

Билјана Темелкова, Јулијана Златевска,

Сашка Делова

Воведување медиумска писменост во училницата

Апстракт

Социјалните мрежи користат различни модели од спектарот на веб-технологиите. Овие алатки се наменети за забавувачки и за комуникациски цели, а најчесто користени меѓу студентите се алатките за социјални медиуми. Знаејќи го ова, наставниците ги вклучија во традиционалните наставни стратегии со цел да ја зголемат способноста на учениците да ги сфатат целите. Имајќи предвид дека на повеќето студенти им се интересни алатките за социјалните медиуми, повеќето истражувачи ја поддржаа оваа стратегија како еден од најиновативните методи за подобрување на резултатите од учењето. Учениците денес можат да научат речиси сè самите или со своите наставници користејќи интернет, можат да разговараат со луѓе од целиот свет, да споделуваат искуства со своите врстници, да се запознаат со светот и со другите луѓе, обичаите и културите преку своето лично искуство. Од истражување одредена тема и барање информации до литература од автори од целиот свет и книжевна критика, постојат работи што можат да им го отворат светогледот, како и да им овозможат да размислуваат критички и креативно. Ова се некои од најзначајните придобивки на глобалната мрежа. Оваа студија сака да укаже на нивото на свесност кај наставниците и кај учениците за правилната употреба на социјалните медиуми и за медиумската писменост, како и да се осврне на потребата да се пополни празнината во познавањето на медиумска писменост кај младите и кај пошироката популација. Се фокусира на укажување на опасностите што ги предизвикуваат социјалните мрежи кај младите. Студентите кои секојдневно примаат огромна количина информации од широк спектар на извори ќе станат подобри критички мислител и паметни потрошувачи кои ја препознаваат гледната точка и целта на авторот. Се надеваме дека, во иднина, наставниците ќе обрнат повеќе внимание до колкав степен и на каков начин нивните ученици ги користат социјалните медиуми и ќе обрнат особено внимание да ги научат како да бидат повнимателни кога ги користат социјалните медиуми.

Клучни зборови:

Образование, медиумска писменост

Медиумската писменост – задолжителна вештина во 21 век

Напредокот во информатичката технологија го смени начинот на којшто корисниците бараат и користат информации. Експоненцијалниот раст на светската мрежа (World Wide Web) и нејзиното сеприсутно усвојување како основна алатка за пронаоѓање информации „го наметнува своето влијание врз еволуцијата и развојот на однесувањето за барање информации“ (Nahl, 1998b: 157). Децата се поупорни и помотивирани во барањето информации преку интернет отколку кога користат традиционални и онлајн извори (Bilal, 1998 год.).

Меѓутоа, прашањето е: Дали се децата когнитивно и суштински подготвени да патуваат низ веб-просторот? Когнитивните способности на децата (Siegler, 1991 год.), нивоата на развој (Piaget и Inhelder, 1969 год.) и потребите од информации (Walter, 1994 год.) може да влијаат врз нивното однесување при барање информации во системите за пребарување и извлекување информации. Употребата на интернет во училиштата и зголемениот пристап до интернетот за децата дома отвораат многу прашања во врска со барањето и користењето информации, со улогите на училишните библиотекарите и на наставниците во образованието и обуката и во врска со тоа колку дизајнерите на веб-пребарувачите обезбедуваат интерфејси насочени кон корисниците, кои на децата им го олеснуваат барањето информации.

Во 2001 година, Марк Пренски го измисли изразот „дигитални домородци“, опишувајќи ги новите генерации кои пораснале со компјутери и интернет од рана возраст, разликувајќи ги од постарите генерации или „дигитални имигранти“ (Пренски, 2001). Овој израз го означува почетокот на долгата дебата за тврдењата на Пренски дека генерациите родени во дигиталната ера размислуваат и обработуваат информации поинаку од „дигиталните имигранти“ и дека се потребни суштински промени во образовниот систем за да се задоволат потребите на новите генерации (Venet et al., 2008). Меѓутоа, во оваа дебата често се пропушта нешто многу важно – фактот што е некој роден во дигиталната ера не значи дека е автоматски дигитално описменет. Дигиталната писменост е одлика на оние кои „можат да ја користат технологијата на креативен, одговорен и префинет начин“ (Mavridi & Xerri, 2020), што ги издвојува од останатите.

Без разлика дали денешните деца размислуваат поинаку или не, факт е дека тие се активни корисници на интернет уште од осумгодишна возраст (Common Sense Media, 2013 год.). Активностите што ги прават онлајн се разновидни и речиси исто толку вообичаени како и нивните офлајн активности и вклучуваат дружење, учење и играње. Овие дигитални искуства, исто така, може да бидат штетни за децата (на пр., рана изложеност на секс, сексуално вознемирување, онлајн врсничко насилство, дискриминаторско однесување итн.), но исто така може да бидат корисни (на пример, личен развој, соработка, дигитално граѓанство итн.). Иако денешните деца се раѓаат во дигиталната ера, многу од нив ги немаат потребните вештини за да ги избегнат ризиците и да ги искористат предностите на интернетот (Livingstone, 2011 год.). Во тој поглед, само 2 % од децата во Обединетото Кралство имаат вештини за критичка писменост со коишто можат да распознаат дали е веста вистинита или лажна (Clark & Teravainen, 2017 год.).

Затоа, особено е важно владата, бизнис-заедницата, училиштата и родителите да ги зајакнат вештините на децата родени во дигиталната ера не само да го зборуваат „дигиталниот јазик“, туку и да го користат вешто и критички. „Современите, нови и дигитални“ средства, што превладуваат на интернет, се позиционирани на сосема нов вид временски и просторни својственисти – моменталност, мобилност, интерактивност и мултимедијален фокус.

Тие ја надополнуваат сликата на мултидимензионалноста и за нив е потребен нов тип на писменост. Голем број општествени процеси и општеството во целина речиси целосно се зависни и функционираат со посредство на новите дигитални алатки. Ова посредување особено важи за денешното општество на знаење, во кое појавата на нови масовни медиуми е вообичаена појава со усложнувачки и, во исто време, олеснувачки ефекти. Процесите на формирање нови општествени заедници и субјекти со виртуелен и исклучително подвижен карактер, паралелизирањето на виртуелната и физичката средина и нивното обединување во заедничка реалност откриваат поинаков тип на компликација на општеството и неговото функционирање. Овој нов вид компликација е придружен со дигитализација на многу од овие процеси и, во исто време, со олеснување на збивањето на времето и просторот, на пристапите до различни видови, нови форми на солидарност во групите и заедниците.

Дигиталниот систем како збир од стари и нови онлајн медиуми го опфаќа целиот дијапазон на типови медиуми – блогови, веб-страници итн. социјални медиуми, вклучувајќи платформи, социјални мрежи, онлајн разговори, форуми. Врз основа на сложеноста на дискутираните прашања, развојот на медиумската писменост како разбирање, совладување и предавање – во различни фази и возрасти – е тежок процес. Затоа, овој труд ги вклучува основните дефиниции што ја сочинуваат суштината на (дигиталната) медиумска компетентност, следејќи ги по патот на нивната природна еволуција. Оваа програма ги зема предвид барањата на Европската Унија во областа на дигиталното образование и граѓанството, како клучни фактори за нагорен индивидуален развој, а воедно и како гаранција за ефективен раст на земјите членки.

Покрај врз информациско-комуникациските технологии, медиумската писменост се фокусира и врз развој на критичкото размислување и учеството во јавниот живот преку медиумите. За да ги користат медиумите соодветно, на луѓето им требаат не само различни технички вештини (како да се справат со различни медиумски платформи), туку и способност да оценуваат и да анализираат повеќе извори на информации истовремено.

Бидејќи медиумската писменост сè повеќе се реализира преку дигиталните технологии, се користи и изразот дигитална медиумска писменост. Во оваа смисла, ги сметаме за дигитално писмени оние кои, покрај тоа што се технолошки писмени, можат да се вклучат и да учествуваат во секое ниво од јавниот живот преку своите вештини, од користењето на социјалните мрежи до користењето на е-влада.

Методи

Студијата има описен карактер и има за цел да укаже на нивото на свесност кај наставниците и кај учениците за правилната употреба на социјалните медиуми и медиумската писменост. Во исто време, се осврнува на неопходноста да се надмине недостигот од медиумска писменост кај младите, како и кај поширокото население. Се фокусира и врз укажување на опасностите што ги предизвикуваат социјалните мрежи кај неписмената младина. Авторите на оваа студија веруваат дека студентите кои секојдневно примаат огромно количество информации од широк спектар на извори, со соодветна количина медиумско описменување, веројатно ќе станат подобри критички настроени потрошувачи кои ќе ја препознаат гледната точка и целта на авторот.

Се спроведе една прелиминарна анкета и една анкета по самото истражување. Прелиминарната анкета се одржа на крајот на февруари и почетокот на март 2021 година. Таа опфати 120 наставници од основните училишта во Република Северна Македонија, кои работат со деца од 10 до 15-годишна возраст. Прво беше прашањето дали медиумската писменост им е познат концепт. 73,5 % од

испитаниците изјавиле дека делумно се запознаени со него, 22 % изјавиле дека јасно го познаваат концептот и само 3,5 % признале дека не знаат ништо за медиумската писменост. Втората категорија нудеше можност да објаснат што точно знаат преку отворено прашање. Само 13 % дале разумни објаснувања, за разлика од останатите 87 %, кои тврдат дека медиумската писменост „се однесува на личната писменост на говорниците на ТВ/радио“.

Овие поразителни резултати го поттикнуа создавањето брошура (Прирачник за медиумска писменост) и четири едукативни видеа до втората половина на март 2021 година, со цел да им се помогне на наставниците да ја воведат медиумската писменост во својата училища.

Оваа студија претставува комбинација од квалитативна и квантитативна студија. Фокусот на квалитативното истражување е да се опише реалниот живот. Резултатите од квалитативното истражување даваат објаснувања за некоја појава на одредено место и во одредено време. Студијата се заснова врз примарни податоци собрани од два прашалници како инструменти за собирање податоци од наставниците, бидејќи тие овозможуваат собирање и на квантитативни и на квалитативни податоци, нудат анонимност и им овозможуваат на испитаниците да одговорат на дадените прашања во време што самите ќе го изберат.

Истражувачките процедури вклучија идентификација на проблемите во истражувањето, што значи дека поставувањето прашања (т.е., прашања од истражувањето) треба да биде во согласност со целите на студијата. Прегледот на литературата му помага на истражувачот да ги разјасни истражувачките проблеми, да ја подобри употребената методологија и да ги стави наодите во соодветен контекст. Истражувањето укажува на стратегија употребена од истражувачот при спроведување на истражувањето на систематски начин, како и при правилното планирање на инструментот за собирање податоци. Анализата на податоците вклучува неколку меѓусебно поврзани постапки. Податоците се обработуваат паралелно со проверката на податоците и на крајот се произведуваат наодите и дискусијата. Видот употребени прашања е комбинација од затворени прашања, каде што од учесниците се бара да ги означат соодветните одговори, и отворени прашања, каде што им се дава можност да дадат свои одговори или образложенија. Кога станува збор за методите на истражување во овој труд, покрај методот на теоретска анализа, при обработката на резултатите добиени преку прашалниците се користеше и аналитичко-дескриптивниот метод.

Наоди/идентификување на потребите – ученици и наставници (анкети и резултати)

Дигитализацијата ги трансформира сите аспекти на општеството насекаде низ светот, не само работните средини. Во однос на образовниот контекст, оваа трансформација со себе носи вистински предизвици, во различни делови, како што се: опремата, способноста на учениците да бидат активно вклучени, вештините и компетенциите на наставниците и, секако, волјата на наставниците и на родителите позитивно да прифатат и да одговорат на сите претстојни промени. „Различните видови искуства водат до различни структури на мозокот“, вели д-р Брус Д. Пери од Медицинскиот колеџ „Бејлор“. Според него, „многу е веројатно мозокот на нашите ученици физички да е променет – и да се разликува од нашиот – како резултат на начинот на којшто тие пораснале.

Меѓутоа, без разлика дали ова е буквално точно или не, можеме со сигурност да кажеме дека нивните шеми на размислување се промениле.“ Кога Пренски (2001) изјави дека „нашиот образовен систем не е дизајниран да ги учи денешните ученици“, тој во суштина мисли на образовниот систем во САД.

Сепак, образовниот систем во Република Северна Македонија не е исклучок, дотолку повеќе што, во последните две децении, е постојано изложуван на различни промени и модификации, поради влијание од примерите на западните земји, или, горе-долу, како неизбежен чекор во глобалниот процес на дигитализација. Интеграцијата на технологијата во наставата и во учењето не е новост, но брзата динамика и темпото на технолошкиот напредок е новина, особено за наставниците, кои претежно припаѓаат на групата „дигитални имигранти“ во однос на употребата на ИКТ и дигиталните технологии, од компјутери до други понапредни форми на дигитални технологии. Трансформативниот потенцијал на дигитализацијата во образованието е возбудлив и нуди многу можности и предизвици. (Prensky, 2001 год.). Сепак, дали сите активно вклучени учесници во образовниот процес, вклучително и учениците, родителите и наставниците, како главни „актери“, го делат истото мислење на оваа тема? Последната анкета што беше дистрибуирана во јуни 2021 година меѓу 130 наставници во основните училишта во Северна Македонија покажа слабо подобрување во воведувањето медиумска писменост во училищата. Првото прашање им даде можност на наставниците да се изјаснат дали се запознаени со основните начела на медиумската писменост. 22,9 % одговориле потврдно, 65,7 % рекле дека делумно се запознаени со нив, а 11,4 % не ги познаваат концептите за медиумска писменост. Второто прашање беше дали е важно секој ученик поединечно да се запознае со начелата на медиумската писменост, особено сега кога сите ги користат социјалните медиуми. 88,6 % од наставниците се изјасниле дека е од суштинско значење учениците да се запознаат со основните концепти за медиумска писменост. 11,4 % делумно се согласиле, а никој не дал негативно мислење.

Последното прашање од прашалникот беше клучно за да се провери дали наставниците од Македонија го воведуваат поимот медиумска писменост во училищата. Им беше поставени прашање и беа дадени повеќе одговори од кои можеа да изберат: Во која мера Прирачникот за медиумска писменост би се користел на вашите часови? Понудените одговори беа следниве: никогаш (0 %), би го користел/-а еднаш во текот на учебната година (5,7 %), би го користел/-а одвреме-навреме за одделенските часови (34,3 %) и би го користел/-а неколку пати годишно за време на часовите, без разлика на училишниот предмет. Дополнително, 95 % изјавиле дека нивните ученици не биле свесни за важноста на критичкото размислување во однос на употребата на социјалните медиуми.

Затоа, авторите на оваа студија, во соработка со НВО „Калидус“, Република Северна Македонија, подготвија брошура за наставници, која требаше да има улога на Прирачник за медиумска писменост. Се состои од неколку корисни делови.

Првиот дел од брошурата за наставници, под наслов БИДИ МЕДИУМСКИ ПАМЕТЕН, ја дава дефиницијата за МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ како збир од квалификации што овозможуваат меѓусебно поврзување и интеракција помеѓу луѓето, преку комуникација и споделување информации. Овие компетенции ја олеснуваат правилната комуникација, соработката и активното учество, давањето и примањето информации во рамките на општественото опкружување на комуникација и споделување содржина. Понатаму објаснува дека медиумски писмениот човек ја креира својата личност, светоглед и начин на општествено однесување, меѓу другото, преку алатки за соработка и управување со информации, што се наоѓаат на интернет.

Така, можете да најдете информации на вашите мобилни телефони и компјутерски екрани, во весници и списанија, визуелните пораки може да се видат на билбордите и да се слушнат на радио.

Со толку многу гледишта, многу е тешко да се оддели она што е вистина од она што не е. За да можеме да продолжиме со истражувањето на медиумите насекаде околу нас, брошурата има елаборирано пет основни концепти.

Концепт 1:

Сите медиумски пораки се конструирани. Објавите во медиумите се „изградени“ на ист начин како што се градат зградите и автопатите. Клучот што стои зад овој концепт е да се открие кој ја конструирал пораката, какви материјали користеле и која била целта на нејзината „конструкција“.

Концепт 2:

Медиумските пораки се креираат со користење креативен јазик со свои правила. Секоја форма на комуникација има свој јазик: страшната музика го засилува стравот, зумиран кадар сугерира блискост, големите наслови сигнализираат значајност и важност. Разбирањето на граматиката, синтаксата и метафората на медиумскиот јазик ни помага да бидеме помалку подложни на медиумска манипулација.

Концепт 3:

Медиумите имаат вградени вредности и ставови. Бидејќи се создадени, медиумските пораки имаат своја конотација: за кого се создадени и што е важно – барем за личноста или за луѓето што ја создаваат пораката. Одлуката за возраста, родот или расата на личноста, изборот на амбиентот и дејствијата во заплетот се само дел од начините за „вградување“ на вредностите во ТВ-емисија, филм или реклама.

Концепт 4:

Повеќето од медиумските пораки се креирани и организирани за стекнување профит и/или моќ. Голем дел од светските медиуми се развиени како претпријатија што заработуваат пари. Весниците и списанијата ги ставаат своите рекламни страници на прво место; остатокот од медиумскиот простор е посветен на вестите. Слично на тоа, рекламите се неизбежен дел од ТВ-програмите. Интернетот веќе стана меѓународна платформа преку која групи или поединци се обидуваат да убедат други луѓе.

Концепт 5:

Различни луѓе различно реагираат на истата медиумска порака. Овој концепт треба да покаже дека публиката игра голема улога во толкувањето на медиумските пораки бидејќи секој член од публиката има уникатно животно искуство. Разликите во возраста, родот, образованието и културното образование доведуваат до уникатни толкувања.

Земајќи ги предвид основните концепти зад секоја медиумска порака, вие се „опремувате“ со можноста да ги анализирате и да ги толкувате пораките, односно да ја прифатите или да ја отфрлите нивната легитимност.

Оваа брошура дополнително ги разработува начините како медиумската писменост им помага на децата:

- да научат да размислуваат критички;
- да станат поаметни потрошувачи на производи и информации;
- да препознаат став;
- одговорно да создаваат содржини;
- да ја идентификуваат улогата на медиумите во нашата култура;
- да ја разберат целта на авторот.

Исто така, им помага на наставниците да разберат дека, кога ги учат децата или учениците нешто повеќе за медиумската писменост, всушност се движат по двонасочна улица, бидејќи ќе има работи што ние ќе ги научиме од помладата генерација.

Медиумската писменост нè учи да можеме да поставуваме соодветни прашања и да ги поткрепиме нашите гледишта со примери. Следењето на клучните точки за медиумска писменост ни овозможува да дознаеме што и кога е објавено, зошто е објавено и што е најважно, какво е нашето мислење за тој напис, видео и сл.

Исто така, оваа брошура ќе објасни дека е подобро лекциите за медиумска писменост да ги вградиме во постојната наставна програма со примери од секојдневните активности, наместо да ги имаме како посебни наставни часови. Може дополнително да ги поделите темите и лекциите во однос на возраста на учениците и да ги вклучите нивните интереси и моќ на перцепција.

Има некои суштински прашања што треба да се постават кога се учат учениците за медиумската писменост:

- Кој го создал ова? Дали е тоа компанија или едно лице? Ако е едно лице, дали е комичар, уметник, анонимен извор и зошто размислува така?
- Зошто го создале/објавиле? Која е неговата цел? Што се обидува да те убеди да направиш?
- За кого е пораката? Дали е за деца, за возрасни, за девојчиња, за момчиња, за луѓе кои имаат посебни интереси итн.? И зошто мислат така?
- Кои детали се испуштени и зошто? Дали им требаат повеќе информации за да создадат целосна слика? И зошто мислат така?
- Какви чувства предизвикува пораката кај нив и дали сите други луѓе ќе се чувствуваат исто или некои би имале различни гледишта? И зошто мислат така?

Брошурата предлага и интересен начин за воведување медиумска писменост кај децата преку игри и квизови, и тука може да погледнете некои од нашите интересни предлози:

1. Станете информациски истражувач (Become an Information Researcher)

Нашите перцепции за светот се под влијание на музиката, на телевизијата и на другите медиуми што ги консумираме. Децата мора да развијат способности за медиумска писменост за да ги просветлат потрошувачите. Овие способности вклучуваат проучување и критичко размислување. Се укажува на тоа дека библиотеките се одлични места за барање сигурни информации. Исто така, учењето како да се користат информациите што ги собрале е многу корисна вештина.

2. Интернетџија – Реката на реалноста (Internland - River of Reality)

Иницијативата „Бидете одлични за интернет“ (Be Internet Awesome) на Гугл, која се стреми да ги едуцира младите за „основите на дигиталното граѓанство“, ја создаде оваа игра. Горниот графикон ги насочува гледачите кон река, а Фишер е чувар на реката. Корисниците се упатени на <http://www.vecteezy.com/members/treetypanda20> и треба да одговорат на прашања во врска со обиди за ‘фишинг’ (обиди за кражба на пари или идентитет) да ја преминат реката и да ја завршат играта.

3. Бранители на вестите (NewsFeed’s defenders)

Во денешната хаотична клима, оваа нова игра за медиумска писменост ги учи играчите како да детектираат и да разоткриваат дезинформации.

- Воочете ги знаците за проверка, транспарентност, одговорност и независност во вестите додека ја играте оваа игра.
- Дефинирајте и препознајте проблематични вести и други видови дезинформации поврзани со вести.
- Опишете различни методи за проверка на фотографии и податоци.
- Проверете дали има пристрасност во текстот, користејќи стратегии за избор на зборови и поставување рамка.
- Користете информации од надворешни страни за да ја процените веродостојноста на изворот.
- Проценете ги предностите и недостатоците на дигиталните вести и на социјалните медиуми во контекст на едно демократско општество.

4. Е-репортер (e-Reporter)

Оваа игра е создадена од Би-би-си во 2018 година за да им помогне на децата на возраст од 11 до 18 години да идентификуваат лажни материјали на интернет. Играта „Избери ја сопствената авантура“ (“Choose Your Own Adventure”) ги става играчите во улога на репортер на Би-би-си, кој мора да избере на кои објави на социјалните мрежи, политички изјави и слики ќе им верува. Исто така, постојат неколку совети за тоа како да препознаете лажна објава на интернет.

5. „Лажњак“ (Fakey)

Слично е на претходната игра, но е многу забавно да се игра. Оваа игра е слична на Е-репортер, развиена на Универзитетот во Индијана. Симулирајте вести на социјалните медиуми, при што корисниците дебатираат дали да споделат, да кликнат „ми се допаѓа“ или да ги проверат фактите. Корисниците можат да заработат поени за споделување содржина од угледни вести и извори на вести, како и со проверка на сомнителните вести.

Брошурата е корисен водич низ онлајн лавиринтот. Над 60 % од наставниците изјавија дека би ја користеле брошурата за време на одделенските часови, а 35 % би ја вклучиле и во други предмети.

За среќа, со неодамнешните промени на наставната програма по Англиски јазик (2021 година, 8-мо одделение) во Северна Македонија, медиумската писменост стана една од клучните теми, заедно со критичкото размислување и ИТ во наставата по странски јазици.

Покрај информативната брошура, исто така, во соработка со „Калидус“ беа подготвени четири едукативни видеа, од кои секое беше во корист на медиумската писменост соодветна за учениците од основно и од средно училиште. Со цел да ги направиме младите пољубопитни и скептични за она што го гледаат и го слушаат, препознавајќи ги тактиките и пристапите што ги користат

креаторите на медиумите, решивме да создадеме видеа на кои ќе ги научиме како да го прават тоа. Кратко сценарио е создадено за сите четири видеа од авторите, со малку комична нота.

Нашето прво видео беше за улогата на информациите, т.е. за препознавање лажни вести. Тоа е кратко комично видео во кое глумат деца на возраст од 10 до 16 години. Видеото се однесува на неопходноста да се надмине недостигот од знаење за медиумска писменост кај младите, како и кај пошироката популација. Се фокусира и врз посочување на опасностите што ги предизвикуваат социјалните медиуми кај неписмената младина.

Второто видео – Улогата на информациите – препознавање длабоки вести (Deep News) – кратко комично видео играно од деца на возраст од 10 до 16 години за проверка на објективната веродостојност на информациите со посочување на разликата помеѓу дигиталните домородци и дигиталните имигранти.

Трето видео – Како да се користи CRAP тестот – кратко комично видео што го играат деца на возраст од 10 до 16 години, што укажува на опасностите од лажните вести и сигурни извори, инфлуенсери и слично.

И последното видео беше создадено како осврт на суровите зборови споделени на интернет и што може една едноставна објава да им направи на луѓето, особено на децата.

Во моментов, сите видеа, како и брошурата, се достапни онлајн.

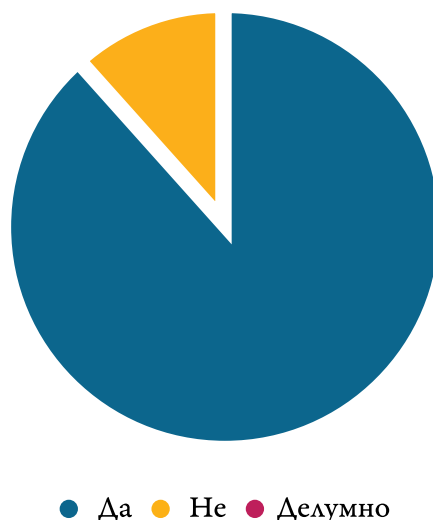
По целиот овој напор, авторите, преку последователната анкета, повторно ги тестираа наставниците за да откријат дали има промени во образованието откако обезбедија материјали за воведување медиумска писменост во училищата, особено во училищата по Англиски јазик (како немајчин јазик). Првото прашање од анкетата „Дали сте имале можност да се запознаете со начелата на медиумската писменост на социјалните мрежи? (види Графикон 1) откри дека 65,7 % од испитаниците слушнале за нив, но само се запознаени со нив. Процентот на испитаниците кои не ги прочитале начелата на медиумска писменост на социјалните мрежи е 11,4 %, а речиси 30 % од испитаниците (наставниците) целосно се запознале со начелата на медиумска писменост на социјалните мрежи. Ова е голем чекор напред за подигнување на свеста кај наставниците за важноста на оваа тема.

График 1



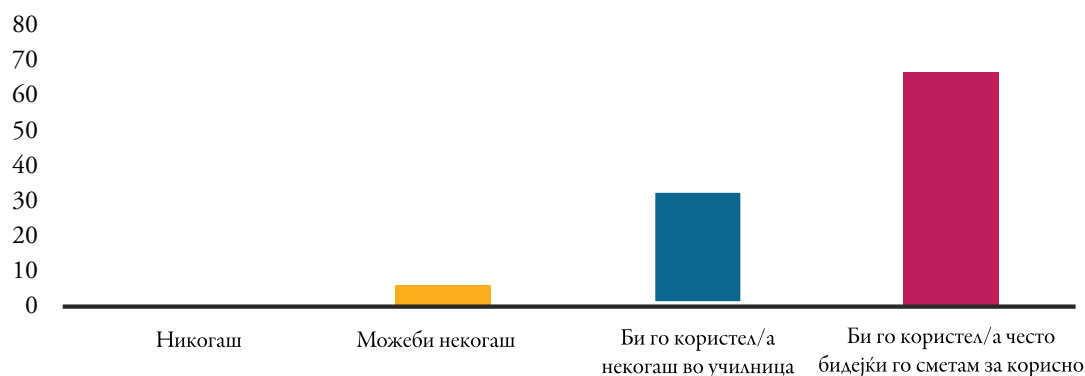
Со ова тестирање сакавме да бидеме сигурни дека наставниците се свесни дека не е важно само тие да бидат запознаени со начелата на медиумската писменост на социјалните медиуми, туку и да знаат за важноста на свесноста на учениците. Со таа цел, решивме да прашаме: Дали мислите дека секој ученик или општ учесник на социјалните мрежи треба да ги знае начелата на медиумска писменост на социјалните мрежи? (види графикон 2)

График 2



Ова прашање покажа дека свеста е подигната на повисоко ниво и ни дава надеж дека наставниците на крајот ќе воведат содржина за медиумска писменост во рамките на своите часови.

График 3



Друго важно прашање што вреди да се спомне е: Дали сте го прочитале Прирачникот за медиумска писменост на социјалните медиуми и до колкав степен мислите дека ќе биде корисен водич за еден од вашите часови? (види Графикон 3) Немаше негативни одговори на ова прашање, т.е. 0 % изјавија дека не можат да најдат начин да го искористат во рамките на нивните часови. И многу изненадувачки факт беше дека 67 % од испитаниците се желни да се обидат да ја користат темата Медиумска писменост често, за време на своите часови.

Завршната анкета покажа дека речиси 66,7 % од наставниците по Англиски јазик откриле дека почнале да се чувствуваат посигурни во предавањето на медиумската писменост и дека е подобро и полесно да се спроведе кога има соодветни и готови материјали за употреба. Повеќето од овие материјали им беа презентирани на наставниците за време на онлајн работилниците организирани од ELTAM МК, TOEFEL како и Express Publishing Webinars, од март до ноември 2021 година.

Дискусија

Социјалните медиуми се незаменлив дел од животот на луѓето од 21 век, место каде што луѓето го поминуваат времето главно фокусирани врз забава и разонода и во комуникација со други луѓе. Собирањето целни групи луѓе и брзината на комуникациите овозможена од социјалните медиуми е поткрепа за идејата за користење на социјалните медиуми во образованието. Затоа, учениците мора да бидат свесни за медиумската писменост, за да бидат целосно безбедни при користење на социјалните медиуми, а наставниците треба да се потрудат да ги претстават сите нејзини аспекти, особено елементот на критичко размислување како најважен дел од синџирот. Учениците мора да почнат да размислуваат критички и да бидат медиумски писмени.

По финализирањето на спроведеното истражување и по собирањето на резултатите, до есента 2021 година, стана очигледно дека многу студенти уживаат во примената на социјалните медиуми во образованието. Тие наведуваат дека така содржините се колоритни и посликвито претставени и дека има поголема интеракција помеѓу учениците и наставниците. Оваа интеракција може да биде придружена со различни алатки, како што се квизови, така што учениците можат да учат од дома. Има мислења дека е ова добар начин да се промовираат одредени професори кои можат да добијат следбеници на социјалните мрежи поради едукативната содржина што ја споделуваат, не само со групата на којашто ѝ предаваат во образовната институција, туку и кај поширока публика.

Медиумската писменост нуди вештини за обработка и нејзиното предавање се разликува од предавањето само фактичко знаење. Медиумската писменост нуди процес на учење – процес на истражување – што може да се примени врз која било содржина или тематска област. Петте клучни концепти се почетна точка, но тие изискуваат различни примени на различни медиуми и содржини, во различни активности, за да се совлада процесот.

Од друга страна, за многумина социјалните мрежи се, пред сè, место за забава, па затоа тешко ја прифаќаат идејата за нивна употреба во образованието. Ова е една од најчесто споменуваните причини зошто социјалните медиуми повеќе претставуваат основа за несогласување или за невнимание отколку образовни извори. Одземањето на вниманието дефинитивно може да ги попречи вештините за учење на учениците. Еден од другите недостатоци, спомнати на глобално ниво, е достапноста на интернет-врски во одредени делови од светот и зависноста на учесниците од овој начин на учење, па одредени технички проблеми може значително да го нарушат текот на наставата.

Современиот образовен систем нуди многу можности за интеракција помеѓу училницата и воншколските активности. Педагошката техника за обука во клуб на медиуми, претставена во статијата, што е спој на дигитално-медиумската писменост и книжевната компетентност, се заснова врз оваа можност. Предложената технологија е одговор на предизвикот на наставникот по современа книжевност успешно да ги спои книжевните вештини со дигиталните медиуми во процесот на учење. Моделот на работа на студентите во клуб на медиуми дава можност едукативните содржини на литературата да се разгледуваат во современ контекст и технологиите да се користат целосно, ефективно и квалитативно.

Заклучоци

Појавата на новите медиуми и на социјалните мрежи и нивната масовна употреба создадоа квалитативно нова ситуација во човечката комуникација, а особено во комуникацијата со адолесцентите. Општеството почна да го прифаќа светот воден од моделите што се производ на трансформираниот свет на медиумите. Ваквата ситуација ја доведе до израз и ја зајакна важноста на медиумската екологија, медиумското образование и медиумската писменост, бидејќи медиумскиот простор и вклучените медиуми се променија. Нивната природа, улога и функција се значително сменети. Потребата за медиумска писменост се зголеми со трансформирањето на медиумите во клучен фактор за подобро разбирање на процесите во општеството и со целосното учество во демократските и културните промени во него. Децата живеат во свет во којшто секој аспект од нивниот живот е со посредство на технологијата: од здравје до образование, од дружење до забава. Сепак, признавањето дека децата имаат различни потреби од потребите на возрасните сè уште не е целосно прифатено во онлајн светот.

Постои добро документирана јавна загриженост за ризиците со кои децата се соочуваат на Интернет, како што се лесен пристап до несоодветни содржини, губење на приватноста, комерцијална експлоатација и сајбер-малтретирање. Истражувањето на авторите се обиде да разбере со какви проблеми и можности се соочуваат децата додека растат опкружени и во интеракција со интернет технологии.

Да се стане критичен корисник на медиумите е услов за државјанство во современото време. За примена на вештините за критичко размислување во сценарија каде што посредуваат медиумите, потребно е развивање на способноста за интеракција со медиумите, не само во можноста за користење уреди, туку и за разбирање на нивните општествено-културни ефекти. Неодамнешната пандемија и политичките околности го подигнаа нашето ниво на свест за лажните вести и за пристрасните мислења на медиумите. (Mateus, 2021 год.)

Со вклучување на медиумската писменост во наставната програма по Англиски јазик (Министерството за образование на Северна Македонија) транспарентно се поддржува дел од Европската повелба за медиумска писменост.

Изработката на наставните програми одамна е посебна уметност во светот на образованието. Поттикнувањето на учениците, обезбедувањето солидни фактички и предметни информации и користењето ефективни наставни стратегии што, во исто време, се усогласени со државните образовни стандарди и проценки, треба да се комбинираат во лекции што го инспирираат, го дополнуваат и го поддржуваат учењето. Тоа не е лесна задача!

Но денес, технологијата влијае врз развојот на наставната програма, како и врз другите аспекти од работата во училиницата, што на некој начин го олеснува развојот на наставната програма – како што е побрз пристапот до уверливи информации, фотографии или видеа преку интернет – и во исто време, уште повеќе ги усложнува работите, бидејќи акцентот на начинот на којшто се троши времето на часот неминовно се менува поради употребата на технолошки средства од страна на учениците и наставниците. На крајот на краиштата, времето е највредното богатство што еден наставник го има со учениците, а распределбата на тоа време ефикасно и ефективно е поважно од кога било досега.

Бидејќи акцентот обично се става врз содржината или познавањето на предметот, на сметка на наставните вештини за процесот на информирање во училиниците, не постои цврста и конзистентна основа за вештините за учење како што е медиумската писменост. Меѓутоа, напредокот во технологијата продолжува да наметнува нови потреби и барања за настава и учење, а основите за тоа како да се предава медиумската писменост и да се постигне целта за едукација на учениците кои завршуваат училиште да бидат медиумски писмени – сè уште чекаат некој да се справи со нив.

Користена литература

- Bazalgette, C (2018). Some secret language: how toddlers learn to understand movies. Doctoral thesis (Ph.D), UCL (University College London <https://discovery.ucl.ac.uk/id/eprint/10041767/>)
- Bachmair, B. & Bazalgette, C (2007). The European Charter for Media Literacy: meaning and potential https://www.researchgate.net/publication/250152397_The_European_Charter_for_Media_Literacy_Meaning_and_Potential
- Bennett, S., Maton, K. & Kervin, L. (2008). The 'Digital Natives' Debate: A Critical Review of the Evidence. August 2008 British Journal of Educational Technology 39(5) DOI:10.1111/j.1467- 8535.2007.00793.x Source OAI
- Bilal, D (1998). Children's Use of the Yahoo! Search Engine: I. Cognitive, Physical, and Affective Behaviors on Fact-Based Search Tasks. School of Information Sciences, The University of Tennessee-Knoxville
- Clark, C. & Teravainen, A. (2017). National Literacy Trust research report. Children's and Young People's Reading in 2016. Findings from our Annual Literacy Survey 2016
- Hobbs, R. (2010). Digital and Media Literacy: A Plan of Action. The Aspen Institute
- Livingstone, S. (2011). EU Kids Online: Enhancing Knowledge Regarding European Children's Use, Risk and Safety Online, 2010. [data collection]. UK Data Service. SN: 6885, <http://dx.doi.org/10.5255/UKDA-SN6885-1>
- Mander, J. (2015). GWI Social Q4 2014 : the Latest Social Networking Trends. Global webindex <https://www.globalwebindex.net/blog/gwisocial-q4-2014-the-latest-social-networkingtrends>
- Mateus, J.C. (2021). Media literacy for children: Empowering citizens for a mediatised world. Global Studies of Childhood 11(36) DOI:10.1177/20436106211014903 Universidad de Lima
- Mavridi, S. & Xerri, D. (2020). Digital literacies and the new digital divide. English for 21st Century Skills. Berkshire: Express Publishing
- Nahl, D. (1998). Learning the Internet and the structure of information behaviour. Journal of the American Society for Information Science, 49(11), 1017-1023
- Piaget, J. and Inhelder, B. (1969). The Psychology of the Child. Basic Books, New York
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. MCB University Press, Vol. 9 No. 5
- Siegler, R.S. & Cowley, K (1991). The microgenetic method: a direct means for studying cognitive development. American Psychologist, 46, 606-620
- Walter, V.A. (1994), The Information Needs of Children. ISBN: 978-0-12024-618-2, eISBN: 978-1- 84950-884-1
- Zero to Eight Children's Media Use in America 2013, A Common Sense Media Research Study, FALL 2013 <https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/research/report/zero-to-eight-2013.pdf>

Автори

Билјана Темелкова



Билјана Темелкова дипломирала англиска филологија и методологија на Југозападниот универзитет во Благоевград, Р. Бугарија, во 2002 година и магистрирала наставна методологија и оценување на англиски јазик на Универзитет „Климент Охридски“ во Битола, Р. С. Македонија, во 2019 година. Таа моментално предава Англиски јазик во ООУ „Горѓи Сугарев“ во Битола, Република Северна Македонија. Во текот на своето 19-годишно работно искуство, таа ја изградила својата експертиза на сите нивоа на јавното образование – основно, средно и високо образование, како и во приватни училишта за јазици.

Јулијана Златевска



Јулијана Златевска работи како професор по англиски јазик веќе 15 години. Дополнително, има завршено магистерски студии за настава по англиски јазик, има долгогодишно искуство во конципирање и управување со проекти, превод на англиска книжевност од различни области, како медицина, технологија, архитектура, земјоделство, мода, долгогодишно искуство како постојан судски преведувач, лектор, како и богато искуство како веб-истражувач.

Сашка Делова



Сашка Делова е магистер по настава по англиски јазик, од Битола, Северна Македонија, со над 20 години работно искуство. Од 1999 година предава Англиски како странски јазик по методот CALL, со сите возрасти. Од 2005 година, работи како наставник по англиски јазик во основно училиште со ученици со македонски и со албански наставен јазик. Во 2018 година учествувала во Проектот на УСАИД за професионален и кариерен развој на наставници. Таа придонесува во проекти организирани од Македонскиот центар за граѓанско образование, како и во проекти за одржлив и инклузивен рамномерен регионален развој.