", "Вечер" и "Дневник") би дошле до резултати, кои би ги покажале основните разлики во информациите на овие весници. Тоа би било едно од нашите приоритетни задачи во наредниот период.
4. Korubin Jovan, Štampa i informisanje o pravu, (magistarski rad), Pravni fakultet, Beograd, 1984, str.19
5. Под овој елемент ги опфативме следните социолошки категории: политика и политички партии, држава и право, нација, општествена слоевитост и други општествени организации, бирократија, технократија и интелегенција.
6. Тука влегуваат следните социолошки категории: економски живот, процесот на производство и професиите.
7. Korubin Jovan, Štampa i informisanje o pravu, (magistarski rad), Pravni fakultet, Beograd, 1984, str.173
8. Првиот број на "Блеф" излезе во февруари во 1993 година. Излегува еднаш месечно.
9. Заради големата застапеност на политичките и другите општествени прашања во весникот "Нова Македонија", сметаме дека не е неопходно да направиме и анализа на содржината и во неделните весници, како што се: "Пулс", "Фокус", "Дело" и други.

VI ДЕЛ

1. УЧЕНИЦИТЕ ВО СРЕДНОТО ОБРАЗОВАНИЕ И СТЕПЕНОТ НА НИВНАТА ИНФОРМИРАНОСТ ЗА ОПШТЕСТВЕНИТЕ НАСТАНИ ДОБИЕНА ПРЕКУ МАСМЕДИУМИТЕ

Прв и основен предуслов за да можеме да ги истражуваме и коментираме социолошките сознанија на учениците, стекнати преку масмедиумите како екстерен фактор во образованието, е степенот на информираноста на учениците за општествената стварност. Доколку степенот на информираност за социолошките категории е низок и од минорно значење, тогаш е бесмислено да зборуваме за сознанија за општествени настани. Меѓутоа, доколку овој степен е значаен, тогаш со право можеме да влеземе во расправа за разликите меѓу социолошките сознанија кај учениците, стекнати преку наставата и масмедиумите.

Овие сознанија се еден од најзначајните фактори ученикот да стане субјект и објект во наставата по социологија. Одредени теоретски правци на различен начин гледаат на местото и улогата

на ученикот во образовниот процес. Според теоретскиот правец кој во науката се нарекува емпиризам, ученикот е објект на наставата и развојот на учениците директно зависи од општествената средина, воопшто и од наставата како најорганизиран процес на воспитувањето, посебно.¹

Од друга страна, во науката се развива нативизмот, кој по ова прашање е дијаметрално спротивен од емпиризмот. Според оваа теорија, внатрешните биолошки фактори имаат одлучувачко значење во формирањето и развојот на личноста на ученикот.² При интерпретација на резултатите од ова истражување, ќе ја прифатиме теоријата дека

ученикот е истовремено и субјект и објект на наставата. Тој е објект на кој се делува, кој се поттикнува и кој се насочува, а истовремено и субјект, затоа што развојот на ученикот во целина зависи од она што го носи во себе, од диспозициите и вродените можности”.³

Степенот на информираноста на учениците за настаните од општествен карактер ќе го разгледаме на неколку нивоа. Како прво, ќе видиме како учениците го поминуваат слободното време и колкав дел во вкупниот буџет на тоа време го завзема читањето, слушањето и гледањето на средствата за масовна комуникација.

Табела бр. 16

Како го користиш слободното време?

Начин на користење	Дневно	Седмично	Месечно	Никогаш	Б.о.	Вкупно
Одам во кино, во театар, на концерти и изложби	1 (0,3%)	17 (5,7%)	137 (45,7%)	133 (44,3%)	12 (4,0%)	300 (100%)
Читам дневни весници	109 (36,3%)	117 (39,0%)	35 (11,7%)	25 (8,3%)	14 (4,7%)	300 (100%)
Читам периодичен печат	31 (10,3%)	117 (39,0%)	106 (35,3%)	25 (8,3%)	21 (7,0%)	300 (100%)
Читам книги	101 (33,7%)	74 (24,7%)	108 (36,0%)	10 (3,3%)	7 (2,3%)	300 (100%)
Слушам радио	275 (91,7%)	13 (4,3%)	6 (2,0%)	1 (0,3%)	5 (1,7%)	300 (100%)
Гледам телевизија	279 (93,0%)	15 (5,0%)	2 (0,7%)	0 (0,0%)	4 (1,3%)	300 (100%)
Посетувам кафулиња, ресторани, ноќни клубови	15 (5,3%)	103 (34,3%)	83 (27,7%)	78 (26,0%)	21 (7,0%)	300 (100%)
Членувам во друштва, секции, свирам, сликам, пишувам	45 (15,0%)	49 (16,3%)	56 (18,7%)	134 (44,7%)	16 (5,3%)	300 (100%)
Одам кај пријатели, роднини	152 (50,7%)	126 (42,0%)	17 (5,7%)	1 (0,3%)	4 (1,3%)	300 (100%)
Одам на спортеки натпревари	5 (1,7%)	74 (24,7%)	135 (45,0%)	77 (25,7%)	9 (3,0%)	300 (100%)
Спортувам, одам на прошетки, излети, лов и риболов	28 (9,3%)	76 (25,5%)	80 (26,7%)	104 (34,7%)	12 (4,0%)	300 (100%)
Слушам музика	282 (94,0%)	22 (4,0%)	1 (0,3%)	0 (0,0%)	5 (1,2%)	300 (100%)

Истражувањето го започнавме со интересни податоци. Учениците во средно образование најголем дел од слободното време го поминуваат слушајќи музика (94,0%), гледајќи телевизија (93,0%) и слушајќи радио (91,7%). После процентот за користењето на слободното време за одење кај своите другари, врсници и роднини, значаен процент во користењето на слободното време отпаѓа на читањето на дневни весници (36,3%). Јасно се гледа дека постојат видливи предиспозиции за менување на старите и создавање на нови сознанија за општествената стварност. Учениците силно се подложни на влијанието на средствата за масовна комуникација (печат, радио, телевизија).

На ова се надополнува и фактот што во седмичното користење на слободното време, покрај посетата на пријателите (42,0%), највисок е процентот на користење на слободното време за читање на периодичниот печат, што наведува на заклучок дека учениците, покрај читањето на дневниот печат, доста време им посветуваат на ревиите и списанијата од најразличен вид и потекло (домашни и странски).

Истражувањето ни' покажа дека материјалната состојба во домаќинствата на учениците е во позитивна корелација со користењето на масмедииите во слободното време. Најголем број на ученици кои секојдневно ги примаат информациите од масмедииите, живеат во семејства со средна материјална положба (дневни весници 72,5%; ревији 74,2%; радио 71,6% и телевизија 73,8%). Тоа значи дека за целосно користење на масмедииите доволно е материјалната состојба на семејството да биде просечна. Ова е од фактот што во прилична мера поефтинија весниците, радио и ТВ апаратите и нивната претплата. Сепак, таму каде што материјалната состојба во семејството е оценета

како незадоволителна и е на граници на своето економско егзистирање, тогаш имаме висок процент на оние кои никогаш не читаат весници (20%).⁴

Табелите бр. 17 и бр. 18 ни даваат слика за тоа колку успехот на учениците влијае врз користењето на масмедиумите во слободното време.

Табела бр. 17

Успехот на учениците и читањето на дневни весници во слободното време

Во слободно време чита дневни весници						
Успех во претходната учебна година	вкупно	дневно	седмично	месечно	никогаш	
А	Б	1	2	3	4	Б.О.
вкупно	300	109	117	35	25	14
N%	100.0	36.3	39.0	11.7	8.3	4.7
1 одличен	120	57	37	15	8	3
N%	100.0	47.5	30.8	12.5	6.7	2.5
2 многу добар	92	32	41	7	9	3
N%	100.0	34.8	44.6	7.6	9.8	3.3
3 добар	71	17	30	9	8	7
N%	100.0	23.9	42.3	12.7	11.3	9.9
4 доволен	17	3	9	4	0	1
N%	100.0	17.6	52.9	23.5	0.0	5.9

Табела бр. 18

Успехот на учениците и читањето на неделни ревији во слободното време

Успех во претходната учебна година	Во слободно време чита неделни ревији					
	вкупно	дневно	седмично	месечно	никогаш	
А	Б	1	2	3	4	Б.О.
вкупно	300	31	117	106	25	21
N%	100.0	10.3	39.0	35.3	8.3	7.0
1 одличен	120	12	60	35	6	7
N%	100.0	10.0	50.0	29.2	5.0	5.8
2 многу добар	92	10	31	36	11	4
N%	100.0	10.9	33.7	39.1	12.0	4.3
3 добар	71	8	22	27	8	6
N%	100.0	11.3	31.0	38.0	11.3	8.5
4 доволен	17	1	4	8	0	4
N%	100.0	5.9	23.5	47.1	0.0	23.5

Успехот на учениците влијае врз пополнувањето на нивното слободно време со читање на дневни весници и периодичен печат. Одличните ученици секојдневно читаат дневен печат со висина од 47,5%. Како што се намалува успехот паралелно се намалува и процентот на учениците кои секојдневно ги следат информациите од весниците (кај многудобрите тој процент е 34,8%: кај добрите 23,9 додека само 17,6% од доволните ученици секојдневно се среќаваат со страниците од дневниот печат). Од друга страна, пак, доколку успехот се намалува поголем е процентот на оние ученици кои само повремено во неделата (седмично) ги читаат весниците (кај одличните таа бројка се движи во 30,8% случаи, додека кај доволните дури во 52,9%).

Слична е и ситуацијата при читањето на ревиите. Половината од децата кои имаат одличен успех ревиите ги читаат седмично, додека кај многудобрите тој број е 33.7%, кај добрите 31.0% а кај доволните 23.5%. Високи 47.1% од доволните ученици само еднаш месечно прелистуваат некоја ревија или часопис.

Од друга страна, пак, интересен е фактот што успехот на учениците воопшто не влијае при користењето на слободното време со слушање радио и гледање телевизија. Истражувањето ни' покажа дека 90.8% од одличните, 94.6% од многу добрите, 88.7% од добрите и дури 94.1% од доволните, секојдневно ја следат радиопрограмата. Исто така, 91.7% од одличните; 94.6% од многу добрите; 95.8% од добрите и 82.4% од доволните, секојдневно ја гледаат ТВ програмата.⁵ Ова се должи на широкиот спектар на телевизиската и особено радио - програмата, која со богатството на емисии од најразлични жанри нуди на секој ученик по нешто (како за најдобрите, така и за најслабите).

Откако видовме на кој начин учениците го користат слободното време и колкав дел од вкупниот буџет на ова време им припаѓа на средствата за масовна комуникација, сега интересно ќе биде како учениците одговориле на неколку конкретни прашања за читањето на печатот, слушањето на радиото и гледањето на телевизиските канали.

Табела бр.19

Дали ги читате дневните весници и неделните (месечните) списанија? ⁶

ДНЕВНИ ВЕСНИЦИ		СПИСАНИЈА	
редовно	69 (23,0%)	редовно	86 (28,7%)
повремено	220 (73,3%)	повремено	210 (70,0%)
никогаш	9 (3,0%)	никогаш	4 (1,3%)
б.о.	2 (0,7%)	б.о.	
вкупно	300 (100%)	вкупно	300 (100%)

Најголемиот број од учениците во средните училишта, повремено ги читаат и дневните и неделните весници. Ова веројатно се должи на две причини. Едната е веројатно големата оптовареност што ја имаат во извршување на нивните училишни обврски и заморот што го чувствуваат при читањето на учебничката и поширока литература. Втората причина се должи на фактот што го истакнавме во претходниот текст. Тоа е дека во најголем број одличните ученици се секојдневни читатели на весниците. Бидејќи нашата истражувана популација е хетерогена по постигнатиот успех во претходната учебна година, сосема се адекватни веќе добиените резултати. Тука треба да ги додадеме и учениците кои живеат во семејства чија материјална состојба е незадоволителна и каде нивните родители не се во состојба секој ден да купуваат весници.

Сепак треба да го истакнеме недвосмислениот податок дека е многу мал и безначаен бројот на оние ученици кои воопшто не читаат било какви весници. Кај дневниот печат тоа е 3,0% од случаите, а кај ревиите минорни 1,3%.

Како илустрација на овој дел да земеме кои весници и списанија во најголем број се читани од учениците.

Табела бр. 20

Кој дневен весник најчесто го читаш?

Кои дневни весници чита испитаникот?			
Вкупно	Б	300	100%
Вечер	1	56	18,7%
Нова Македонија	2	95	31,7%
Дневник	3	6	2,0%
Странски весник	4	0	0,0%
Вечер и Нова Македонија	5	58	19,3%
Вечер и Дневник	6	18	6,0%
Вечер и странски весник	7	1	0,3%
Нова Македонија и странски весник	8	0	0,0%
Вечер, Нова Македонија и Дневник	9	18	6,0%
Вечер, Нова Македонија и странски весник	А	4	1,3%
Други комбинации	В	4	1,3%
Не чита ниеден	С	23	7,7%
	Б.О.	17	5,7%

Табела бр. 21

Кои неделни (месечни) списанија ги читаш?

Кои неделни (месечни) реви се читаат?			
Вкупно	Б	300	100%
Пулс	1	2	0,7%
Фокус	2	11	3,7%
М - Експрес	3	6	2,0%
Екран	4	39	13,0%
Скок	5	19	6,3%
Блеф	6	14	4,7%
Млад борец	7	10	3,3%
Странски списанија	8	25	8,3%
Екран и Блеф	9	24	8,0%
Екран, Блеф и странски списанија	А	20	6,7%
Фокус, Екран и странски списанија	В	22	7,3%
Екран и странски списанија	С	20	6,7%
Блеф, Млад борец и странски списанија	Д	25	8,3%
М - Експрес, Екран и други списанија	Е	34	11,3%
Повеќе различни други списанија	Ф	18	6,0%
	Б.О.	11	3,7%

Учениците во најголем број на случаи ја читаат “Нова Македонија” (31.7%), а потоа следува “Вечер” со 18,7% од испитаниците. Интересно е тоа што е релативно висок процентот на оние кои читаат и “Нова Македонија” и “Вечер”. Тоа се должи на веќе укажаното поевтинување на печатот.

Истражувањето покажа дека практично не постои неделно или месечно списание кое доминира при изборот на учениците за нивно следење. Бројките се движат од 13.0% (“Екран”) до 0.7% (“Пулс”). “Блеф” го читаат 4,7% од испитаниците. Меѓутоа оваа списание се чита и заедно со “Екран” (8.0%) и со други списанија 6,7%. Сето ова покажува дека нашиот избор на дневен и периодичен печат при анализата на содржината е сосема исправен.

Како второ, ќе ги погледнеме одговорите на учениците кои се однесуваат на следењето на радио програмата. Меѓутоа пред тоа, ќе биде интересно да видиме колку семејствата поседуваат аудио - визуелни средства во своите домови.

Скоро секое семејство од испитаната популација поседува радио и телевизиски апарат. Исто така, огромен број од нив поседуваат видео и музички систем. За разлика од тоа, сеуште е мал бројот на оние кои во своите домови имаат компјутер и примаат сателитска програма.⁷ Тоа се должи на фактот што сеуште во нашата земја потребни се поголеми финансиски средства за обезбедување на истите. Сепак, во основа исполнети се сите технички предуслови за следење на радио и ТВ програмата.

Табела бр.22

Дали ја следите радио и ТВ програмата

РАДИО ПРОГРАМА		ТВ ПРОГРАМА	
редовно	195 (65,0%)	редовно	225 (75,0%)
повремено	97 (32,3%)	повремено	74 (24,7%)
никогаш	8 (2,7%)	никогаш	0 (0,0%)
б.о.		б.о.	1 (0,3%)
вкупно	300 (100%)	вкупно	300 (100%)

За разлика од печатот, каде што најчесто се читаше повремено, кај радиото и телевизијата состојбата е таква што дури 65,0% од испитаниците редовно ги следат радио емисиите, а 75% ТВ програмата.

Најчесто се слушаат и гледаат домашните радио и ТВ канали, најверојатно заради не толку големото познавање на странските јазици од една страна и од нивното релативно мало присуство во етерот од друга страна.⁸

Слична е и состојбата со следењето на телевизиските програми.

Од сето ова што го кажавме можеме да изведеме генерален заклучок дека учениците во средното образование, во најголем број на случаи, повремено го следат дневниот и периодичниот печат, а во огромен број ги слушаат и гледаат радио и ТВ емисиите.

Поаѓајќи од предусловот дека масмедиумите се следат во голем број, сега ќе преминеме на суштината на овој дел од истражувањето, а тоа е степенот на информираност кај учениците за

општествените настани, стекнати преку средствата за масовна комуникација.

Табела бр. 23

Дали читаш, слушаш и гледаш написи и емисии со теми од општествениот живот во печатот, радиото и телевизијата?

	ПЕЧАТ	РАДИО	ТВ
да, секогаш	69 (23,0%)	61 (21,3%)	81 (27,0%)
понекогаш	173 (57,7%)	179 (59,7%)	168 (56,0%)
ретко	50 (16,7%)	40 (16,0%)	45 (15,0%)
никогаш	5 (1,7%)	9 (3,0%)	2 (0,7%)
б.о.	3 (1,0%)	3 (1,0%)	4 (1,3%)
вкупно	300 (100,0%)	300 (100,0%)	300 (100,0%)

Повеќе од половината од анкетираниите ученици, понекогаш читаат написи со теми од општествениот живот (57,7%); слушаат емисии посветени на теми од општествениот живот (59,7%); гледаат на телевизија емисии кои третираат општествена проблематика (56,0%). Ако на ова се додаде фактот дека процентот на овие ученици кои го дале одговорот “да, секогаш” во сите три табели е повисок од оние кои одговориле “ретко”, тогаш се наметнува заклучокот дека учениците (на возраст меѓу 16 - 18 години) се прилично заинтересирани да следат информации, извештаи и коментари за најразлични проблеми и феномени од општествениот живот. Како потврда на ова е фактот што е минорен бројот на оние кои воопшто не читаат, слушаат или гледаат теми од социолошка проблематика (печат - 1,7%; радио - 3,0% и ТВ - 0,7%).

Треба да се истакне влијанието на успехот на учениците врз нивната заинтересираност за информациите за општествениот живот, добиени од средствата за масовна комуникација. Како што расте успехот на учениците така расте и процентот на оние кои “секогаш” и “понекогаш” користат вакви информации. Одличните и многудобрите ученици се многу повеќе заинтересирани за вакви теми од добрите и особено доволните. Меѓутоа мора да истакнеме дека ова важи само за оние кои ги дале одговорите “да, секогаш” и “понекогаш”. Успехот не влијае кај оние ученици кои одговориле “ретко” или “никогаш”. Скоро се изедначени процентите на одличните, многудобрите и добрите ученици кои одговориле “ретко”.

Наша претпоставка е дека најверојатно се работи за ученици кои најголемиот број свои сознанија за социолошките категории ги стекнуваат преку учебниците или со помош на наставникот. Тоа се ученици кои во најголема мера го прифаќаат системот на формалното образование и едноставно “немаат време” да следат такви информации од средствата за масовна комуникација, бидејќи истите ги има во учебниците. Масовните медиуми повеќе ги користат како релаксација со емисии од полесни жанри.

Интересен е успехот на учениците кои го дале одговорот “никогаш”. Тие се со одличен, многу добар и добар успех. Нема баш ни еден ученик со доволен успех кој го дал овој одговор. Доволните се веројатно оној корпус на ученици кој е антипод на оние кои го преферираат формалното образование.⁴

Сега ќе преминеме на она што е “топ тема” во овој дел од истражувањето. Како прво преку одговорите на испитаниците ќе се

обидеме да дадеме слика на зачестеноста на чигањето на нашите и темите за конкретните општествени прашања, во дневниот и периодичниот печат. Тоа се истите оние теми за кои зборувавме во анализата на содржината на “Нова Македонија” и “Блеф”, или со други зборови кажано, тоа се написите за политичките и пошироките општествени настани: за економскиот живот; за културата; за религијата; за науката; за семејството и за општествените девијации.

Табела бр. 24

Кои написи и теми во дневниот и периодичниот печат ги читаш?

ТЕМИ	Зачестеност на читање					вкупно
	многу често	често	понекогаш	никогаш	б.о.	
за политичките настани	20 (6,7%)	50 (16,7%)	169 (56,3%)	57 (19,0%)	4 (1,3%)	300 (100%)
за економскиот живот	25 (8,3%)	47 (15,7%)	144 (48,0%)	75 (25,0%)	9 (3,0%)	300 (100%)
за културата	69 (23,0%)	84 (28,0%)	120 (40,0%)	20 (6,7%)	7 (2,3%)	300 (100%)
за религијата	70 (23,3%)	61 (20,3%)	119 (39,7%)	45 (15,0%)	5 (1,7%)	300 (100%)
за науката	48 (16,0%)	87 (29,0%)	146 (48,7%)	14 (4,7%)	5 (1,7%)	300 (100%)
за семејството	105 (35,0%)	79 (26,3%)	94 (31,3%)	12 (4,0%)	10 (3,3%)	300 (100%)
за општествените девијации	158 (52,7%)	71 (23,7%)	52 (17,3%)	12 (4,0%)	7 (2,3%)	300 (100%)

Најчести написи и теми кои учениците ги читаат во дневниот и периодичен печат се од областа на општествените девијации (алкохолизам, наркоманија, малолетничко престапништво, проституција итн.) и за односите во семејството. Темите за општествените девијации ги читаат "многу често" дури 52,7% од учениците, а за семејството "многу често" читаат 35,0%. На ова се надоврзуваат и високите проценти на оние кои "често" читаат за овие две теми (девијации - 23,7% и семејство - 26,3%).

Интересот на младите за социопатолошките појави, значи интерес за страдањето на нивните врсници што е пред се' условено од времето на транзиција во кое живееме. Живеејќи во такво време младите се обидуваат да им помогнат на уживателите и зависниците на дрога и алкохол, што ги има во нивните редови и истовремено да и' помогнат на општествената заедница да ги совлада сопствените спротивности. Современиот млад човек преку информациите добиени од масмедиумите наоѓа одговори на многу прашања од оној дел на неговиот живот што го чини неговото наличје. Учениците се интересираат за негативните карактеристики на опачината на животот, девијатноста и асоцијалноста.

Во време на силните општествени промени во кои живееме, семејството оди во две насоки. Едната оди во криза, па дури и распаѓање и целосен слом на семејниот живот. Се намалува бројот на новозасновани бракови, а се зголемува процентот на разводи на веќе постојните. Другата насока се потпира на фактот што семејството се обединува и станува силен интегративен фактор за своите членови во овие тешки времиња. Младите како полноправни членови на своите семејства, покажуваат особен интерес за овие актуелни проблеми.

Младите особено ги интересираат феномените врзани за разводот на бракот, доцнежниот брак, нестапувањето во брак, нерегистрирани парови и деца од спрувета итн. Особено се интересираат за иднината на семејството и бракот. Дали ќе оди во насока на некоја друга форма, или пак ќе јакне сегашниот облик на нуклеарно демократско семејство.

За политичките настани, економскиот живот, културата и религијата, најголем број на случаи читаат "понекогаш" (политика - 56,3%; економија - 48,0%; култура 40,0%; религија 39,7%).

За културата и културните настани најверојатно учениците читат одвреме - навреме, особено за актуелни музички, филмски и театарски настани. Најчесто читаат интервјуа со познатите ѕвезди од шоу бизнисот, а исто така и музичките, филмските и театарските критики и коментари.

За религијата и верските прашања најчесто читаат за време на најголемите христијански празници во јануари, април, мај и септември. Тоа се написите за Божиќ, Водици, Прочка, Велигден, Пресвета Богородица итн.

За прашањата од политичкиот и особено од економскиот живот, не се баш многу заинтересирани. Висок е бројот на оние кои никогаш не читаат за економските проблеми (25,0%) и за политичките настани (19,0%). Веројатно од политиката се заситени и имаат некој вид на аверзија, додека за решавањето на проблемите од економската сфера сметаат дека се сеуште млади и тоа им го препуштаат на постарите.

Како второ, да видиме колку често учениците ги следат наведените радио - програми и емисии.

Табела бр. 25

Колку често ги следите следниве радио емисии и програми?

Програми	Зачестеност на слушање					вкупно
	многу често	често	понекогаш	никогаш	б.о.	
информативно - политички	8 (2,7%)	45 (15,0%)	130 (43,3%)	114 (38,0%)	3 (1,0%)	300 (100%)
образовни	24 (9,3%)	85 (28,3%)	151 (50,3%)	35 (11,7%)	5 (1,7%)	300 (100%)
училишни	28 (9,3%)	88 (29,3%)	141 (47,0%)	59 (13,0%)	4 (1,3%)	300 (100%)
документарни	22 (7,3%)	43 (14,3%)	139 (46,3%)	88 (29,3%)	8 (2,7%)	300 (100%)
научно - популарни	46 (15,3%)	68 (22,7%)	120 (40,0%)	56 (18,7%)	10 (3,3%)	300 (100%)
емисии од културата	40 (13,3%)	67 (22,3%)	133 (44,3%)	52 (17,3%)	8 (2,7%)	300 (100%)
драмски емисии	54 (18,0%)	66 (22,0%)	128 (42,7%)	42 (14,0%)	10 (3,3%)	300 (100%)

Најголемиот број на ученици опфатени во анкетањето, радио емисиите од сите шест жанрови кои ги анализиравме, ги слушаат “понекогаш”. Тоа најверојатно се должи на фактот што тие на радио најчесто слушаат емисии од забавно музички карактер. Во етерот низ целата Република се појавија огромен број приватни радио канали, кои во главно емитуваат музички емисии и реклами.

Сепак, треба да се истакне дека освен музичките емисии, учениците најчесто ги слушаат образовните и училишни програми, што е многу значајно за нашето истражување. Образовните емисии 50,3% од учениците ги слушаат “понекогаш”, 28,3% од нив ги слушаат “често”. Училишните програми, пак, “понекогаш” ги слушаат 47,0%, а “често” високи 29,3% од испитаните ученици.

Што се однесува до зачестеноста на гледањето на телевизиските емисии и програми ситуацијата е следна.

Табела бр. 26

Колку често ги следите следниве ТВ емисии и програми?

Програми	Зачестеност на гледање					вкупно
	многу често	често	понекогаш	никогаш	б.о.	
информативно - политички	16 (5,3%)	59 (19,7%)	139 (46,3%)	82 (27,3%)	4 (1,3%)	300 (100%)
образовни	22 (7,3%)	103 (34,3%)	140 (46,7%)	30 (10,0%)	5 (1,7%)	300 (100%)
училишни	31 (10,3%)	96 (32,0%)	140 (48,0%)	30 (8,7%)	5 (1,0%)	300 (100%)
документарни	29 (9,7%)	64 (21,3%)	141 (47,0%)	59 (19,7%)	7 (2,3%)	300 (100%)
научно - популарни	47 (15,7%)	77 (25,7%)	124 (41,3%)	47 (15,7%)	5 (1,7%)	300 (100%)
емисии од културата	39 (13,0%)	77 (25,7%)	140 (46,7%)	38 (12,7%)	6 (2,0%)	300 (100%)
филмови и серии	230 (76,7%)	52 (17,3%)	14 (4,7%)	1 (0,3%)	3 (1,0%)	300 (100%)
драмски	78 (26,0%)	83 (27,7%)	116 (38,7%)	16 (5,3%)	7 (2,3%)	300 (100%)

Ако учениците на радио најчесто слушаат музика, тогаш на телевизиските екрани најчесто гледат филмови и серии и донекаде и драми. Многу често ја гледаат играната програма дури 76.7% од испитаните ученици низ нашата земја. Слично како и кај радиото, во нашата земја се појавија голем број на приватни телевизии (само во Скопје во моментот ги има 18). Тие своите програмски шеми најчесто ги пополнуваат со играни и сериски филмови.

По зачестеност на гледање, веднаш по филмовите доаѓаат образовните и училишни програми, со своите богати содржини во претпладневните часови и репризите во попладневните часови. Образовните и училишните програми се гледаат "понекогаш" во 46.7% и 48.0% од случаевите, а истите тие емисии "често" ги гледаат релативно високи 34.3% и 32.0% од учениците. Тоа е особено важно за создавањето на социолошките сознанија добиени од масмедииумите во неформалното образование.

Ако ги споредиме резултатите од табелите бр. 24, 25 и 26, тогаш можеме да заклучиме дека учениците во средното образование највеќе се заинтересирани за информации од области блиски на нивното секојдневие, какви што се културата, семејството, општествените девијации и донекаде науката и религијата. Овие информации ги наоѓаат во дневниот и периодичен печат. Потоа на радио - брановите во рамките на образовно - училишните, научно - популарните и емисиите од културата. И на крајот, информациите од овие области најмногу ги примаат од "ТВ озрачувањето" преку образовно - училишните, научно - популарните и документарните емисии и огромниот број на играни

филмови, драми и сериски филмови, каде се инкорпорирани содржини од наведената социолошка проблематика.

На крајот на оваа глава да ги проследиме ставовите на учениците за степенот на нивната информираност за општествените настани добиени преку печатот, телевизијата и радиото.

Табела бр. 27

Како го оценуваат степенот на сопствената информираност за општествените настани добиени преку печатот, радиото и телевизијата?

	ПЕЧАТ	РАДИО	ТВ
недоволен	43 (14,3%)	61 (20,3%)	30 (10,0%)
доволен	168 (56,0%)	139 (46,3%)	137 (45,7%)
особено задоволителен	85 (28,3%)	95 (31,7%)	132 (44,0%)
б.о.	4 (1,3%)	5 (1,7%)	1 (0,3%)
Вкупно	300 (100%)	300 (100%)	300 (100%)

Анкетираните ученици, степенот на сопствената информираност за општествените настани, добиени преку печатот, преку радиото и преку телевизијата, воглавно ги оценуваат како доволни (печат - 56,0%; радио - 46,3%; ТВ - 45,7%).

Кога би ги споредиле овие три медиуми, највисок степен за општествената информираност дава телевизијата. Дури и 44,0% од испитаните ученици, овој степен го оценуваат како особено задоволителен. Очигледно телевизијата нуди најмногу информации од сферата на социолошките категории, кои ќе бидат предмет на опсервации во понатамошниот дел. Со тоа се потврдуваат сите оние

констатации покажани во четвртата глава од вториот дел, каде зборуваме за телевизијата како најмоќен медиум, иако воопшто не ги занемаруваме влијанијата и на останатите медиуми.

ЗАБЕЛЕШКИ

1. Најзначајни претставници на оваа теорија се Лок, Хелвенијус, Дидро и Диркем. според кои процесот на воспитување може се' и ученикот во наставата е како во некој вид на хипнотички сон.
2. Најважни претставници на овој правец се Кречмер, Ломбресо и Фројд.
3. Миломир Ивковиќ. Методика наставе социологије, Просвета, Ниш, 1995.
4. Види во табелите 1, 2, 3 и 4 во прилогот.
5. Види во прилогот во табелите бр. 5 и 6.
6. Како мерило за успехот на учениците го земавме завршниот успех од претходната учебна година, затоа што истиот во тековната година варира и може повеќекратно да се менува.
7. Види во прилог табела бр. 7.
8. Види во прилог табели бр. 8 и бр. 9.
9. Види во прилог табели бр. 10, 11 и 12.

2. СОЦИОЛОШКИТЕ СОЗНАНИЈА НА УЧЕНИЦИТЕ ЗА ОСНОВНИТЕ СОЦИОЛОШКИ КАТЕГОРИИ СТЕКНАТИ ПРЕКУ МАСМЕДИУМИТЕ

Откако видовме дека степенот на информираност за општествените настани е задоволителен, што е еден од предусловите за стекнување на социолошки сознанија преку средствата за масовна комуникација, ќе се обидеме да направиме анализа на тие сознанија за секоја од социолошките категории посебно.

Ако ја прифатиме дефиницијата која вели дека “социологијата на масовните комуникации го проучува взаемното дејство помеѓу системот на масовното комуницирање и аструктуралните и структуралните елементи на општествената стварност”, тогаш само по себе се наметнува големото значење на сознанијата за општествената стварност добиени преку масмедиумите”.¹

Стекнувањето на социолошките сознанија е динамичен, процесуален аспект на создавање знаења за општествената стварност. Во таа смисла проучувањето на социолошките сознанија “мора диференцирано да ги посматра поедините типови и функции на сознанието во однос на различните општествени фактори, затоа што само така во полна мера се доживува сложениот и повеќедимензионален однос помеѓу општеството и сознанието”.² Од тука, процесот на стекнување на социолошки сознанија преку масмедиумите од страна на една компактна општествена група, како што е средношколската младина, е од круцијално значење за ова истражување.

Промените во постојните и создавањето на нови сознанија за општествената стварност ние ги анализираме преку осумнаесет социлошки категории. Сметавме дека тие се најзначајни од два аспекта. Првиот е нивната актуелност во денешното време на транзиција, а со тоа и широкиот простор што им е даден во средствата за масовна комуникација. Вториот е нивната широка застапеност во наставниот план и програма по социологија. Тоа ни е потребно за да ги увидиме евентуалните разлики меѓу социолошките сознанија стекнати преку масмедиумите и истите стекнати преку наставата, за што пошироко ќе зборуваме во следната глава од овој дел.

Сега да ги проследиме ставовите на анкетираниите ученици за значајноста на масмедиумите за нивните познавање на секоја од социолошките категории посебно. Тоа се државата и правото; религијата; моралот; нацијата; семејството; општествената слојитост; политичките партии; другите општествени организации; науката; уметноста; општествените вредности; процесот на производство; професиите; бирократијата и технократијата; интелегенцијата; економскиот живот; општествените девијации и општествените промени.

Табела бр. 28

Оценете ја значајноста на масмедииите за твоите познавања за следните социолошки категории

Социолошки категории	Степен на значајност					вкупно
	многу значајни	значајни	малку значајни	незначајни	б.о.	
Држава и право	136 (45,3%)	119 (39,7%)	32 (10,7%)	7 (2,3%)	6 (2,0%)	300 (100%)
Религија	100 (33,3%)	122 (40,7%)	59 (19,7%)	11 (3,7%)	8 (2,7%)	300 (100%)
Морал	87 (29,0%)	126 (42,0%)	62 (20,3%)	13 (4,3%)	13 (4,3%)	300 (100%)
Нација	119 (39,7%)	118 (39,3%)	41 (13,7%)	10 (3,3%)	12 (4,0%)	300 (100%)
Семејство	157 (52,3%)	100 (33,3%)	22 (7,3%)	10 (3,3%)	11 (3,7%)	300 (100%)
Општествена слободност	58 (19,3%)	120 (40,0%)	83 (27,7%)	26 (8,7%)	13 (4,3%)	300 (100%)
Политички партии	117 (39,0%)	106 (35,3%)	57 (19,0%)	12 (4,0%)	8 (2,7%)	300 (100%)
Други општествени организации	38 (12,7%)	123 (41,0%)	105 (35,0%)	19 (6,3%)	15 (5,0%)	300 (100%)
Наука	146 (48,7%)	115 (38,3%)	25 (8,3%)	4 (1,3%)	10 (3,3%)	300 (100%)
Уметност	110 (36,7%)	127 (42,3%)	46 (15,3%)	6 (2,0%)	11 (3,7%)	300 (100%)
Општествени вредности	71 (23,7%)	142 (47,3%)	63 (21,0%)	12 (4,0%)	12 (4,0%)	300 (100%)
Процесот на производство	98 (32,7%)	122 (40,7%)	55 (18,3%)	11 (3,7%)	14 (4,7%)	300 (100%)
Професии	74 (24,7%)	134 (44,7%)	61 (20,3%)	4 (3,0%)	22 (7,3%)	300 (100%)
Бироократија и технократија	65 (21,7%)	116 (38,7%)	76 (25,3%)	23 (7,7%)	20 (6,7%)	300 (100%)
Интелегенција	110 (36,7%)	118 (39,3%)	46 (15,3%)	8 (2,7%)	18 (6,0%)	300 (100%)
Економски живот	124 (41,3%)	120 (40,0%)	32 (10,7%)	3 (1,0%)	21 (7,0%)	300 (100%)
Општествени девијации	162 (54,0%)	81 (27,0%)	22 (7,3%)	12 (4,0%)	23 (7,7%)	300 (100%)
Општествени промени	149 (49,7%)	100 (33,3%)	25 (8,3%)	3 (1,0%)	23 (7,7%)	300 (100%)

Според одговорите на учениците, степенот на значајноста на масмедиумите е највисок за општествените девијации (алкохолизам, наркоманија, проституција итн.) со 54,0% од анкетираниите потоа за семејството со 52,3% и за општествените промени со 49,7%. Една половина од учениците ги смета многу значајни масмедиумите за нивните познавања од областа на горе наведените три области од социолошка проблематика. Овие податоци се вклопуваат со оние добиени од табелата број 24, каде учениците за најчитани написи и теми во дневните весници и периодичен печат ги одбраа токму пишувањата за девијантните однесувања кај младите и за односите во семејството.

На тоа се надоврзуваат и социолошките проблеми врзани за општествените промени, што е многу актуелно во денешно време. Учениците наоѓајќи се во една специфична општествена состојба, каде и приватизацијата на општествениот капитал е дел од големиот проект на враќањето на вредностите на граѓанското општество, “се бараат себеси како дел од тој општествен проект”.³ Тие се заинтересирани за политичкиот плурализам и особено за правата и слободите на човекот. Сакаат рамноправно да се вклучат во “усвојувањето на демократските правила, новата политичка култура и слободата на информирањето”.⁴ Учениците се нурнати во една конфузна состојба, во која се идентификувани повеќе противречни идеолошки и вредносни ориентации, кои суштински ги детерминираат нивните ставови, мислења и односи кон пошироката општествена стварност.⁵ Од една страна, старите морални вредности го губат своето “тло под нозете” и се создаваат нови со проблематични облици и рамки, а од друга страна постои тенденција за враќање на оние најстарите и “вечни” морални

вредности, кои својата основа ја имаат во религијата. Во една таква конфузна ситуација младите се пред тешка задача да го создадат својот сопствен поглед на свет. За формирањето на истиот, тие се особено заинтересирани за информации од оваа сфера на општественото живеење.

Високот степен на значајност на гореспоменатите социолошки категории, според нас, се должи на три фактори. Првиот се состои во релативно високата застапеност на информациите за овие општествени настани во масмедиумите.

Ако се навратиме на анализата на содржината, за која говоревме во претходниот дел, ќе видиме дека таа на најдобар можен начин ни го потврдува ова. “Нова Македонија” во 1997 година доста често пишуваше за општествените девијации. Се појавија голем број на извештаи, коментари и особено статии, кои во неколку продолженија пишуваа за наркоманијата, третирајќи го овој проблем за секој град во нашата држава посебно. Бројни беа коментарите на угледни новинари кои преку факти и бројки укажуваат на се’ поголемата раширеност и опасност од овој порок меѓу младите. Слично беше и со феноменот на проституцијата за кој исто така се пишуваше во голем број на продолженија. Што се однесува до општествените промени, за нив се пишуваше скоро во секој број. Новинарите како да се натпреваруваат кој ќе напише подобра статија или коментар за овој дел од општествената стварност.

Што се однесува до радиото овие проблеми беа третирани во емисиите: “Ритам на времето”, “Слушајте радио”, “Нокна програма”,

“Радио спектар”, “Радио разговорник”, “Неделен тематски циклус” и некои други.

Македонската телевизија изобилуваше со емисии кои ги третираа овие прашања. Најзначајни од нив секако беа: “Без наслов но со повод”, “Училишна програма - Свон”, “Проституцијата низ вековите”, “Педофилијата на плото на Македонија”, “Лавиринтите на законот”, “Научно студио”, “Полемика”, “Ајде да зборуваме”, “Диоптрија”, “На тема”, “Семејна палета”, “Случки од животот”, “Среќно семејство” и други. Исто така, овој дел на општествената стварност, низ посебна призма гледан, се обработува и во голем број на остварувања од филмската и театарската уметност. Со еден збор кажано, за овие социолошки проблеми масмедиумите понудија написи и емисии со висок степен и на квантитет и на квалитет.

Вториот фактор се состои во актуелноста на овие проблеми во времето во кое што живееме и огромната заинтересираност на младите за појавата и развојот на овие феномени. Може да се каже дека младите се многу заинтересирани за решавање на проблемите од оваа сфера.

И на крај, како трет фактор се појавува недоволната застапеност на овие проблеми во наставната програма по социологија во средние училишта. Мал е фондот на часови кои им се посветени на овие социолошки категории и заради тоа учениците оваа празнина ја компензираат со информациите добиени од масмедиумите.

Сега да видиме кој од масмедиумите е најзначаен за стекнување на сознанија за сите социолошки категории кои се одбрани во ова истражување.

Табела бр. 29

Преку кои масмедиуми највеќе стекнувааш претстави за наведените социолошки категории?

печатот	76 (25.3%)
радиото	6 (2.0%)
телевизијата	191 (63.7%)
преку сите заедно	24 (8.0%)
б.о.	3 (1.0%)
вкупно	300 (100.0%)

Убедливо на прво место се наоѓа телевизијата. Дури 63.7% од анкетираниите ученици најмногу преку телевизиските екрани стекнуваат претстави и ги менуваат и надополнуваат своите сознанија за социолошките категории. Една четвртина од учениците, вакви сознанија стекнуваат преку печатот. Тој се надополнува на телевизијата. Изненадувачки е нискиот процент на учениците кои го истакнуваат радиото како најважен медиум. Се потврдува фактот дека учениците на радио брановите најчесто слушаат музика за релаксација. Ако ги вкрстиме податоците добиени од табелите бр. 28 и 29, ќе го уочиме поединечното влијание на поделните масмедиуми врз познавањата на учениците за некои од поважните социолошки категории.

Ако при анализа на овие податоци го изејме радиото, бидејќи бројката од 6 ученика која го смета овој медиум значаен за

стекнување на социолошки сознанија е безначаен, тогаш можеме да констатираме дека ТВ медиумот, според учениците е најзначаен за стекнување на претстави за општествените девијации, семејстовото, општествените промени. Идентична е ситуацијата и со печатот со што во потполност се потврдуваат претходните тврдења.⁹

ЗАБЕЛЕШКИ

1. Leksikon novinarstva, Savremena administracija, Beograd, 1979, str. 298.
2. Sociološki leksikon, Savremena administracija, Beograd, 1982, str. 575.
3. Илија Ацески. Општеството и човекот во транзиција (II дел), Екопрес, Скопје, 1997, стр. 257.
4. Исто, стр. 7.
5. Илија Ацески. Општеството и човекот во транзиција (Македонскиот случај), Екопрес, Скопје, 1995.
6. Види во прилог табели бр. 13, 14, 15, 16, 17 и 18.

3. РАЗЛИКИТЕ ПОМЕЃУ СОЦИОЛОШКИТЕ СОЗНАНИЈА НА УЧЕНИЦИТЕ СТЕКНАТИ ПРЕКУ НАСТАВАТА И МАСМЕДИУМИТЕ

Сега се наоѓаме, така да кажеме, во епицентарот на нашето истражување. Ќе се обидеме да утврдиме дали постојат макар и минимални разлики меѓу сознанијата за општествената проблематика, кои учениците во III или IV година во средно образование ги добиваат од своите наставници и учебници по предметот социологија и оние сознанија кои за истата таа проблематика истите ученици ги добиваат од средствата за масовна комуникација. На тој начин, во извесни аспекти би се појавиле разлики помеѓу институционализираното (формално) и неинституционализираното (неформално) образование. Како појдовна точка за понатамошни констатации ќе ни послужат одговорите на анкетираниите ученици на прашањето.

Табела бр. 30

Во која мера се разликуваат социолошките сознанија што сте ги добиле преку наставата од оние сознанија што сте ги добиле од масмедииумите?

Социолошки категории	Степен на разлики					вкупно
	многу се разликуваат	се разликуваат	малку се разликуваат	не се разликуваат	б.о.	
Држава и право	60 (20,0%)	70 (23,3%)	89 (29,7%)	73 (24,3%)	8 (2,7%)	300 (100%)
Религија	56 (18,7%)	57 (19,0%)	83 (27,7%)	96 (32,0%)	8 (2,7%)	300 (100%)
Морал	49 (16,3%)	65 (21,7%)	75 (25,0%)	100 (33,3%)	11 (3,7%)	300 (100%)
Нација	58 (19,3%)	60 (20,0%)	65 (21,7%)	105 (35,0%)	12 (4,0%)	300 (100%)
Семејство	65 (21,7%)	51 (17,0%)	72 (24,0%)	102 (34,0%)	10 (3,3%)	300 (100%)
Општествена слобитост	52 (17,3%)	68 (22,7%)	77 (25,7%)	89 (29,7%)	14 (4,7%)	300 (100%)
Политички партии	46 (15,3%)	74 (24,7%)	92 (30,7%)	78 (26,0%)	10 (3,3%)	300 (100%)
Други општествени организации	34 (11,3%)	60 (20,0%)	110 (36,7%)	87 (29,0%)	9 (3,0%)	300 (100%)
Наука	48 (16,0%)	49 (16,3%)	82 (27,3%)	110 (36,7%)	11 (3,7%)	300 (100%)
Уметност	48 (16,0%)	60 (20,0%)	80 (26,7%)	102 (34,0%)	10 (3,3%)	300 (100%)
Општествени вредности	40 (13,3%)	65 (21,7%)	81 (27,0%)	98 (32,7%)	16 (5,3%)	300 (100%)
Процесот на производство	45 (15,0%)	65 (21,7%)	40 (30,0%)	87 (29,0%)	13 (4,3%)	300 (100%)
Професии	42 (14,0%)	67 (22,3%)	87 (27,0%)	100 (33,3%)	10 (3,3%)	300 (100%)
Бирократија и технократија	35 (11,7%)	66 (22,0%)	90 (30,0%)	94 (31,3%)	15 (5,0%)	300 (100%)
Интелегенција	53 (17,7%)	60 (20,0%)	76 (25,3%)	98 (32,7%)	13 (4,3%)	300 (100%)
Економски живот	58 (19,3%)	73 (24,3%)	59 (19,7%)	93 (31,0%)	17 (5,7%)	300 (100%)
Општествени девијации	76 (25,3%)	39 (13,0%)	52 (17,3%)	120 (40,0%)	13 (4,3%)	300 (100%)
Општествени промени	67 (22,3%)	54 (18,0%)	71 (23,7%)	92 (30,7%)	16 (5,3%)	300 (100%)

Кога ќе се погледне табелата, на прв поглед може да се дојде до најопшт заклучок дека најбројни процентуално се одговорите “малку се разликуваат” и “не се разликуваат”. На тој начин може да се дојде до погрешен заклучок, дека разликите се мали и сите понатамошни опсервации околу оваа сфера на разгледување се безпредметни.

Меѓутоа, не е така. Ако се погледне табелата подетално, ќе се види дека процентите на сите четири степени на разлики се многу блиски по своите вредности. Ретки се големите разлики меѓу бројот на одговори “не се разликуваат” и оној број на одговори “многу се разликуваат”. Во прилог на ова е и фактот дека процентуалната застапеност на одговорите “се разликуваат” и “малку се разликуваат” е скоро идентична за најголем број социолошки категории. Кај поголем број на категории, процентуалната застапеност на сите четири одговори е многу блиска.

Од сето ова можеме да изведеме заклучок дека не постојат особено големи разлики меѓу сознанијата добиени од наставниците и оние добиени од масмедиумите. Во голем број на случаи тие се поклопуваат. Но, релативно високите проценти на одговори “многу се разликуваат” и “се разликуваат” кај добар дел од социолошките категории укажува на фактот дека постои статистички значајна разлика меѓу овие два типа на сознанија.

Двата типа на сознанија за кои говоревме, најмалку се разликуваат кај науката (36,7%), уметноста (34,0%). Најголеми се разликите кај општествените промени (22,3%), државата и правото (20,0%), и економскиот живот (19,3%), што е од посебно значење за ова истражување. Интересни се податоците за општествените девијации,

нацијата, семејството. Таму се високи процентите на дијаметрално различните одговори (“многу се разликуваат” и “воопшто не се разликуваат”).

Кај овие пет и уште неколку такви категории, доколку од една страна се соберат одговорите “многу се разликуваат” со “се разликуваат” и оние “малку се разликуваат” и “не се разликуваат”, добиените вкупни зборови се скоро егал.

Може да се каже дека кај таканаречените условно кажано “постатични” социолошки категории, степенот на разлики во двата типа на сознанија е помал. Таков е случајот со општествените организации, науката, уметноста, процесот на производство, професии, бирократија и технократија, интелегенција. Кај условно кажано “променливите” социолошки категории како што се државата и правото, религијата, моралот, нацијата, семејството, општествената слоевитост, економскиот живот, општествените девијации и општествените промени, разликите во двата типа на сознанија се позначајни од статистички аспект.

Интересни резултати се добиваат доколку се споредат податоците за разликите на социолошките сознанија за одредени социолошки категории и податоците за значајноста на масмедиумите со ученичките познавања на истите тие категории.¹

Таму каде што масмедиумите се позначајни во стекнувањето на претстави за одредени социолошки категории, во тој случај се појавуваат и позначајни разлики во двата типа на сознанија за истите тие категории. Како што расте значајноста, така и корпусот на првите два одговора (“многу се разликуваат” и “се разликуваат”) се зголемува.

Кај оние учениците кои го дале одговорот “малку значајни”, значително се намалува вкупниот број на одговорите “многу се разликуваат” и “се разликуваат”. Тоа убаво се гледа во тебелите за економскиот живот, за општествените девијации и особено во табелата бр. 23, која ја отсликува состојбата за општествените промени.

Во секој случај можеме да констатираме дека постојат одредени значајни разлики меѓу испитуваните два типа на сознанија. Тоа кај учениците создава своевидна когнитивна дисонанса. За голем број социолошки категории, главен фактор во поттикнувањето за решавање на когнитивната дисонанса е креативниот наставник, кој, решавајќи ја истата заедно со учениците, ја руши догматската и шематизирана настава. Но, за тоа ќе стане збор во следната глава од овој дел.

ЗАБЕЛЕШКИ

1. Види во прилог табели бр. 19, 20, 21, 22 и 23.

4. СТЕПЕНОТ НА КОРИСТЕЊЕ НА СОЦИОЛОШКИТЕ СОЗНАНИЈА СТЕКНАТИ ПРЕКУ МАСМЕДИУМИТЕ ВО НАСТАВАТА ПО СОЦИОЛОГИЈА

Во наставата по социологија секој поим, категорија и суд, треба научно да се објасни и интерпретира. Тоа значи дека во наставата по социологија треба да се изнесуваат содржини кои се научно верификувани и се последен збор на науката. Наставникот не мора круто да се држи до основниот учебник, туку непрекинато треба да се усовршува со консултирање на најнова литература.

Социологијата како предмет во средното образование, се слуша само една година (III или IV), со два часа неделно или вкупно 72 часа во текот на една учебна година. Во рамките на тоа кратко време треба на учениците да им се пренесе релативно обемна програма. Заради тоа, како императив се поставува рационалноста и ефикасноста во наставата. Еден од патиштата за рационализација во наставата е воведувањето на нови медиуми и нова телекомуникациона технологија во истата.

Користењето на социолошките сознанија стекнати преку масмедиумите и вкупната телекомуникациона технологија во наставата, може да ги воведо единствено наставникот, а потоа во таа успешна структура на часот, подеднакво да ги вклучи и сите ученици правејќи активна и кооперативна настава.

Наставникот како специјализиран стручњак за социологија и методика е носител на подготовката, реализацијата и вреднувањето на сопствената настава која ја усмерува и организира.¹ За да може на

најоптимален можен начин наставникот да ги користи иновациите во социологијата како наука и особено иновациите во методичко - дидактичките принципи со воведување на целокупната телекомуникациона технологија, тој според Момир Ивковиќ треба да ги поседува следните карактеристики:² интелектуална, морална и физичка зрелост и комплетност на личноста; верување во трудот и значајноста на работата која што ја остварува; мотивираност за наставничката професија; хармонија помеѓу личноста на наставникот и деонтолошките барања на професијата наставник; социјабилност и способност за анимација на наставата; квалитети на личноста какви што се љубезност, веселост, природност, друштвеност, праведност, постојаност, дисциплинираност, непристрасност, смиреност, борбеност, храброст итн.²

Се поставува прашањето: Каква стручност се бара од наставникот по социологија во средното образование?

Во основа неговата стручност не треба да се состои во структурата, туку во настава на структурата.³ Во тоа се состои и битната разлика меѓу познавач на социологијата како наука и наставник по социологија. Значи, не е доволно само да се знае знаењето, туку тоа знаење на најоптимален начин треба да им биде пренесено на учениците. Значи, подеднакво значење има знаењето на социологијата како наука и знаењето како сето тоа во што поголема мерка да се инкорпорира во свеста на учениците. Од ова се гледа дека не може секој да се занимава со ова значајно занимање. Занимањето со настава не смее да се третира како случајно и епизодно вработување, како што е тоа случај во денешната практика.

Сега да поминеме на основните квалитети што треба да ги поседува наставникот за успешно да изведува творечка и креативна настава по социологија. Како прво, тоа е интелигенцијата на наставникот. Интелигенцијата и креативноста се во директна меѓусебна причинско - последична врска. Во наставниот процес, како сложена интелектуална дејност, се оживотворува и мери интензитетот и екстензитетот на интелигенцијата на наставникот. Преку интелигенцијата, како своевидна психолошка сила, наставникот треба да ги пронајде битните врски и односи меѓу општествените појави и процеси и да ги открие општествените законитости. Наставниците чија интелигенција е под просечно ниво имаат обична и оскудна општа култура, бидејќи овие две карактеристики се во корелација. Тие наставници по социологија не можат во својот живот и работа да внесат емоционална сила која ќе ги поттикнува на уште поголеми и посложени напори и творечки резултати. Еластичното менување на концепцијата на наставниот час, творечкото разрешување на наставните проблеми, регенерирање на работните потенцијали на учениците, одговарање на "потешките" ученички прашања во врска со наставната содржина или надвор од неа, неочекуваната и непожелна тишина во класот, безбојноста во фронталниот, групниот или индивидуалниот облик на работа, динамиката и ритмот на работата во практичните ситуации, јакнењето на работната сила и работниот напон на ученикот, може успешно да го направи само наставник со високи интелектуални способности. Потпросечното интелектуално битие на одреден број наставници, доведува до догматизам и клиширано лажно прикажување на неговите вредности и затоа како ургентно се поставува барањето за

селекција на идниот наставен кадар, во кој интелигенцијата ќе биде рамноправна со другите базични фактори при изборот на наставниците по социологија.

Втората битна карактеристика што треба да ја поседува наставникот е неговата општа култура. Општата култура на современиот наставник по социологија, треба да се формира врз основа на сознанијата од областа на науката, уметноста, техниката, општествениот живот. Без присуство на општа култура кај наставникот, со запомнување на огромен фактографски материјал, со механичко репродуцирање и применување на запаметеното во дијалозите итн. , не може да се дојде до творечка настава по социологија. Во оној момент кога ќе се појави застој во збогатувањето на фондот на општата култура и кога ќе настапи самозадоволството во веќе постигнатиот фонд и постигнувањето во личниот растеж и кариера во наставната работа, неизбежно доаѓа до опаѓање на нивото на општата култура, што со себе носи неактуелна, формална и конзервативна наставна работа. Општата култура на наставникот по социологија мора да биде секогаш свежа, актуелна и никогаш да не завршува до крајот на работниот век. Интелигенцијата во општата култура и општата култура во интелигенцијата се карактеристики на современиот наставник.

Следен квалитет на наставникот е неговата стручна подготовка. Стручноста за која говориме и во првиот дел, треба во себе да ги содржи познавањето на содржините на предметот социологија, психолошките законитости и манифестации на учениците во средното образование, целите на воспитанието и начинот на неговото остварување во глобалното и оперативно планирање и познавање на

логичко - гносеолошките процеси во рамките на совладувањето на проблемите по предметот социологија во средното образование.

Способноста за организирање на содржините, времето, средствата и начинот на работа, е наредниот битен квалитет на творечкиот наставник. Само талентираниите, трудољубивите и упорни наставници по социологија можат дури по неколку години наставна работа да ги отстранат слабостите и да стекнат задоволително стручно ниво и сигурност.

Креативниот наставник, исто така, треба да влијае и на развивањето интерес кај учениците за социологијата како општествена наука. Тоа може да го прави само наставник кој ги познава потенцијалите што ги поседуваат учениците и модалитетите на нивните повикувања и оплеменувања. Јакнењето на интересирањето на учениците и создавањето плодна наставна ситуација се поставува како императив. Динамичната настава е превентивно средство против монотонијата, досадата и нерационалните активности.

На крајот од овој дел да ја споменеме и општествената одговорност на наставникот по социологија. На пример, Колињин смета дека наставникот треба да сфати дека неговото однесување и неговата работа се наоѓаат под најсилна контрола, под каква не се наоѓа ниеден друг човек на светот. Десетици детски очи гледаат кон него и нема ништо повнимателно, побудно и поприемчиво во однос на разни нијанси на психичкиот живот на човекот и никој не ги фиксира тие финеси како детското око. Доколку наставникот не ги сака децата и наставната работа, нема да може да воспостави такви емоционални работни односи кои се нужни за активна и творечка настава.⁴

Значи, наставата по социологија, генерално земено, од една страна, може да биде добра, успешна и да побудува интерес кај учениците, а од друга страна, може да биде лоша неуспешна, одбојна и неинтересна. И во двата вида на настава некои елементи се подобро, а некои полошо изведени. Сите наставни идеи и наставни часови не се еднакви. Некогаш се подобри, некогаш се полоши. И покрај тоа, земено генерално, секој наставник сака неговиот час да биде успешен. Нема наставник кој сака наставата да му биде лоша. Проблемот е во тоа колку тој сака да ја направи добра.

Квалитетниот наставник по социологија со сите свои карактеристики што во претходниот текст ги истакнавме, треба да осмисли една успешна концепција за изведување на наставен час, кој на најрационален начин ќе ги искористи капацитетите и потенцијалите на учениците.

Во таа своја концепција тој треба да осмисли со кои форми на наставна работа, со кои методи и со кои наставни средства и помагала најуспешно ќе го изведе часот. За формите на наставната работа и методите ќе говориме во последната глава од овој дел. Сега ќе се задржиме на наставните средства и помагала.

Наставните средства би можеле да ги поделиме на:

- Текстуални (планот на табла; ученичките состави; наставните листови; учебниците и прирачната литература; енциклопедии, речници и лексикони.
- Визуелни (оригинални предмети, модели, фотографии, дијаслики, дијафилмови, слики, цртежи, карти, шеми, графикони, дијаграми)

- Аудитивни (радио - емисија, радио - касета, грамофонска плоча, магнетофонска лента, CD диск)
- Аудиовизуелни (тонски филм, ТВ емисија, ТВ и видео касета)
- Технички наставни средства (табла, апликатор, радио и ТВ приемник, филмски проектор, дијапроектор, касетофон, видео - рекордер, компјутер)

Сите овие наставни средства се употребуваат внатре во кабинетите. Како што се гледа меѓу нив се и средствата за масовна комуникација, но употребени како интересен фактор во образованието. Не оспорувајќи ја нивната голема улога како внатрешен фактор во формалното образование, ние во центарот на нашето истражување ја ставивме нивната улога како екстерен (надворешен фактор) во образованието.

За улогата на масмедиумите како интересен фактор во образованието, многу е истражувано, пишувано и зборувано во областа на социологијата, методиката, педагогијата итн. Ние ќе се обидеме да дадеме свој скроман придонес во истражувањето на употребата на масмедиумите како екстерен фактор во создавањето на воннаставните социолошки сознанија.

Значи, ќе се обидеме да докажеме дека квалитетот на наставата по социологија е битно зависен од употребата на масмедиумите како екстерен фактор. Колку наставникот во својата работа со учениците ги користи воннаставните социолошки сознанија ќе ни покажат следните податоци.

Табела бр. 31

Дали наставникот во наставата по социологија користи социолошки информации презентирани преку масмедиумите?

да, секогаш	73 (24,3%)
понекогаш	169 (56,3%)
не, никогаш	54 (18,0%)
б.о.	4 (1,3%)
вкупно	300 (100,0%)

Пред да ги анализираме резултатите, само да напоменеме дека за добивање на слика колку наставниците ги користат масмедиумите како екстерен фактор во наставата, ќе ги искористиме ставовите на учениците на кои овој тип на сознанија им е најпотребен. Не сакавме да побараме одговор на оваа прашање во вид на интервју од наставниците и директорите, плашејќи се од нивната субјективност во одговорите.

Повеќе од половина од анкетираниите ученици сметаат дека нивните наставници “понекогаш” ги користат социолошките сознанија презентирани преку масмедиумите. Ако на ова се додаде и високиот процент (24,3%) на оние ученици кои сметат дека нивните наставници “секогаш” ги употребуваат овие информации, тогаш се добива слика за се’ поголемата свесност на наставниците за огромната улога на целокупната телекомуникациона технологија во наставниот процес по социологија. Сепак, треба уште да се работи на понатамошно иновирање на дидактичко - методичките принципи, за да овој тип на воннаставни

сознанија профункционираат на најдобар можен начин. Но, за тоа ќе стане збор пошироко во петтата глава од овој дел.

Наставникот ги користи воннаставните социолошки сознанија најмногу за општествените девијации, религијата, политичките партии и семејството.⁵

На крајот од овој дел да заклучиме дека наставникот ги користи масмедиумските сознанија за оние социолошки категории кои будат најголем интерес кај учениците, што го видовме од претходниот дел од текстот и претходните табели. На тој начин се поклопуват мислењата и интересите на двата основни субјекти во наставата (наставникот и ученикот). Тоа е основниот предуслов да профункционира успешно методичката идеја, скандалот, проблематизирањето и актуелизирањето.

ЗАБЕЛЕШКИ

1. Вук Караџић има запишано една мисла, која ќе ја дадеме во оригинал: "Није знање, знање знати, већ је знање знање дати", преземено од Миомир Йвковић, *Методика наставе социологије*, Просвета, Ниш, 1995, стр.79.
2. Миомир Йвковић, *Методика наставе социологије*, Просвета, Ниш, 1995, стр.79.
3. Види: Josip Marinković, *Metodika nastave*, Školska knjiga, Zagreb, 1977.
4. Vladimir Erceg, *Nastavnik u savremenoj nastavi*, Svijetlost, Sarajevo, 1984.
5. Види во прилог табела бр. 24.

5. ОЦЕНКА НА ПОТРЕБАТА ОД МЕТОДСКО - ДИДАКТИЧКИ ИНОВАЦИИ ВО НАСТАВАТА ПО СОЦИОЛОГИЈА ВО КОРИСТЕЊЕТО НА ВООНСТАВНИТЕ СОЦИОЛОШКИ СОЗНАНИЈА

Успешноста на наставата по социологија е во правопрпорционален однос со два фактора. Едниот е во трајно усовршување на стручноста во однос на предметот кој се предава. Во социологијата како наука нема еднаш за секогаш дадени вистини. Со оглед на тоа наставникот перманентно треба да ги следи новините во развојот на науката за општеството. Да ја чита и толкува најновата социолошка литература и на учениците секој социолошки проблем да им го сервира повеќедимензионално и да го објаснува од сите негови аспекти.

Вториот фактор се состои во барањето на методичко - дидактички иновации во секое време. Тоа е постојан напор за барање на најуспешниот и најрационален начин за пренесување на знаењата на учениците. Непрестано трагање по најсветлата патека која води до ученичките глави и преку која на најуспешен и повеќестран начин социолошките сознанија треба да им се пренесат на учениците.

Преку методичките иновации треба да се најде најуспешен спој меѓу учениците и наставната содржина по социологија. За тој своевиден спој наставникот се јавува како посредник. Наставникот е своевидна карика помеѓу ученикот и интелектуалните и вредносни сознанија. За да може на најдобар можен начин да се оствари оваа посредничка улога на наставникот, потребано е оптимална работна атмосфера, користење на оптимални наставни методи, работење со

најоптимални форми на наставна работа и што е многу значајно користење на најоптимални наставни средства и помагала.

Може да се каже дека квалитетот во наставата е битно зависен од способностите на наставникот да прифаќа и воведува методички иновации. Инвентивноста во поглед на методичките иновации се огледа во идејата за концепција на наставниот час, начиниот на практично реализирање на таа концепција и проанаоѓањето на битните, но затскриени, суштини во појавните облици на социолошките феномени. Понатаму, инвентивноста се гледа во изборот на текстот што се анализира, изборот на прашањата кои сака да ги постави, начинот на активирање на творечките потенцијали кај учениците итн.

За да може воннаставните социолошки сознанија добиени од масмедиумите успешно да се употребат во наставата потребни се неколку предуслови. Како прво, тоа е методичката идеја на наставникот.

Методичката идеја се состои во барањето на тоа што е битно за социолошкиот проблем кој треба да се изложи: барање делови од градивото кои најтешко ги совладуваат учениците и барање иновации во мислите кои овие пречки најуспешно ќе ги совладаат. Преку методичката идеја, наставникот на најуспешен начин им го пренесува на учениците научното искуство за социолошките феномени. Оригиналноста на методичката идеја не е важна. Таа може да биде позајмена и од некој друг наставник. Битно е успешно да профункционира на наставните часови. Доколку не профункционира треба да се бара причината зошто е тоа така. Методичката идеја има своја конкретна вредност во начинот на кој се изведува. Со методичката идеја се решава одредена методичка задача.

Како второ, тоа е радоста во работата. На пример, Роден истакнува дека светот ќе биде среќен кога во секој човек би била душа на уметник и кога секој би ја пронаоѓал радоста во својата работа. Во одделението треба да се создаде таква емоционална сила која ќе ги поддржува мислата и делата на наставникот и учениците. Со тоа ќе се избегнат пречките за совладување на наставното градиво и ќе се овозможи триумф на творечките емоции.

Како трето - интуитивноста. Таа ги спојува емоциите и разумот, зборовите и делата. Тоа е способност на наставникот на најдобар можен начин да ги искомбинира претставите, поимите, предметите, облиците, просторот и времето.

Како четврто - мотивацијата. Без силна мотивација нема интересирање за успешно изведен наставен час. Мотивацијата е основна движечка сила во дејствувањето на наставникот и со неа ќе и' се овозможи широк и траен интерес за успешна работа со учениците.

Како петто - осмисленоста на наставата. Свеста и мислата, како нејзин дел, се основа за секоја продуктивна настава.

Како шесто - постојан напор да се развие сестрана личност кај ученикот.¹ Тоа значи дека учениците треба да бидат теоретски и практично способни за ефикасен и успешен живот и работа во демократското општество. Наставникот треба кај учениците да го развие интелектуалниот потенцијал, емоциите, моралното и општествено битие, кои се основни атрибути на сестрано развиена личност.

Како седмо - познавање на резултатите на науката и оспособеност за наставна работа. Тоа е темел на креативната настава. Во творечкиот и креативен дух на наставата се вклучуваат сознанијата за

новите резултати за науката и практиката. Не може да се појави радост во работата доколку не се знае што и како треба да се работи.

Успешното остварување на овие предуслови ќе овозможи воннаставните социолошки сознанија да блеснат со сиот свој сјај во изведувањето на наставата. Колку воведувањето на целокупната телекомуникациона технологија како екстерен фактор во образованието е прифатена од наставниците и учениците во наставата по социологија ќе ни покажат следните податоци.

Табела бр. 32

Дали вие како ученик имате потреба воннаставните социолошки сознанија да ги искажете на часовите по социологија?

имам голема потреба	32 (10,7%)
имам потреба	89 (29,7%)
делумно имам потреба	128 (42,7%)
за тоа немам потреба	48 (16,0%)
б.о.	3 (1,0%)
вкупно	300 (100,0%)

Табела бр. 33

Доколку имате потреба, дали наставникот ви го овозможува тоа?

не. никогаш	9 (3,6%)
понекогаш	51 (20,5%)
речиси секогаш	79 (31,7%)
секогаш	110 (44,2%)
вкупно	249 (100,0%)

Табела бр. 34

Колку воннаставните социолошки сознанија можат да придонесат во разјаснување на одредените социолошки категории?

многу, скоро за сите социолошки категории	65 (21.7%)
за некои повеќе, за некои помалку	141 (47.0%)
само за некои од нив	50 (16.7%)
делумно придонесуваат	39 (13.0%)
воопшто не придонесуваат	2 (0.7%)
б.о.	3 (1.0%)
вкупно	300 (100.0%)

Можеме да заклучиме дека најголемиот број на учениците имаат потреба од сознанија добиени од масмедиумите надвор од наставата. Иако е најголем бројот на оние кои “делумно имаат потреба” (42,7%), сепак е важен процентот на оние кои “имаат потреба”. Мал е бројот на оние кои “немаат потреба” за вакви сознанија. Најголемиот процент на оние ученици кои делумно имаат потреба за овој тип сознанија веројатно се должи на фактот што вакви воннаставни сознанија им се потребни за одреден број на најатрактивните, за нив, социолошки категории.

Тоа се надоврзува на податоците за кои говоревме во претходната глава од вој дел. Како што истакнавме учениците во печатот, радиото и телевизијата, најчесто сакаат да читаат, слушаат и гледаат написи, теми и емисии за одредени социолошки категории, кои за нив се најатрактивни (општествени промени, општествени девијации, семејни односи и некои други). Тоа значи дека подеднакво не ги

интересираат сите теми и проблеми од социолошката проблематика, што е сосема нормално.

Освен тоа, на различен начин ја отсликуваат значајноста на масмедиумите за различните социолошки категории. И на крајот, сметаат дека за одредени социолошки категории постојат поголеми разлики меѓу сознанијата добиени од класичната настава и оние добиени од масмедиумите, додека за други социолошки категории овие разлики се мали и овие два типа на сознанија практично се поклопуваат. Заради сето ова, учениците во најголем број “делумно имаат потреба” за неформалните социолошки сознанија.

На ова се надоврзуваат податоците од табелата бр. 34 каде 47,0% од анкетираниите ученици, сметаат дека воннаставните социолошки сознанија можат да придонесат во разјаснувањето на социолошките категории, но за некои повеќе, а за некои помалку. Масмедиумите како екстерен фактор најголем свој придонес имаат кај оние социолошки категории кои на поедноставен начин можат да им се приближат на учениците во временската и просторна димензија. Тоа се прави преку актуелизирањето и проблематизирањето. Се работи за социолошки категории кои на некој начин им се поблиски на учениците.

Скоро половината од учениците се изјасниле дека наставникот секогаш им дозволува да дискутираат по одредени социолошки проблеми, компарирајќи ги двата типа на сознанија.

Меѓутоа, само формалното употребување на масмедиумските сознанија не доведува до сакани резултати. За да дојдат до израз нивните вистински вредности треба да се постигнат следните ефекти.

Како прво, користејќи ги масмедиумите во наставата по социологија, треба да се постигне оптимална комбинација во користењето на фронталната, групната и индивидуална форма на наставна работа. Ако еднострано се употребува една или претежно една од формите, тогаш не може да стане збор за ефективна употреба на масмедиумските сознанија. Сите форми на наставната работа имаат свои предности и недостатоци. Афирмацијата на предностите, од една страна и, потиснувањето на слабостите на одреден облик на наставната работа, од друга страна, доаѓаат тогаш кога наставникот ги знае и условите под кои се постигнуваат најдобрите резултати.

Со комбинирањето и со употребата на трите форми ќе се овозможи создавање на сестрано образована личност кај ученикот, порационално трошење на ученичките сили и постигнувања повидни резултати. Доминацијата на фронталната форма на наставна работа во наставата по социологија е очевидна. Според некои сознанија таа зафаќа над 80% од наставната работа. Тоа треба да се сведе на помала мерка. Групниот и индивидуален облик веројатно бара поголемо мајсторство на наставникот и по линија на помал отпор се избегнуваат. Индивидуалниот облик особено треба да се афирмира преку домашните задачи. На тој начин ќе биде застапена толку фалената, а во исто време толку малку застапената, работа со надарени ученици.

Како второ, треба да се обезбеди најдобар баланс во употребата на наставните методи. Сите наставници по социологија мораат во себе да изнајдат напори за изнаоѓање на врските меѓу наставните методи и бројните чинители на наставниот процес. Наставникот не смее да ги "измислува" наставните методи за обработка

на наставните содржини во моментите кога влегува во училницата и во зависност од неговата моментна инспирација. Општите организациони и методички рамки треба да ги одреди порано како координати по кои ќе се движи. Од друга страна, доколку ситуацијата на часот налага преориентирање на наставните методи, на креативниот наставник нема да му биде тешко да ја промени методичката позиција. За сето ова на наставникот во многу ќе му помогнат сознанијата добиени од масмедиумите.

Како трето, целокупниот ефект на овие сознанија треба да се верификува на наставниот час. Подготвувањето на наставниот час треба да биде комплексно и во таа смисла треба да се опфатат сите прашања околу реализацијата на часот и да се определат решенијата кои произлегуваат од современите научни претпоставки, стручната подготовка и одговорноста за сопствената работа на наставникот, оптималните можности кај учениците и на крајот, опременоста на училиштето во кое се одвива наставниот час. Во таа смисла наставникот секогаш треба да го преиспитува своето знаење и искуство и трајно да трага за оптимални услови во кои ќе дојде до потполна активност на учениците. Треба да се согледа: состојбата во одделението во кое треба да се отпочне наставниот час, за да може уште од првата минута да се активираат учениците; кои примери ќе се внесат во излагањето и разговорот за да се придонесе за создавање на подлабоки сознанија кај учениците и зголемување на нивниот интерес за социолошката материја; каков треба да биде планот за на табла; кои фрагменти од текстовите ќе се анализираат и каква цел ќе се постигне со таа анализа; што треба да се даде за домашна задача, во смисла на тоа да го подигне креативниот дух

кај учениците на повисоко ниво; колку нови поими можат да се употребат при обработка на нова методска единица итн.

Како четврто, треба да се истакне дека ефектот на масмедиумите не е еднаков за сите методски единици и нивната употреба не е со иста тежина. Одредени единици имаат големо значење и бараат покомплексна обработка на проблемите што се опфатени. За поуспешна обработка на покомплексните проблеми, масмедиумските воннаставни сознанија се употребуваат за поврзување на научното сознание, умевање и навиките; поврзување на теоријата и праксата; сфаќањето и однесувањето; развивањето на интензивна мисловна мобилност кај учениците и нивната силна мотивираност за нови знаења.

Како петто, ефектот на овие средства се огледа во потребата за осамостојување на учениците во усвојување на социолошките сознанија. Креативноста и творечкиот пристап на наставникот по социологија се верификува во добрата проценка на работните способности на секој ученик; поединечните особености во ритмот на активностите и сигурност во работата; прилагодувањето на работните задачи кон потребите на секој ученик; пружањето на помош кога е таа потребна и максималното мобилизирање на знаењата, умевањата, навиките, емоционалните и мисловните можности, мотивите, интересирањата и вниманието кај сите ученици.

Нужно е да се разработи систем на самостојни активности на часот и да се обезбеди поголем дел од времето за овој значаен вид активности кај младите, во која многу често доаѓа до исполнување и воспоставување на творечките одлики. Тоа ќе овозможи формирање на самостојни личности, кои во животот ќе бидат повешти, покорисни,

поефикасни и на крајот посреќни. Во таа смисла наставникот секогаш треба да тежнее да го зголеми степенот на самостојност кај секој ученик и да обезбеди потполна афирмација на секој од нив. Наставникот никогаш не треба да се сомнева во можностите на учениците.

Во практиката често е обратниот случај. Сето тоа води кон нееластичност, кога не се отстапува од вообичаениот стил на работа на наставникот, догматизам во неговите мисли и постапки, неадекватното вреднување на ученичката активност, блокирањето на интелектуалниот и работниот потенцијал кај ученикот и заостанувањето во неговиот творечки развој.

Како шесто, при употребата на масмедиумските сознанија се зголемува значењето на домашните задачи што треба да им се дадат на учениците. Наставникот по социологија голем дел од своето време треба да посвети во формулирањето на индивидуални домашни задачи за секој ученик, од една страна и, задачи за учениците со слични интелектуални способности. Тоа би биле самостојни и групни домашни задачи. Никола Филиповиќ со право истакнува: "... Во школските колективи каде што нема план во давањето на домашните задачи и временски норми на ученичката активност при нивната изработка; кога секој наставник има своја норма и свој став; каде домашните задачи не се индивидуализираат со цел да му се помогне на секој ученик во неговиот развој; каде што нема исправно прегледување на домашните задачи и нивно користење во наставата - не може да стане збор за значајно творештво на наставникот во давањето на домашни индивидуализирани и групни задачи..."² Со адекватно и се' почесто воведување на индивидуалната и групна форма на работа, јакне мотивот за конкуренција

кај учениците. Овој мотив особено се форсира во воспитно - образовниот систем на САД.

Според наше длабоко уверување, користењето на воннаставните социолошки сознанија одат рака под рака со методско - дидактичките иновации во наставата по социологија.³ Од една страна, масмедиумските сознанија придонесуваат во иновирањето на наставата по социологија. Од друга страна, пак, употребата на масмедиумите како екстерен фактор во изведувањето на наставата, само по себе не значи ништо, доколку не се употребат соодветни методички постапки кои се последен збор на науката.

На крајот да завршиме со една мисла на Сингер која вака би ја парафразирале. Ние можеме да ги менуваме училишните форми, методите, часовите и наставните планови, но доколку не изградиме модерни училишта, не формираме мали оделенија и училишна опрема според последниот збор на техниката и не воведеме нови наставни средства, сите наши организирани настојувања се залудни. Средствата за масовна комуникација ќе ни помогнат да се свртиме кон луѓето, наставниците, учениците, родителите - тие сами да се менуваат, да се насочуваат кон процесот на трајна осмислена ориентација во системот на образование и воспитание.

ЗАБЕЛЕШКИ

1. Види: Радивој Квашчев. Развијање старалачких способности код ученика. Завод за издавање уџбеника. Београд, 1971.
2. Nikola Filipović, Stavaralaštvo u nastavi, Zavod za izdavanje udbenika, Sarajevo, 1969, str.127.
3. Види: Allan Kellehear. The unobstrusive researcher, Docudro, Sydney, 1993.

ОПШТИ СОГЛЕДУВАЊА

Брзиот развој на различните форми на масовното комуницирање, а особено на аудио - визуелната комуникација, комбинирана со развојот на целокупната телекомуникациона технологија, отворија нови хоризонти во врските и взаемното делување на образованието и комуникацијата.

Од една страна, институционализираниот образовен систем го губи монополот врз образованието, а од друга страна, масмедиумите се' повеќе се јавуваат како двигатели на образовниот процес. Се' повеќе влијанието на средствата за масовна комуникација врз интелектуалниот развој на децата и младинците е од примарна важност и значење.

Во денешно современо време тешко е да се негира образовното влијание на масмедиумите, дури и во случаевите каде содржината на пораките не е од чисто образовен карактер. Заради тоа, "образовната и социјализаторската улога на комуникацијата ни' налага нејзините средства да бидат третираны како општествено добро".¹ Средствата за масовна комуникација претставуваат таков моќен капацитет за ширење на најразлични информации и знаења, што ни една општествена заедница (а со тоа и нашата) не може да си дозволи да остане без нив.

Врските меѓу комуникацијата и образованието, кои од ден на ден се' повеќе се зголемуваат, не' присилуваат да се запрашаме како односите помеѓу масмедиумите и сознанијата за општествената стварност да се направат подобри и попродуктивни. Ова истражување даде скроман придонес за одговор на ова прашање. Резултатите кои ги

добивме од истражувањето ни' даваат за право да ги изведеме следните заклучни согледувања.

1.

Масовната комуникација е една од суштинските карактеристики на современото демократско општество, во какво впрочем живееме и ние. Масовните медиуми, на себе својствен начин, ги избегнуваат каналите на комуницирање и структурата на власта во сферата на образованието, воспоставувајќи “директен” контакт со учениците. На полето на образованието и социјализацијата, родителите и наставниците не можат да го спречат “лесниот” пристап на младите кон содржините на масмедиумите.

Ако го порафразираме Денис Мек Квејл, можеме да кажеме дека живееме во масовно општество со масовна култура, во која што царуваат масовните медиуми. Денес луѓето масовно читаат, слушаат и гледаат. Живееме во време на “масовна потрошувачка” на информациите од масмедиумите.

Намалувајќи ја драстично својата цена на чинење, печатот, радиото и телевизијата станаа достапни, безмалку, на сите членови на општествената заедница, независно од нивната материјална состојба, моќ, статус, улога или образование. Ако пред десетина години точно се знаеше во кој тип на семејство се купува редовно дневен и периодичен печат, а во кој не, сега состојбата е таква што речиси сите родители им овозможуваат на своите деца да ги отворат страниците на по неколку весници и во своите детски соби непречено да ги активираат копчињата на големиот број радио и ТВ канали.

Следствено на тоа степенот на информираноста за општествените настани, кај учениците во средното образование е висок. Информационоста на учениците за социолошките категории се' помалку зависи од половата припадност, возраста, местото на живеење, вероисповеста, материјалната состојба на семејството, степенот на образованието и занимањето на нивните родители.

2.

Додека во блиското минато постоеше силен отпор спрема "упадите" на масовните медиуми во автономноста на постоечките образовни институции, сега се' почест е случајот на прилагодување и искористување на новите медиуми и целокупната телекомуникациона технологија во образовни цели. Поаѓајќи од фактот дека учењето во суштина е процес на пренесување на знаци и на работење врз и со знаците, можеме да ги констатираме допирните точки меѓу училиштето и средствата за масовна комуникација.

Улогата на училиштето, како формална институција на образовниот систем и, на алтернативното школување, како неформален начин на образование, е кај реципиентите да се оформи и конструира сознанието за стварноста која што ги опкружува.

Пророчката визија на Маршал Меклуан дека "комуницирањето е порака" се' повеќе добива во својата актуелност. Ние сме "на прагот на новите големи промени во областа на комуницирањето"², а тоа е се' поголемото влијание на масовната комуникација врз образовниот процес.

Врз база на сето ова се оформуваат и структурираат социолошките сознанија на учениците за основните социолошки

категории стекнати преку масмедиумите. Иако овие воннаставни социолошки сознанија се автохтони по некои свои особености и карактеристики, тие сепак не се одвојуваат во целост од наставните социолошки сознанија. Напротив, и двата типа на сознанија за општествената стварност (наставни и воннаставни) се испреплетуваат меѓусебно и секогаш одат заедно надополнувајќи се едни со други.

3.

Се' повеќе се воспоставува заедничка спрега помеѓу масмедиумите и наставата по социологија, во интерес на согледување на дадената програма. Основна задача на училиштето е да ги научи младите луѓе каков е светот што ги опкружува, а ова неизбежно вклучува перспектива извлечена од минатото и традицијата. Од друга страна, масмедиумите се свртени кон модернизацијата. Нивната методска единица се состои во обелоденување на општествените можности што досега не се употребени.

Со други зборови кажано, масмедиумите служат за "набавка" на современо знаење за општествената стварност, додека класичната настава е одговорна за пренос на наследството акумулирано со традицијата.

Степенот на користење на социолошките сознанија стекнати преку масмедиумите во наставата по социологија е релативно висок. Тој се огледа во заедничката употреба на двата типа на сознанија. Во рамките на таа спрега, "основната функција на образовниот систем е да воведо ред во елементите на знаењето кои се раштркани во сите правци на комуникациските мрежи".³

4.

Ако го парафразираме Даниел Бел, тогаш би можеле да кажеме дека масмедиумите се средство кое ги подхранува луѓето со нови обрасци и претстави, рушејќи ги традиционалните конвенции. Традиционалното бива објавено за досадно, а ортодоксните институции, како семејството и училиштето, се во положба на одбрана поради неспособноста навремено да го следат трендот на промените.

Меѓутоа, институционалната настава по социологија мора да се откаже од својот монопол во создавање на социолошки сознанија, сега кога средствата за масовна комуникација толку многу ја подобрија традиционалната училишна работа. Двата система на создавање на социолошки сознанија треба да функционираат во услови на натпревар, предизвикувајќи сомнеж и контрадикции во главите на учениците. Во таква настава се создаваат услови за активирање на сите творечки потенцијали на учениците, кои стануваат активни субјекти во наставата по социологија.

Заради тоа, пред нас како императив се поставува барањето за “реформа на образовниот систем кој е нужна тенденција на радикалната трансформација на општествениот реал - социјалистички систем”.⁴ Оттаму потребата од методско - дидактички иновации во наставата по социологија се огледа на две нивоа.

Првото се состои во фактот дека воведувањето на воннаставните социолошки сознанија во формалното образование ја иновира наставата по социологија и им ги приближува социолошките проблеми на учениците во просторна и временска димензија.

Како второ, користењето на масмедиумските социолошки сознанија е безпредметно без комплетно иновирање на методско дидактичките принципи. Иновирањето меѓу другото подразбира воведување и правилна употреба на методичката идеја, скандалот, проблематизирањето и актуелизирањето. Во таквиот тип на настава ќе доминира дијалогот како основен метод и групната и индивидуална форма на наставната работа.

ЗАБЕЛЕШКИ

1. Many voices, one world: Communication and society, Unesco, Paris, 1980.
2. Orvell Miles. Još jedan pogled na Maršala Mekluena, sp."Pregled", broj 221,1983.
3. Many voices, one world: Communication and society, Unesco, Paris, 1980, стр.28.
4. Георгиевски Г. Петре. Социологија на образованието, "Веда - МК -Публик". Скопје, 1994, стр.133.

ПРИЛОЗИ

Табела бр. 1

Материјалната положба на домаќинството и читањето на дневни весници во слободното време

Оценка на материјалната положба на домаќинството	Во слободно време чита дневни весници					
	вкупно	дневно	седмично	месечно	никогаш	
А	Б	1	2	3	4	Б.О.
вкупно	300	109	117	35	25	14
N%	100,0	36,3	39,0	11,7	8,3	4,7
V%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1 многу добра	47	20	19	6,0	0	2
V %	15,7	18,3	16,2	17,1	0,0	14,3
2 добра	217	79	85	23	20	10
V %	72,3	72,5	72,6	65,7	80,0	71,4
3 незадоволителна	36	10	13	6	5	2
V %	12,0	9,2	11,1	17,1	20,0	14,3

Табела бр. 2

Материјалната положба на домаќинството и читањето на неделни ревији во слободното време

Оценка на материјалната положба на домаќинството	Во слободно време чита неделни ревији					
	вкупно	дневно	седмично	месечно	никогаш	
А	Б	1	2	3	4	Б.О.
вкупно	300	31	117	106	25	21
N%	100,0	10,3	39,0	35,3	8,3	7,0
V%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1 многу добра	47	6	18	13	4	6
V %	15,7	19,4	15,4	12,3	16,0	18,6
2 добра	217	23	86	80	17	11
V %	72,3	74,2	73,5	75,5	68,0	52,4
3 незадоволителна	36	2	13	13	4	4
V %	12,0	6,5	11,1	12,3	16,0	19,0

Табела бр. 3

Материјалната положба на домаќинството и слушање на радио во слободното време

Оценка на материјалната положба на домаќинството	Во слободно време слуша радио					
	вкупно	дневно	седмично	месечно	никогаш	
А	Б	1	2	3	4	Б.О.
вкупно	300	275	13	6	1	5
V%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1 многу добра	47	43	1	2	0	1
V %	15,7	15,6	7,7	33,3	0,0	20,0
2 добра	217	197	12	4	1	3
V %	72,3	71,6	92,3	66,7	100,0	60,0
3 незадоволителна	36	35	0	0	0	1
V %	12,0	12,7	0,0	0,0	0,0	20,0

Табела бр. 4

**Материјалната положба на домаќинството и гледање на ТВ
во слободното време**

Оцена на материјалната положба на домаќинството		Во слободно време гледа ТВ					Б.О.
		вкупно	дневно	седмично	месечно	никогаш	
А	Б	1	2	3	4		
вкупно	300	279	15	2	0	4	
N%	100,0	93,0	5,0	0,7	0,0	1,3	
V%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
1 многу добра	47	42	4	0	0	1	
V %	15,7	15,1	26,7	0,0	0,0	25,0	
2 добра	217	206	7	2	0	2	
V %	72,3	73,8	46,7	100,0	0,0	50,0	
3 незадоволителна	36	31	4	0	0	1	
V %	12,0	11,1	26,7	0,0	0,0	25,0	

Табела бр. 5

Успехот на учениците и слушање на радио во слободното време

Успех во претходната учебна година		Во слободно време слуша радио					Б.О.
		вкупно	дневно	седмично	месечно	никогаш	
А		Б	1	2	3	4	
вкупно		300	275	13	6	1	5
	Н%	100,0	91,7	4,3	2,0	0,3	1,7
1 одличен		120	109	8	2	1	0
	Н%	100,0	90,8	6,7	1,7	0,8	0,0
2 многу добар		92	87	2	0	0	3
	Н%	100,0	94,6	2,2	0,0	0,0	3,3
3 добар		71	63	3	3	0	2
	Н%	100,0	88,7	4,2	4,2	0,0	2,8
4 доволен		17	16	0	1	0	0
	Н%	100,0	94,1	0,0	5,9	0,0	0,0

Табела бр. 6

Успехот на учениците и гледање на ТВ во слободното време

Успех во претходната учебна година	Во слободно време гледа ТВ					
	вкупно	дневно	седмично	месечно	никогаш	
А	Б	1	2	3	4	Б.О.
вкупно	300	279	15	2	0	4
Н%	100,0	93,0	5,0	0,7	0,0	1,3
1 одличен	120	110	8	0	0	1
Н%	100,0	91,7	6,7	0,0	0,0	0,8
2 многу добар	92	87	4	0	0	1
Н%	100,0	94,6	4,3	0,0	0,0	1,1
3 добар	71	68	2	0	0	1
Н%	100,0	95,6	2,8	0,0	0,0	1,4
4 доволен	17	14	1	1	0	1
Н%	100,0	82,4	5,9	5,9	0,0	5,9

Табела бр. 7

Дали Вашето семејство поседува:

аудио - визуелни средства	да	не	вкупно
радио	299 (99,7%)	1 (0,3%)	300 (100%)
телевизор	299 (99,7%)	1 (0,3%)	300 (100%)
видео	237 (79,0%)	63 (21,0%)	300 (100%)
сателитска антена	49 (16,3%)	251 (83,7%)	300 (100%)
музички систем	245 (81,7%)	55 (18,3%)	300 (100%)
компјутер	55 (18,3%)	245 (81,7%)	300 (100%)

Табела бр. 8

Дали повеќе ги слушаш?

домашните радио станици	236 (78,7%)
странските радио станици	164 (21,3%)
Вкупно	300 (100,0%)

Табела бр. 9

Дали повеќе ги гледаш?

домашните ТВ станици	214 (71,3%)
странските ТВ станици	85 (28,3%)
б.о.	1 (0,3%)
Вкупно	300 (100,0%)

Табела бр. 10

**Успехот на учениците и читањето на написи за
општествениот живот**

Успех во претходната учебна година	Чита написи за општествен живот					
	вкупно	дневно	седмично	месечно	никогаш	
А	Б	1	2	3	4	Б.О.
вкупно	300	69	173	50	5	3
V %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1 одличен	120	29	69	20	1	1
V %	100,0	42,0	39,9	40,0	20,0	33,3
2 многу добар	92	24	47	16	3	2
V %	100,0	34,8	27,2	32,0	60,0	66,7
3 добар	71	14	43	13	1	0
V %	100,0	20,3	24,9	26,0	20,0	0,0
4 доволен	17	1	14	2	0	0
V %	100,0	2,0	8,1	2,9	0,0	0,0

Табела бр. 11

**Успехот на учениците и слушањето на радио емисии за
општествениот живот**

Успех во претходната учебна година	Слуша радио за општествен живот					
	вкупно	да, секогаш	понекогаш	ретко	никогаш	
А	Б	1	2	3	4	Б.О.
вкупно	300	61	179	48	9	3
V %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1 одличен	120	23	71	21	4	1
V %	100,0	37,7	39,7	43,7	44,4	33,3
2 многу добар	92	25	47	15	3	2
V %	100,0	41,0	26,3	31,2	33,3	66,7
3 добар	71	10	49	10	2	0
V %	100,0	16,4	27,4	20,8	22,2	0,0
4 доволен	17	3	12	2	0	0
V %	100,0	4,9	6,7	4,2	0,0	0,0

Табела бр. 12

**Успехот на учениците и гледање на ТВ емисии за
општествен животт**

		Гледа ТВ за општествен живот					
Успех во претходната учебна година	вкупно	да, секогаш	понекогаш	ретко	никогаш		
А	Б	1	2	3	4	Б.О.	
вкупно	300	81	168	45	2	4	
V%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
1 одличен	120	30	68	21	0	1	
V%	100,0	37,0	40,5	46,7	0,0	25,0	
2 многу добар	92	30	43	16	1	2	
V%	100,0	37,0	25,6	35,6	50,0	50,0	
3 добар	71	16	46	7	1	1	
V%	23,7	19,8	27,4	15,6	50,0	25,0	
4 доволен	17	5	11	1	0	0	
V%	100,0	6,2	6,5	2,2	0,0	0,0	

Табела бр. 13

**Пооделни масмедиуми со нивната значајност за
познавањата на учениците за религијата**

Масмедиуми	Познавање за религија					
	вкупно	многу значајни	значајни	малку значајни	не се значајни	
А	Б	1	2	3	4	Б.О.
вкупно	300	100	122	59	11	8
Н%	100,0	33,3	40,7	19,7	3,7	2,7
1 Печатот	76	25	29	15	4	3
Н%	100,0	32,9	38,2	19,7	5,3	3,9
2 Радиото	6	2	3	1	0	0
Н%	100,0	33,3	50,0	16,7	0,0	0,0
3 Телевизијата	191	60	80	40	7	4
Н%	100,0	31,4	41,9	20,9	3,7	2,1
4 Печатот и радиото	2	1	1	0	0	0
Н%	100,0	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0
5 Печатот и телевизијата	19	10	7	2	0	0
Н%	100,0	52,6	36,8	10,5	0,0	0,0
6 Радиото и телевизијата	3	2	1	0	0	0
Н%	100,0	66,7	33,3	0,0	0,0	0,0
Б.О.	3	0	1	1	0	1
Н%	100,0	0,0	33,3	33,3	0,0	33,3

Табела бр. 14

**Пооделни масмедиуми со нивната значајност за
познавањата на учениците за општествените девијации**

Познавање за општествени девијации						
Масмедиуми	вкупно	многу значајни	значајни	малку значајни	не се значајни	
А	Б	1	2	3	4	Б.О.
вкупно	300	162	81	22	12	23
Н%	100,0	54,0	27,0	7,3	4,0	7,7
1 Печатот	76	38	21	8	3	6
Н%	100,0	50,0	27,6	10,5	3,9	7,9
2 Радиото	6	5	0	0	1	0
Н%	100,0	83,3	0,0	0,0	16,7	0,0
3 Телевизијата	191	104	55	14	8	10
Н%	100,0	54,5	28,8	7,3	4,2	5,2
4 Печатот и радиото	2	1	1	0	0	0
Н%	100,0	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0
5 Печатот и телевизијата	19	11	3	0	0	5
Н%	100,0	57,9	15,8	0,0	0,0	26,3
6 Радиото и телевизијата	3	2	1	0	0	0
Н%	100,0	66,7	33,3	0,0	0,0	0,0
Б.О.	3	1	0	0	0	2
Н%	100,0	33,3	0,0	0,0	0,0	66,7

Табела бр. 15

**Пооделни масмедиуми со нивната значајност за
познавањата на учениците за семејството**

Масмедиуми	Познавање за семејството					Б.О.
	вкупно	многу значајни	значајни	малку значајни	не се значајни	
А	Б	1	2	3	4	
вкупно	300	157	100	22	10	11
Н%	100,0	52,3	33,3	7,3	3,3	3,7
1 Печатот	76	37	29	4	2	4
Н%	100,0	48,7	38,2	5,3	2,6	5,3
2 Радиото	6	4	2	0	0	0
Н%	100,0	66,7	33,3	0,0	0,0	0,0
3 Телевизијата	191	99	61	18	7	6
Н%	100,0	51,0	31,9	9,4	3,7	3,1
4 Печатот и радиото	2	1	1	0	0	0
Н%	100,0	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0
5 Печатот и телевизијата	19	12	6	0	1	0
Н%	100,0	63,2	31,6	0,0	5,5	0,0
6 Радиото и телевизијата	3	3	0	0	0	0
Н%	100,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Б.О.	3	1	1	0	0	1
Н%	100,0	33,3	33,3	0,0	0,0	33,3

Табела бр. 16

**Поделни масмедиуми со нивната значајност за
познавањата на учениците за нацијата**

		Познавање за нација					
Масмедиуми	вкупно	многу значајни	значајни	малку значајни	не се значајни		
А	Б	1	2	3	4	Б.О.	
вкупно	300	119	118	41	10	12	
N%	100,0	39,7	39,3	13,7	3,3	4,0	
1 Печатот	76	25	29	12	4	6	
N%	100,0	32,9	38,2	15,0	5,3	7,9	
2 Радиото	6	4	1	1	0	0	
N%	100,0	66,7	16,7	16,7	0,0	0,0	
3 Телевизијата	191	75	78	27	6	5	
N%	100,0	39,3	40,8	14,1	3,1	2,6	
4 Печатот и радиото	2	1	1	0	0	0	
N%	100,0	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0	
5 Печатот и телевизијата	19	13	6	0	0	0	
N%	100,0	68,4	31,6	0,0	0,0	0,0	
6 Радиото и телевизијата	3	1	2	0	0	0	
N%	100,0	33,3	66,7	0,0	0,0	0,0	
Б.О.	3	0	1	1	0	1	
N%	100,0	0,0	33,3	33,3	0,0	33,3	

Табела бр. 17

**Поделни масмедиуми со нивната значајност за
познавањата на учениците за политичките партии**

Масмедиуми	Познавање за политичките партии					Б.О.
	вкупно	многу значајни	значајни	малку значајни	не се значајни	
А	Б	1	2	3	4	
вкупно	300	117	106	57	12	8
N%	100,0	39,0	35,3	19,0	4,0	2,7
1 Печатот	76	34	22	14	3	3
N%	100,0	44,7	28,9	18,4	3,9	3,9
2 Радиото	6	1	3	2	0	0
N%	100,0	16,7	50,0	33,3	0,0	0,0
3 Телевизијата	191	71	71	37	8	4
N%	100,0	37,2	37,2	19,4	4,2	2,1
4 Печатот и радиото	2	0	2	0	0	0
N%	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
5 Печатот и телевизијата	19	9	8	2	0	0
N%	100,0	47,4	42,1	10,5	0	0,0
6 Радиото и телевизијата	3	0	0	2	1	0
N%	100,0	0,0	0,0	66,7	33,3	0,0
Б.О.	3	2	0	0	0	1
N%	100,0	66,7	0,0	0,0	0,0	33,3

Табела бр. 18

**Пооделни масмедиуми со нивната значајност за
познавањата на учениците за општествените промени**

Масмедиуми	Познавање за општествени промени					Б.О.
	вкупно	многу значајни	значајни	малку значајни	не се значајни	
А	Б	1	2	3	4	
вкупно	300	149	100	25	3	23
Н%	100.0	49.7	33.3	8.3	1.0	7.7
1 Печатот	76	36	24	7	1	8
Н%	100.0	47.4	31.6	9.2	1.3	10.5
2 Радиото	6	3	2	1	0	0
Н%	100.0	50.0	33.3	16.7	0.0	0.0
3 Телевизијата	191	94	68	16	2	11
Н%	100.0	49.2	35.6	8.4	1.0	5.8
4 Печатот и радиото	2	1	1	0	0	0
Н%	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
5 Печатот и телевизијата	19	11	5	0	0	3
Н%	100.0	57.9	26.3	0.0	0.0	15.8
6 Радиото и телевизијата	3	3	0	0	0	0
Н%	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Б.О.	3	1	0	1	0	1
Н%	100.0	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3

Табела бр. 19

Значајност на масмедиуми со разлики во социолошките сознанија за економскиот живот

Значајност на масмедиуми	Разлики					
	вкупно	многу се разликуваат	се разликуваат	малку се разликуваат	не се разликуваат	
А	Б	1	2	3	4	Б.О.
вкупно	300	58	73	59	93	17
Н%	100,0	19,3	24,3	19,7	31,0	5,7
1 Многу значајни	124	31	25	20	43	5
Н%	100,0	25,0	20,2	16,1	34,7	4,0
2 Значајни	120	20	40	26	31	3
Н%	100,0	16,7	33,3	21,7	25,8	2,5
3 Малку значајни	32	2	5	11	10	4
Н%	100,0	6,2	15,6	34,4	31,2	12,5
4 Не се значајни	3	1	0	0	2	0
Н%	100,0	33,3	0,0	0,0	66,7	0,0
Б.О.	21	4	3	2	7	5
Н%	100,0	19,0	14,3	9,5	33,3	23,8

Табела бр. 20

Значајност на масмедиуми со разлики во социолошките сознанија за државата и правото

Значајност на масмедиуми	Разлики					Б.О.
	вкупно	многу се разлику -ваат	се разлику -ваат	малку се разлику -ваат	не се разлику -ваат	
А	Б	1	2	3	4	Б.О.
вкупно	300	60	70	89	73	8
Н%	100,0	20,0	23,3	29,7	24,3	2,7
1 Многу значајни	136	38	28	31	35	4
Н%	100,0	27,9	20,6	22,8	25,7	2,9
2 Значајни	119	16	29	47	27	0
Н%	100,0	13,4	24,4	39,5	22,7	0,0
3 Малку значајни	32	5	10	10	5	2
Н%	100,0	15,6	31,2	31,2	15,6	6,2
4 Не се значајни	7	0	3	0	4	0
Н%	100,0	0,0	42,9	0,0	57,1	0,0
Б.О.	6	1	0	1	2	2
Н%	100,0	16,7	0,0	16,7	33,3	33,3

Табела бр. 21

Значајност на масмедиуми со разлики во социолошките сознанија за општествените девијации

Значајност на масмедиуми	Разлики					Б.О.
	вкупно	многу се разликуваат	се разликуваат	малку се разликуваат	не се разликуваат	
А	Б	1	2	3	4	Б.О.
вкупно	300	76	39	52	120	13
Н%	100,0	25,5	13,0	17,3	40,0	4,3
1 Многу значајни	162	53	21	17	66	5
Н%	100,0	32,7	13,0	10,5	40,7	3,1
2 Значајни	81	12	13	23	30	3
Н%	100,0	14,8	16,0	28,4	37,0	3,7
3 Малку значајни	22	6	1	6	8	1
Н%	100,0	27,3	4,5	27,3	36,4	4,5
4 Не се значајни	12	2	0	3	7	0
Н%	100,0	16,7	0,0	25,0	58,3	0,0
Б.О.	23	3	4	3	9	4
Н%	100,0	13,0	17,4	13,0	39,1	17,4

Табела бр. 22

Значајност на масмедиуми со разлики во социолошките сознанија за семејството

Значајност на масмедиуми	Разлики					Б.О.
	вкупно	многу се разликуваат	се разликуваат	малку се разликуваат	не се разликуваат	
А	Б	1	2	3	4	
вкупно	300	65	51	72	102	10
Н%	100,0	21,7	17,0	24,0	34,0	3,3
1 Многу значајни	157	42	20	22	67	6
Н%	100,0	26,8	12,7	14,0	42,7	3,8
2 Значајни	100	16	20	38	25	1
Н%	100,0	16,0	20,0	38,0	25,0	1,0
3 Малку значајни	22	1	6	9	4	2
Н%	100,0	4,5	27,3	40,9	18,2	9,1
4 Не се значајни	10	2	4	2	2	0
Н%	100,0	20,0	40,0	20,0	20,0	0,0
Б.О.	11	4	1	1	4	1
Н%	100,0	36,4	9,1	9,1	36,4	9,1

Табела бр. 23

Значајност на масмедиуми со разлики во социолошките сознанија за општествените промени

Значајност на масмедиуми	Разлики					Б.О.
	вкупно	многу се разлику-ваат	се разлику-ваат	малку се разлику-ваат	не се разлику-ваат	
А	Б	1	2	3	4	
вкупно	300	67	54	71	92	16
Н%	100,0	22,3	18,0	23,7	30,7	5,3
1 Многу значајни	149	44	24	26	52	3
Н%	100,0	29,5	16,1	17,4	34,9	2,0
2 Значајни	100	14	22	33	28	3
Н%	100,0	14,0	22,0	33,0	28,0	3,0
3 Малку значајни	25	3	6	10	4	2
Н%	100,0	12,0	24,0	40,0	16,0	8,0
4 Не се значајни	3	1	0	1	1	0
Н%	100,0	33,3	0,0	33,3	33,3	0,0
Б.О.	23	5	2	1	7	8
Н%	100,0	21,7	8,7	4,3	30,4	34,8

Табела бр. 24

Ако ги користат воннаставните сознанија, наведи за кои прашања?

држава и право	6 (2,0%)
религија	22 (7,3%)
морал	5 (1,7%)
нација	3 (1,0%)
семејство	16 (5,3%)
општествена слободност	4 (1,3%)
политички партии	20 (6,7%)
други општествени организации	5 (1,7%)
наука	6 (2,0%)
уметност	3 (1,0%)
бирографија	2 (0,7%)
економски живот	3 (0,7%)
општествени девијации	48 (1,0%)
општествени промени	12 (16,0%)
не користи	26 (4,0%)
б.о.	117 (39,0%)
вкупно	300 (100,0%)

УНИВЕРЗИТЕТ “СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЈ” - СКОПЈЕ

ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ - ИНСТИТУТ ЗА СОЦИОЛОГИЈА

М - Р ЗОРАН МАТЕВСКИ

Реден број на прашалникот

ПРАШАЛНИК

“Социолошките сознанија и масмедиумите”

1. ГРАД

2. УЧИЛИШТЕ

3. ПОЛ

1. машки

2. женски

4. ОСМО ОДДЕЛЕНИЕ ГО ЗАВРШИВ СО _____
УСПЕХ.

5. СО КАКОВ УСПЕХ ЈА ЗАВРШИ ПРЕТХОДНАТА ГОДИНА?

1. одличен

2. многу добар

3. добар

4. доволен

5. не ја завршив, повторував

6. КОЈ СТЕПЕН НА ОБРАЗОВАНИЕ ГО ИМААТ ТВОИТЕ
РОДИТЕЛИ?

татко ми мајка ми

1. неписмени

1

1

2. без образование

2

2

татко ми мајка ми

3. недовршено основно образование	3	3
4. основно образование	4	4
5. средно образование	5	5
6. факултет, виша школа	6	6
7. магистри, доктори на науки	7	7

7. НАВЕДИ ШТО СЕ ПО ЗАНИМАЊЕ ТВОИТЕ РОДИТЕЛИ?

1. татко ми е _____

2. мајка ми е _____

8. КАКО БИ МОЖЕЛ ДА ЈА ОЦЕНИШ МАТЕРИЈАЛНАТА ПОЛОЖБА НА ТВОЕТО СЕМЕЈСТВО?

1. многу добра

2. добра

3. незадоволителна

9. ДАЛИ ТВОЕТО СЕМЕЈСТВО ПОСЕДУВА:

	1. да	2. не
1. радио	1	2
2. телевизор	1	2
3. видео	1	2

4. сателитска антена	1	2
5. музички систем	1	2
6. компјутер	1	2

10. КАКО ГО КОРИСТИШ СЛОБОДНОТО ВРЕМЕ?

	4.дневно	3.седмично	2.месечно	1.никогаш
1. одам во кино	X	X	X	X
2. во театар	X	X	X	X
3. на концерти и изложби	X	X	X	X
4. читам дневни весници	X	X	X	X
5. читам неделни (месечни) реви	X	X	X	X
6. читам книги	X	X	X	X
7. слушам радио	X	X	X	X
8. гледам ТВ	X	X	X	X
9. посетувам кафулиња	X	X	X	X

4.дневно 3.седмично 2.месечно 1.никогаш

10.посетувам кафеани,

ресторани, ноќни

клубови

X X X X

11.свирам, сликам,

пишувам и сл.

X X X X

12.одам кај пријатели

роднини и сл.

X X X X

13. одам на спортски

натпревари

X X X X

14. спортувам

X X X X

15. одам на излети,

прошетки

X X X X

16. одам на лов и

риболов

X X X X

17. слушам музика

X X X X

4.дневно 3.седмично 2.месечно 1.никогаш

18. членувам во секции

спортски друштва, КУД,

музичко - сценски

друштва и сл.

X

X

X

X

19. нешто друго

X

X

X

X

41. ДАЛИ ГИ ЧИТАШ ДНЕВНИТЕ ВЕСНИЦИ?

1. редовно

2. повремено

3. ретко

4. никогаш

42. КОЈ ДНЕВЕН ВЕСНИК НАЈЧЕСТО ГО ЧИТАШ?

1. Вечер

2. Нова Македонија

3. Дневник

4. Флака

5. Бирлик

6. Некој странски весник, кој _____

7. Не читам ниеден

13. ДАЛИ ГИ ЧИТАШ НЕДЕЛНИТЕ (МЕСЕЧНИ) РЕВИИ,
СПИСАНИЈА?

1. редовно

2. повремено

3. ретко

4. никогаш

14. КОИ НЕДЕЛНИ (МЕСЕЧНИ) РЕВИИ ИЛИ СПИСАНИЈА
НАЈЧЕСТО ГИ ЧИТАШ:

1. Пулс

2. Фокус

3. М - експрес

4. Екран

5. Скок

6. Блеф

7. Млад борец

8. Некои странски списанија, кои _____

9. Некој друг

15. КОИ НАПИСИ И ТЕМИ ВО ДНЕВНИТЕ ВЕСНИЦИ И ПЕРИОДИЧНИОТ (НЕДЕЛЕН, МЕСЕЧЕН) ПЕЧАТ ГИ ЧИТАШ:

Зачестеност на читање

4.многу 3.често 2.понекогаш 1.никогаш

теми	често	понекогаш	многу	никогаш
1. За политичките настани	X	X	X	X
2. За науката и техниката	X	X	X	X
3. За економијата и стопанството	X	X	X	X
4. За животот на младите	X	X	X	X
5. За религијата и верските прашања	X	X	X	X
6. За семејството	X	X	X	X
7. За љубовта и сексот	X	X	X	X
8. За спортски настани	X	X	X	X
9. За музички настани	X	X	X	X
10. За културни настани	X	X	X	X
11. Огласи	X	X	X	X

4.многу 3.често 2.понекогаш 1.никогаш

теми	често			
12. Забавна страница	X	X	X	X
13. Црна хроника (убиства, кражби, насилство, наркоманија, проституција)	X	X	X	X
Друго _____	X	X	X	X

16. ДАЛИ ЈА СЛУШАШ РАДИО ПРОГРАМАТА?

1. редовно

2. повремено

3. ретко

4. некогаш

17. ДАЛИ ПОВЕЌЕ ГИ СЛУШАШ:

1. националните (државни) радија

2. приватните радија

18. ДАЛИ ПОВЕЌЕ ГИ СЛУШАШ:

1. домашните радио станици

2. странските радио станици

19. КОЛКУ ЧЕСТО ГИ СЛЕДИШ СЛЕДНИВЕ РАДИО ЕМИСИИ И ПРОГРАМИ:

Зачестеност на слушање

4.многу 3.често 2.понекогаш 1.никогаш

програми	често				
1. информативно -					
политички	X	X	X	X	
2. образовно -	X	X	X	X	
училишни	X	X	X	X	
4. документарни	X	X	X	X	
5. научно - популарни	X	X	X	X	
6. емисии од културата	X	X	X	X	
7. забавно - музички	X	X	X	X	
8. драмски	X	X	X	X	
9. спортски	X	X	X	X	
10. други					
_____	X	X	X	X	

20. КОИ РАДИО СТАНИЦИ НАЈЧЕСТО ГИ СЛУШАШ?

21. ДАЛИ ЈА СЛЕДИШ ТВ ПРОГРАМАТА?

1. редовно
2. повремено
3. ретко
4. никогаш

22. ДАЛИ ПОВЕЌЕ ГИ ГЛЕДАШ:

1. националната (државна) телевизија
2. приватните телевизии

23. ДАЛИ ПОВЕЌЕ ГИ ГЛЕДАШ:

1. домашните ТВ станици
2. странските ТВ станици

24. КОИ ТВ СТАНИЦИ НАЈЧЕСТО ГИ СЛЕДИШ?

25. КОЛКУ ЧЕСТО ГИ СЛЕДИШ СЛЕДНИВЕ ТВ ЕМИСИИ И ПРОГРАМИ:

Зачестеност на гледање

4.многу 3.често 2.понекогаш 1.никогаш

програми	често	4.многу	3.често	2.понекогаш	1.никогаш
1. информативно - политички	X	X	X	X	X
2. образовно - училишни	X	X	X	X	X
4. документарни	X	X	X	X	X
5. научно - популарни	X	X	X	X	X
6. емисии од културата	X	X	X	X	X
7. филмови и серии	X	X	X	X	X
8. забавно - музички	X	X	X	X	X
9. драмски	X	X	X	X	X
10. спортски	X	X	X	X	X
11. други	X	X	X	X	X

26. ДАЛИ ЧИТАШ НАПИСИ СО ТЕМИ ОД ОПШТЕСТВЕНИОТ ЖИВОТ ВО ПЕЧАТОТ?

1. да, секогаш

2. понекогаш

3. ретко

4. никогаш

27. КАКО ГО ОЦЕНУВАШ СТЕПЕНОТ НА СОПСТВЕНАТА ИНФРОМИРАНОСТ ЗА ОПШТЕСТВЕНИТЕ НАСТАНИ ДОБИЕНА ПРЕКУ ДНЕВНИОТ ИЛИ ПЕРИОДИЧЕН ПЕЧАТ:

1. недоволен

2. доволен

3. задоволителен

28. АКО НА РАДИО НЕКОЈА ЕМИСИЈА ИМ Е ПОСВЕТЕНА НА ТЕМИ ОД ОПШТЕСТВЕНИОТ ЖИВОТ, ДА ЛИ ЈА СЛУШАШ?

1. да, секогаш

2. понекогаш

3. ретко

4. никогаш

29. КАКО ГО ОЦЕНУВАШ СТЕПЕНОТ НА СОПСТВЕНАТА ИНФОРМИРАНОСТ ЗА ОПШТЕСТВЕНИТЕ НАСТАНИ ДОБИЕНА ПРЕКУ РАДИОТО:

1. недоволен

2. доволен

3. задоволителен

4. особено задоволителен

30. АКО НА ТЕЛЕВИЗИЈА НЕКОЈА ЕМИСИЈА ИМ Е ПОСВЕТЕНА НА ТЕМИ ОД ОПШТЕСТВЕНИОТ ЖИВОТ, ДАЛИ ЈА ГЛЕДАШ?

1. да, секогаш

2. понекогаш

3. ретко

4. никогаш

31. КАКО ГО ОЦЕНУВАШ СТЕПЕНОТ НА СОПСТВЕНАТА ИНФОРМИРАНОСТ ЗА ОПШТЕСТВЕНИТЕ НАСТАНИ ДОБИЕНА ПРЕКУ ТЕЛЕВИЗИЈАТА?

1. недоволен

2. доволен

3. задоволителен

4. особено задоволителен

32. КОГА ЌЕ СЕ НАЈДЕТЕ СО ПРИЈАТЕЛИТЕ И ДРУГАРИТЕ ДАЛИ РАЗГОВАРАТЕ ЗА ОПШТЕСТВЕНИ ПРАШАЊА И ПРОБЛЕМИ ЧИИ СОЗНАНИЈА СТЕ ГИ СТЕКНАЛЕ ПРЕКУ МАСМЕДИУМИТЕ (ПЕЧАТ, РАДИО, ТВ):

1. речиси никогаш не разговараме за тие прашања

2. ретко

3. од време - на време

4. прилично често

5. речиси редовно

33. ОЦЕНЕТЕ ЈА ЗНАЧАЈНОСТА НА МАСМЕДИУМИТЕ ЗА ТВОИТЕ ПОЗНАВАЊА НА СЛЕДНИТЕ СОЦИОЛОШКИ КАТЕГОРИИ:

степен на значајност

4.многу 3.значајни 2.малку 1.не се

социолошки категории	значајни	значајни	значајни	значајни
1. поим за општеството	X	X	X	X
2.општествена структура	X	X	X	X
3. држава и право	X	X	X	X
4. религија	X	X	X	X
5. морал	X	X	X	X
6. нација	X	X	X	X
7. семејство	X	X	X	X
8. општествена слобитост				
(класи, слоеви)	X	X	X	X
9.политички партии	X	X	X	X

степен на значајност

4.многу 3.значајни 2.малку 1.не се

социолошки категории	значајни	значајни	значајни	значајни
10. други општествени				
организации	X	X	X	X
11. наука	X	X	X	X
12. уметност	X	X	X	X
13. општествени вредности				
(норми, обичаи)	X	X	X	X
14. процесот на производство	X	X	X	X
15. професиите	X	X	X	X
16. бирократија и технократија	X	X	X	X
17. интелигенција				
(интелектуалци)	X	X	X	X
18. економски живот	X	X	X	X
19. општествени девијации				
(наркоманија, алкохолизам, проституција и т.н.)	X	X	X	X
20. општествени промени				
(особено кај нас)	X	X	X	X

34. ВО КОЈА МЕРА СЕ РАЗЛИКУВААТ СОЦИОЛОШКИТЕ СОЗНАНИЈА ШТО СТЕ ГИ ДОБИЛЕ ПРЕКУ НАСТАВАТА (ОД НАСТАВНИКОТ), ОД ОНИЕ СОЗНАНИЈА ШТО СТЕ ГИ ДОБИЛЕ ОД МАСМЕДИУМИТЕ (ПЕЧАТ, РАДИО, ТВ):

степен на значајност

4.многу 3.значајни 2.малку 1.не се

социолошки категории	значајни	значајни	значајни	значајни
1. поим за општеството	X	X	X	X
2. општествена структура	X	X	X	X
3. држава и право	X	X	X	X
4. религија	X	X	X	X
5. морал	X	X	X	X
6. нација	X	X	X	X
7. семејство	X	X	X	X
8. општествена славитост (класи, слоеви)	X	X	X	X
9. политички партии	X	X	X	X
10. други општествени организации	X	X	X	X

степен на значајност

4.многу 3.значајни 2.малку 1.не се

социолошки категории	значајни	значајни	значајни	значајни
11. наука	X	X	X	X
12. уметност	X	X	X	X
13. општествени вредности (норми, обичаи)	X	X	X	X
14. процесот на производство	X	X	X	X
15. професии	X	X	X	X
16. бирократија и технократија	X	X	X	X
17. интелегенција (интелектуалци)	X	X	X	X
18. економски живот	X	X	X	X
19. општествени девијации (наркоманија, алкохолизам, проституција и т.н.)	X	X	X	X
20. општествени промени (особено кај нас)	X	X	X	X

35. ПРЕКУ КОИ МАСМЕДИУМИ НАЈМНОГУ СТЕКНУВАШ
ПРЕТСТАВИ ЗА НАВЕДЕНИТЕ СОЦИОЛОШКИ КАТЕГОРИИ?

1. печатот
2. радиото
3. телевизијата

36. ДАЛИ НАСТАВНИКОТ ВО НАСТАВАТА ПО СОЦИОЛОГИЈА
КОРИСТИ СОЦИОЛОШКИ ИНФОРМАЦИИ ПРЕЗЕНТИРАНИ
ПРЕКУ МАСМЕДИУМИТЕ?

1. да, секогаш
2. понекогаш
3. не, никогаш

37. АКО ГИ КОРИСТАТ, НАВЕДИ ЗА КОИ ПРАШАЊА?

38. ДАЛИ, ПАК, ВИЕ КАКО УЧЕНИК ИМАТЕ ПОТРЕБА
ВОННАСТАВНИТЕ СОЦИОЛОШКИ СОЗНАНИЈА ДА ГИ
ИСКАЖЕТЕ НА ЧАСОВИТЕ ПО СОЦИОЛОГИЈА?

1. имам голема потреба
2. имам потреба
3. делумно имам потреба

4. за тоа немам потреба

39. ДОКОЛКУ ИМАТЕ ПОТРЕБА ДАЛИ НАСТАВНИКОТ ВИ ГО ДОЗВОЛУВА ТОА?

1. не, никогаш

2. понекогаш

3. речиси секогаш

4. секогаш

40. КОЛКУ ВОННАСТАВНИТЕ СОЦИОЛОШКИ СОЗНАНИЈА (ДОБИЕНИ ПРЕКУ МАСМЕДИУМИТЕ) МОЖАТ ДА ПРИДОНЕСАТ ВО РАЗЈАСНУВАЊЕ НА ОДРЕДЕНИТЕ СОЦИОЛОШКИ КАТЕГОРИИ:

1. многу, скоро за сите социолошки категории

2. за некои повеќе, за некои помалку

3. само за некои од нив

4. делумно, придонесуваат

5. воопшто не придонесуваат

ЛИТЕРАТУРА

1. Abel Elie, O slobodi štampe, sp. "Pregled", br. 218, 1982.
2. Адамческа Снежана, Активна настава, "Легис", Скопје, 1996.
3. Адамческа Снежана, Образовната телевизија и нејзината ефикасност во наставата по запознавање на природата во основното училиште (Магистерски труд), Скопје, 1983.
4. Ампов Божидар - Попоски Киро, Планирање и подготовка на наставата, Републички завод за унапредување на образованието и воспитувањето, Скопје, 1975.
5. Aspekti radija, "Svjetlost", Sarajevo, 1978.
6. Ацески Илија, Општеството и човекот во транзиција, "Екопрес", Скопје, 1995.
7. Ацески Илија, Општеството и човекот во транзиција (II дел), "Екопрес - Магнаскен", Скопје, 1997.
8. Бабић - Ерлеман Јелена, Гледаоци о научном програму телевизије Београд у 1979, "ЦЕИПА", РТБ, Београд, 1979.
9. Banđur V., Učenik u nastavnom procesu "Veselin Masleša", Sarajevo, 1985.
10. Банђур Вељко, Разумевање наставе у контексту различитих истраживачких традиција, сп. "Настава и васпитање", бр.1-2, 1993.
11. Barbić Ana, Komunikacijski procesi u okviru društvenog sistema informisanja, sp. "Sociologija", 1/82.
12. Vačević Liljana, Đinić Firdus, Flere Sergej, Panasink Branislava, Neposlušni medij, Novi Sad, 1990.
13. Бергер Рене, Телевизија и креативност (прев. Мира Жунец), сп. "Домети", 8 / 1978.
14. Бететини Џанфранко, Језик и писмо, "Институт за филм", Београд, 1976.
15. Бјелица Михаило, Штампа и друштво, "Завод за издавање уџбеника, СРС", Београд, 1983.

16. Бояджиева Пелка, Герганов Енчо, Дилова Маргарита, Паспаланова Елена, Петкова Кръстина: Образованието извън училишните стени, "Гал ИКО", София, 1994.
17. Богичевић Марко. Технологија современе наставе, Београд, 1974.
18. Bošnjaković Mata, Kulturna funkcija televizije, "Zavod za kulturu Hrvatske", Zagreb, 1984.
19. Braun R., Televizija i deca, "Glas", Beograd, 1977.
20. Veldel Kevin, Друштвено понашање, "Nolit", Beograd, 1979.
21. Величковић С., Оспособљавања ученика за самообразовање, сп. "Просветни преглед", Београд, 1981.
22. Виготски Лав, Мишлење и говор, "Нолит", Београд, 1977.
23. Vrabec Miroslav, Nastavna tehnologija - nove didaktičke mogućnosti i novi istraživački smjer, sp. "Univerzitet danas", 1, Beograd, 1981.
24. Врег Франце, Општествено комуницирање, Скопје, 1976.
25. Vreg F., Demokratično komuniciranje - prispevek i pluralistični paradigmi v komunikacijski znanosti, "Založba", Obzorje, Maribor, 1990.
26. Вученов Н., Основна питања организовања и извођења ефективне школске наставе и учења, "Завод за издавање уџбеника и наставна средства", Београд, 1982.
27. Георгиевски Т. Петре, Социологија на образованието, "Веда, МК - Публик", Скопје, 1995.
28. Георгиевски Т. Петре. Социјалното потекло и животната ориентација на средношколската младина, ИЗСППИ, Скопје, 1972.
29. Goričar Jože, Sociologija, "Rad", Beograd, 1965.
30. Граѓанското образование во Република Македонија - образование за граѓанско општество, Редактор: Ило Трајковски, Филозофски факултет, Скопје, 1998.
31. Gredelj Stjepan, S onu stranu ogledala, Istraživanje promena modela komunikacije u jugoslovenskom društvu na osnovu analize sadržaja pisanja listova Borbe i Politike, "Istraživačko - izdavački centar", Beograd, 1986.

32. Груевски Томе. Современиот печат во Македонија. "Студентски збор". Скопје, 1995.
33. Група Аутора. Систем јавног информисања. "Завод за издавање уџбеника". Београд.1979.
34. Gurvič Žorž, Sociologija, I i II, Naprjed ,Zagreb,1966.
35. Давидов В.. Анализа дидактичких принципа традиционалне наставе и могући принципи наставе будуќности, Институт за педагошка истражувања, Зборник 20, Београд, 1987.
36. Dami Mišel, Dali film nudi model saznanja, sp. "Filmske sveske", br. 3, 1968.
37. Дамјановски А., Ученикот во наставата, "Просветно дело", Скопје, 1989.
38. Дидактичко - методско упатство, Педагошки завод на Македонија, Скопје, 1992.
39. Đorđević T., Političko javno mnjenje, "Radnički univerzitet Radivoj Čirtanov", Novi Sad, 1975.
40. Đorđević Toma, Teorija informacija, teorija masovnih komunikacija, "Partizanska knjiga", Ljubljana, 1979.
41. Đorđević J., Inovacije u nastavi, Institut za pedagoška istraživanja, "Prosveta", Beograd, 1988.
42. Edelštajn Aleks, Konceptualni model za istraživanje komuniciranja u razvoju, sp. "Novinarstvo", br.1 - 2 / 67.
43. Езарти Саша, Телевизија и друштво, сп. "Културни живот", 3 - 4 / 1966.
44. Еко Умберто, Култура информација комуникација, "Нолит", Београд, 1973.
45. Естетика и теорија информације (приредио У. Еко), "Просвета", Београд, 1977.
46. Животић М., Човек и вредности. "Просвета", Београд, 1969.
47. Животић Радомир, Истражување новинара. "Савремена администрација", Београд, 1981.

48. Затворено општество (информирањето во посткомунизмот), “Форум за слобода на информирањето и за демократијата”, Скопје, 1994.
49. Зорић Радивој, Радио и школа, Знање, Београд, 1953.
50. Ивковић Миомир, Образование и промене, “Стручна књига”, Београд, 1990.
51. Ивковић Миомир, Методика наставе социологије као научне дисциплине, сп. “Настава и васпитање”, бр. 5, Београд, 1993.
52. Ивковић Миомир, Методика наставе социологије, “Просвета”, Ниш, 1995.
53. Jeftović Miroljub, Televizija u službi obrazovanja, RTV, Beograd, 1980.
54. Јовановић - Илић М., Образование за самообразовање, “Завод за издавање уџбеника СР Србије”, Београд, 1966.
55. Jurić Vladimir, Učeničko pitanje u suvremenoj nastavi, Zagreb, 1980.
56. Казнев Ж., Социологија радио - телевизије, “Београдски издавачко - графички завод”, Београд, 1976.
57. Камберски Кирило, Од буквар до универзитет, “Просветно дело”, Скопје, 1994.
58. Камчева - Лакинска В., Osposobljenost učenika srednjih škola za samostalno prikupljanje informacija, Sveučilište u Zagrebu, 1981 (magisterski rad).
59. Камчева - Лакинска Благородна, Самостојната работа на ученикот во наставата, “Гоце Делчев”, Скопје, 1992.
60. Kafel Mjencislav, Metod i različite specijalizacije za istraživanje informacija, sp. “Novinarstvo”, 2 - 3 / 67.
61. Кващчев Р., Развијање критичког мишљења код ученика, “Завод за издавање уџбеника, СР Србије”, Београд, 1969.
62. Carey John, Platon za tastaturom, sp. “Pregled”, br. 259, 1992.
63. Kellehear Allan. The unobtrusive researcher, “DOCUPRO”, Sydney, 1993.
64. Cleveland Harlan, Informacija kao prirodno dobro, “Pregled”, br. 223, 1983.
65. Kloskowska Antonina, Društveni okviri masovne kulture, sp. “Ideje”, 2, 1979, Beograd.

66. Константиновић Владимир. Социологија радио телевизије, БИГЗ. Београд, 1976.
67. Korubin Jovan, Štampa i informisanje o pravu (Magistarski rad), Beograd, 1984.
68. Корубин Јован. Масмедиумите и правото, “Здружение на социолозите на Република Македонија”, Скопје, 1994.
69. Kostić Branislav - Životić Radomir, Komunikacija i kultura, “Građevinska knjiga”, Beograd, 1985.
70. Костић Бранислав - Животић Радомир, Комуникација и култура, “Иро”, Београд, 1985.
71. Croteay David & Hounes William, Media / Society, “SAGE”, London, 1997.
72. Kulenović Tvrtko, Umetnost i komunikacija, “V.Masleša”, Sarajevo, 1983.
73. Culture and communication. Editor i Chief - Kenji Kitao, Yamaguchi Shoten, Kyoto, Japan; 1995.
74. Курикулум - дефинирање и развој, Педагошки завод на Македонија, Скопје, 1994.
75. Lavrnja I., Učenik kao subjekt obrazovanja, “Izdavački centar”, Rijeka, 1985.
76. Lasswell H.D., The structure and function of communication in Society (во книгата Wilbur Schramm (ed.), mass communications, “University of Illinois Press”, Illinois, 1975.
77. Leandrov Igor, Masovno komuniciranje kao naučna disciplina, “Institut društvenih nauka”, 1966.
78. Lekić Đ., Aktivnost u nastavi, “Zavod za izdavanje udbenika SR Srbije”, Beograd, 1965.
79. Leksikon novinarstva, “Savremena administracija”, Beograd, 1979.
80. Mager R. F., Određivanje nastavnih ciljeva (izvodi), “Obrazovanje i rad”, Zagreb, 1 i 2 / 1971.
81. Македонска Радио Телевизија - со збор и слика, 50 години сведоштво, Скопје, 1994.
82. Makluan Maršal, Poznavanje opštita - čovekovih produžetaka, sp. “Prosveta”, Beograd.

83. Makluan Maršal, Gutenbergova galaksija - nastajanje tipografskog čoveka, "Nolit", Beograd, 1973.
84. Mandić P., Inovacije u nastavi i njihov pedagoški smisao, "Zavod za izdavanje udžbenika", Sarajevo, 1972.
85. Marinković Josip, Metodika nastave osnova marksizma, "Školska knjiga", Zagreb, 1977.
86. Markuse Herbert, Čovek jedne dimenzije, "Veselin Masleša", Sarajevo, 1989.
87. Матевски Зоран, Методичките аспекти на наставата по граѓанско образование, Зборник Граѓанското образование во Република Македонија, Скопје, 1998.
88. Матевски Зоран, Улогата на наставникот во реализирање на наставните содржини по социологија, Филозофски факултет, Скопје, 1995.
89. Many Voices, One world; Communication and society - today and tomorrow, "Unesco", 1980.
90. Mejrović Đošua, Prikriveni izazov televizije, "Pregled", ambasada SAD , Bgd., 245 / 89.
91. Mc Bride, Commission Interine Report on communication problem in modern society, "Unesco", Paris, 1978.
92. Mek Kvejl Denis, Uvod u sociologiju masovnih komunikacija, Glas, Beograd, 1976.
93. Metodika u sastavu znanosti i obrazovanja, Institut za pedagoška istraživanja Filozofskog fakulteta, Zagreb, 1986.
94. Milić Vojin, Sociološki metod, "Nolit", Beograd, 1978.
95. Милисављевић Ратко, Шта су друштвене појаве и друштвене свести, Научна књига, Београд, 1965.
96. Milosavljević Slavoljub, Istraživanje političkih pojava, "Institut za političke studije", Beograd, 1980.
97. Мирчев Димитар, Ташева Марија, Корубин Јован, Стојановски Налко, Социологија за средно образование, "Просветно дело", Скопје, 1995.

98. Митровић Даринка. Савремени проблеми естетског васпитања. "Завод за издавање уџбеника Социјалистичке Републике Србије". Београд.
99. Митровић Милан, Петровић Сретен. Социологија за III разред стручних школа и IV разред гимназије, "Завод за уџбенике и наставна средстава", Београд, 1992.
100. Много гласова један свет, Комуникација и друштво, данас и сутра, "Танјуг", Београд, 1980.
101. Moren Edgar, Film ili čovek mašte, "Institut za film", Beograd, 1967.
102. Moren Edgar, Nove tendencije u proučavanju masovnih komunikacija, sp. "Kultura", br. 21, 1973.
103. Mortenson David, Mascommunication, "SAGE", London, 1997.
104. Mowlana Haknid, Global information and world communication, "SAGE", London, 1997.
105. Muminović H., Osposobljavanje učenika za samostalno učenje - zahtevi i potreba savremene škole u nastavi, VI kongres pedagoga Jugoslavije, Maribor, 1986.
106. Наставна програма по филозофија, логика, социологија и психологија, Педагошки завод на Македонија, Скопје, 1991.
107. Ničković R., Učenje putem rešavanja problema u funkciji samoobrazovanja, Zbornik IV, Institut za pedagoška istraživanja, Naučna knjiga, Beograd, 1971.
108. Ničković Radislav, Racionalizacija nastave i učenja, Novi Sad, 1975.
109. Nove informacione tehnologije - izazov obrazovanju, Školske novine, Zagreb, 1988.
110. Novosel Pavao, Televizija i razvoj političke kulture, sp. "Revija za sociologiju", 1 / 1971.
111. Orvell Miles, Još jedan pogled na Maršala Mekluena, sp. "Pregled", br. 221, 1983.
112. Palekčić M., Teorijsko shvatanje radoznalosti, sp. "Psihologija", Beograd, 1977, br. 1 - 2.

113. Podruštvljavanje informativne delatnosti, Institut za sociološki i političko - pravni istraživanja, Skopje, 1980.
114. Poljak Vladimir, Planiranje u nastavi, Zagreb, 1974.
115. Poljak Vladimir, Didaktičke inovacije i pedagoška reforma, Zagreb, 1984.
116. Popović Novak, Vrednosti u masovnim medijama, "Institut za političke studije", Beograd, 1988.
117. Програма на Македонската Радио - Телевизија за 1995 година, Сектор за истражување на МРТ, Скопје, 1995.
118. Podruštvljavanje informativne delatnosti, Institut za sociološki i političko - pravni istraživanja, Skopje, 1980.
119. Радојковић М., Савремени информационо - комуникациони системи, "Завод за уџбенике и наставна средства", Београд, 1984.
120. Rankine L. J., Na pragu doba infromacija - bez značajnih granica, sp. "Pregled", br. 223, 1983.
121. Rejk Ben, Edkok Kristina, Vrednosni stavovi i promena ponašanja, "Nolit", Beograd, 1978.
122. Ренди Марсел, Феномен у животу и на филмском платну, "Филмске свеске", бр. 3, Институт за филм, 1968.
123. Resner M., Nastavna tehnika, "Naučna knjiga", Beograd, 1960.
124. Рискове на прехода, Редактор Николај Генев, Национално и глобално развитие, Софија, 1994.
125. Ristić Ž., Nacrti istraživanja i proveravanja hipoteza, "Prosveta", Beograd, 1983.
126. Rodek S., Komjuter i savremena nastavna tehnologija, NIRO "Školske novine", Zagreb, 1966.
127. Rodek S., Nove informacijske tehnologije - izazov odgoju i obrazovanju, (во книгата: Odgoj i obrazovanje na pragu XXI stoljeća, RKZ, Zagreb, 1988).
128. Rothman Stanley i Lerner Robert, Televizija revolucija komunikacija, sp. "Pregled", br. 248, 1989 / 90.

129. Светозар Марковић и јавност, Зборник радова са научног скупа, Светозарево, 1982.
130. Skok P., Neke pedagoške mogućnosti istraživanja o učenikovom subjektivitetu u nastavnoj praksi, sp. "Pedagogija", Beograd, 1982, br. 2 - 3.
131. Sociološki leksikon, "Savremena administracija", Beograd, 1982.
132. Социолошки термилошки речник, Институт за социологија, Филозофски факултет, Скопје, 1995.
133. Stanković Dušan, Permanentno obrazovanje - imperativ našeg vremena, sp. "Univerzitet danas", 1 - 2, Sarajevo, 1976.
134. Stevanović M., Kreativnost nastavnika i učenika u nastavi, "Istarska naklada", Pula, 1986.
135. Стојанов С., Прашањата на наставникот во наставата и активирањето на учениците, "Просветно дело", Скопје, 1987
136. Стојанов Стојан, Основи за дефинирање на целите на наставниот час, "Просветен работник", Скопје, 1991.
137. Стојиљковић Д., Друштво и информации, "Институт за политичке студии факултета политичких наука", Београд, 1976.
138. Televizija i obrazovanje, ur. Mira Kun, "CEIPA", RTV, Beograd, 1979.
139. Todorović Aleksandar, Društveni faktori u ocenjivanja filmova kod omladine, sp. "Kulturni život", br. 6 - 7, 1962.
140. Todorović Aleksandar, sp. "Omladina i film", Delo, br. 2, 1962.
141. Todorović Aleksandar, Sociološko istraživanje sredstva masovnih komunikacija i njihov značaj za kulturnu politiku, sp. "Delo", br. 6 , 1965.
142. Todorović Aleksandar, Sociologija saznanja i sociologija masovnih komunikacija, sp. "Pregled", br. 7 - 8, 1966.
143. Todorović Aleksandar, Značaj sredstava masovnih komunikacija za razvoj društvenog saznanja, sp. "Polja", br. 103, 1967.
144. Todorović Aleksandar, Pojam masovne kulture, sp. "Odjek", br. 6, Sarajevo, 1968.

145. Todorović Aleksandar, Sociologija i praksa, sp. "Hronometar", Beograd, 1970.
146. Todorović Aleksandar, Uloga sredstava masovnih komunikacija u razvijanju filmskog ukusa kod omladine, korišćenje javnih informacija, "Jugoslovenski institut za novinarstvo", Beograd, 1970.
147. Todorović Aleksandar, Sociologija masovnih komunikacija, "Gradina", Niš, 1974.
148. Тоновски Ѓорѓи, Вовед во социологијата, "Студентски збор", Скопје, 1995.
149. Faure E. i drugi, Učiti za život, "Stručna štampa", Beograd, 1975.
150. Filipović Nikola, Stvaralaštvo u nastavi, "Zavod za izdavanje udbenika", Sarajevo, 1969.
151. Flere Sergej i Marjanović Miloš, Neki problemi savremene sociologije, Društvo ekonomista, Novi Sad, 1986.
152. Flere Sergej i Marjanović Miloš, Uvod u sociologiju, "Naučna knjiga", Beograd, 1990.
153. Franković D., Inovacije i nova tehnologija u obrazovanju u svijetu i kod nas, sp. "Revija školstva i prosvetna dokumentacija", Beograd, 1970, br. 2.
154. Furlan I., Čitanje u svjetlosti teorije informacija, sp. "Pedagogija", Beograd, 1963, br. 4.
155. Furlan I., Moderna nastava i intenzivno učenje, Zagreb, 1966.
156. Furlan I., Učenje kao komunikacija, PKZ, Zagreb, 1967.
157. Habermas, Javno mnjenje, "Kultura", Beograd, 1969.
158. Haralambos Mihael, Uvod u sociologiju, Globus, Zagreb, 1989.
159. Heler Agnes, Vrednosti i potrebe, Beograd, "Nolit", 1981.
160. Hesburgh M. Theodore, Učiti kako raditi ili kako biti čovek? sp. Pregled, br. 218, 1982.
161. Чок В., Јавно информисање. "Савремена администрација", Београд, 1977.
162. Чокревски Томислав, Социологија, "Љуботен", Скопје, 1991.

163. Đinić Firdus, Masovno komuniciranje u SR Srbiji, "BIGZ", Beograd, 1977.
164. Đinić Firdus, Nauka o komuniciranju, "Savremena administracija", Bgd, 1978.
165. Šomlo Ana, Televizija i obrazovanje, RTB, Beograd, 1980.
166. Шопар Весна. Информирањето и комуницирањето - фактор за зачувување на идентитетот на македонското иселеништво во Австралија (Докторска дисертација), Скопје, 1992.
167. Schramm W., The impact of Educational Television, Urban, "University of Illinois Press", 1960.
168. Schramm W., Mass communications, "University of Illinois Press", Illinois, 1975.