РАНЛИВОСТ НА ДЕЗИНФОРМАЦИИ КАЈ РАЗЛИЧНИ ГРУПИ ГРАЃАНИ ВО СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Кон развивање на отпорноста на дезинформации – тестирање нов модел

РЕЗИМЕ

Македонска асоцијација за применета психологија СИМБОЛИКУМ

Институт за комуникациски студии

respublica

Наслов на истражувањето:
Ранливост на дезинформации кај различни групи граѓани во Северна Македонија

Издавач:
Институт за комуникациски студии
ул. „Јуриј Гагарин“ 17-1-1, Скопје
www.iks.edu.mk

За издавачот:
вон. проф. д-р Жанета Трајкоска

Едиција:
ResPublica respublica

Автори:
Македонска Асоцијација за применета психологија СИМБОЛИКУМ:
проф. д-р Елеонора Серафимовска
м-р Јорданка Черепналкова Трајкоска

Уредници:
вон. проф. Жанета Трајкоска, Александра Теменугова

Лектор:
Татјана Б. Ефтимоска

Графички дизајн:
Татјана Коцева Спирова

Година:
2023

CIP - Каталогизација во публикација
Национална и универзитетска библиотека “Св. Климент Охридски”, Скопје

316.776.23:316.66(497.7)(047.31)
316.776.23:150.9(497.7)(047.31)
37:316.774]:303.2(497.7)(047.31)

СЕРАФИМОВСКА, Елеонора
Ранливост на дезинформации кај различни групи граѓани во Северна Македонија [Електронски извор]: кон развивање на отпорноста на дензиформации - тестирање нов модел / [автори Елеонора Серафимовска, Јорданка Черепналкова Трајкоска]. - Скопје : Институт за комуникациски студии, 2023. - (Едиција ResPublica)

Начин на пристапување (URL):
https://respublica-edu-mk.b-cdn.net/wp-content/uploads/2023/04/ranlivost-na-dezinformacii-mk.pdf.
- Текст во PDF формат, содржи 78 стр., илустр. - Наслов преземен од екранот. - Опис на изворот на ден 18.04.2023.
- Фусноти кон текстот. - Библиографија: стр. 71. - Содржи и: Прилог

ISBN 978-608-4805-21-2

1. Черепналкова Трајкоска, Јорданка [автор]
а) Дезинформации -- Ранливост -- Социо-психолошки аспекти -- Македонија -- Истражувања
б) Медиумска писменост -- Мерење -- Македонија -- Истражувања

COBISS.MK-ID 60098053

РЕЗИМЕ

1.

ВОВЕД

Со молскавичниот технолошки развој, и со последователно зголемениот пристап до мноштво информации за делови од секунда, како човештво, бевме втурнати во ера на информации. Сè уште неадаптирани на тоа огромно пространство од секакви информации, ние, речиси потполно неподготвени, влеговме во уште понова ера, во ера на дезинформации. Имаме експлозија од сечии мислења, објави на социјалните мрежи, виртуелни дебати, блогови и веб-страници, па сега секој може да најде податоци и информации за сенешто, како што може и да пушти информации за сенешто во киберпросторот. Дури и да сме станале свесни за постоењето на дезинформациите, дури и да ги познаваме сите техники со кои креаторите на дезинформации се служат за да влијаат врз нас, па дури и да сме се обучиле како да ги препознаваме и како да се справуваме со дезинформациите, тие потенцијално можат да бидат толку многу, што исто толку лесно може за миг да го исцрпат целосниот капацитет на поединците, да ги направат ранливи групите, да ги загрозат општествата. Веќе стана јасно дека отпорноста на индивидуата на разорната моќ на дезинформациите мора да ни стане еден од главните приоритети во образованието.

Институтот за комуникациски студии го спроведува проектот „Употреба на новинарство засновано врз факти за подигнување на свеста и за спротивставување на дезинформациите во медиумскиот простор во Северна Македонија (Користи факти)", којшто треба да ***ја зајакне отпорноста на широката јавност и на ранливите групи во Македонија кон дезинформации.*** Тој е финансиран од Британската амбасада во Скопје и трае од 2022 до 2025.

Општата цел на Проектот е да обезбеди поддршка на граѓаните, на новинарите и на граѓанските организации да го зголемат јавното разбирање за потеклото, за мотивите и за влијанието на дезинформациите во општеството. Проектот ќе креира длабински и истражувачки новинарски стории и едукативни содржини и ќе понуди ресурси што ќе им овозможат на граѓаните да ги препознаат дезинформациите, критички проценувајќи ги нивните извори, мотиви и ефекти. Истовремено, проектот има за цел да ги поттикне граѓаните да се ангажираат за поголема транспарентност на институциите за да се намали просторот за ширење дезинформации, а од друга страна, да ги поттикне медиумите и институциите да обезбедат поголем пристап до веродостојни информации и вести.

Една од активностите на проектот е и спроведувањето на ова истражување за подложноста или ранливоста на луѓето кон дезинформации. Преку ова истражување, ИКС сакаше да ја провери сопствената претпоставка дека младите, повозрасните лица (над 60 години), како и лицата кои се социоекономски загрозени се посебно подложни на дезинформации. За таа цел беше спроведена сеопфатна анализа на досегашните истражувања, но и теренско истражување на примерок од категории потенцијално ранливи во однос на дезинформациите. Главната цел беше да се утврдат индивидуалните фактори, мотиви и бариери за препознавање и за справување со дезинформациите.

А намерата е податоците од истражувањето да се користат за научни и едукативни цели, при што ќе се дадат и препораки и насоки за креирање образовни содржини и активности за

намалување на подложноста на граѓаните кон дезинформациите.
Ова истражување е прво од ваков вид во Р С. Македонија. Посебноста е во дефинирање на можните фактори, мотиви и бариери за препознавње на дезинформациите, и обид за нивно мерење и квантифицирање. Се бараат причинско-последичните релации и за таа цел, се претпостави нов теориски модел на влијание којшто потоа се тестираше. Во тој модел, централен поим е медиумската писменост, а потесно – писменоста за вести. Медиумската писменост им овозможува на луѓето да имаат вештини, знаење и разбирање за целосно да ги искористат можностите што ги нудат и традиционалните и новите комуникациски медиуми. Да се биде медиумски писмен, особено онлајн, е од фундаментално значење за тоа како луѓето се однесуваат како потрошувачи, корисници и „дигитални“ граѓани. Централната улога што ја игра медиумската писменост на интернет, исто така, има импликации врз останатите сфери во живот на луѓето. Ова вклучува овозможување на корисниците да учествуваат во јавниот живот, да гласаат на избори, да одржуваат здрави односи со другите, да пристапуваат и да примаат информации и критички да ги формираат и да ги изразуваат мислењата.

Досега, истражувањата во Р С. Македонија ја истражуваат медиумската писменост на едно општо, појавно ниво. Најголемиот дел од истражувањата се базираат врз самоевалуација на индивидуалните дигитални вештини или на нивото на медиумска писменост, па ова истражување е пионер во намерата да навлезе подлабоко во факторите и мотивите кај индивидуата за таа писменост. Ова истражување се разликува од сите други по тоа што во него за првпат е направена соодветна скала за мерење на медиумската писменост и индекс на медиумска писменост.

Кои се психолошките и социолошките фактори што влијаат врз медиумската писменост и дали медиумската писменост ќе доведе до поуспешно препознавање на дезинформациите во медиумите (пред сè, во интернет-вестите) е предмет на ова истражување.

2.

МЕТОДОЛОГИЈА: краток преглед

Цел на истражувањето

Утврдување на индивидуалните фактори, мотиви и бариери за препознавање и за справување со дезинформациите: тестирање модел за препознавање на дезинформациите.

Определување ранливи групи на возраст 15+ за потребите на истражувањето

Имајќи ги предвид сите детерминанти/компоненти на ранливост, во истражувањето како ранливи групи се идентификувани **младите лица на возраст меѓу 18 и 28 години, возрасните лица над 60 години, како и лицата од социјално ранлива категорија (приматели на социјална помош).** Како клучен критериум за дефинирање на ранливите групи е земена компонентата што се однесува на капацитетите за препознавање и за справување со дезинформациите.

Предмет на истражувањето

Поврзаноста на медиумската писменост со препознавањето знаци за дезинформации во интернет-вести: тестирање нов модел.

Медиумската писменост се сфаќа како конструкт од три компоненти:

1. писменост за вести:
    - 1.1 потреба за спознавање
    - 1.2 локус на контрола во однос на медиумите
    - 1.3 знаење за медиумите
2. свесност за постоење бариери во процесот на препознавањето дезинформации
3. активациска компонента:
    - 3.1 мотивираност за следење вести
    - 3.2 мотивираност да се научи што се дезинформации

Истражувачки прашања

Кои се индивидуалните фактори, мотивација и бариери за препознавањето знаци за дезинформации?

Поконкретно, целокупната анализа се базираше врз одговорите на неколку основни прашања:

- Колку успешно може да се мери писменоста за вести?
- Дали писменоста за вести е поврзана со мотивацијата за следење вести и со мотивацијата за учење што се дезинформации?
- Дали писменоста за вести е поврзана со свесноста за постоење бариери во процесот на препознавање дезинформации?
- Кои се социолошките фактори што се во релација со медиумската писменост?
- Дали писменоста за вести е поврзана со дигиталната писменост?
- Дали постои конструктот медиумска писменост?
- Дали медиумската писменост влијае врз умешноста за препознавање дезинформации во интернет-вестите?
- Дали медиумската писменост значи и добра информираност за актуелни, општествено-политички теми?

Истражувачки техники

Преглед на релевантната литература

Анкета со структуриран прашалник во онлајн и печатена верзија со студенти и со пензионери.

Фокус-група со приматели на социјална помош

Примерок

Пригоден и намерен

Истражувањето опфати вкупно 193 студенти и 98 пензионери. Фокус-групата опфати 16 лица од социјално ранлива категорија.

3.

ПРЕТПОСТАВЕН (ТЕОРИСКИ) МОДЕЛ ЗА ФАКТОРИТЕ И МОТИВИТЕ ЗА ПРЕПОЗНАВАЊЕ И СПРАВУВАЊЕ СО ДЕЗИНФОРМАЦИИТЕ

Во научната литература постои теориски модел што е веќе предмет на научно тестирање, којшто вели дека писменоста за вести може да се мери преку три аспекти кај поединецот: преку неговата потреба за спознавање, преку неговиот локус на контрола и преку неговото знаење за медиумите[1]. Па така, моделот претпоставува дека поединците кои се писмени за вести имаат поголема потреба за спознавање и ќе бидат оние кои уживаат да размислуваат; тоа е активност која ја сакаат и доброволно ја прават. Поединците кои се писмени за вести ќе имаат и внатрешен локус на контрола, што значи ќе имаат тенденција да веруваат дека тие ги контролираат медиумите, а не медиумите нив. Поединците кои се писмени за вести понатаму ќе бидат и оние кои имаат поголем квантитет на знаења за тоа како функционираат медиумите, за нивната структура и влијание.

Овој модел во ова истражување е проширен, имајќи ја предвид сложеноста и претпоставката за вклученост и на други компоненти што би можеле да се поврзани со писменоста за вести и, следствено, би можеле да влијаат во процесот на препознавањето дезинформации. Така, беа вклучени и уште две важни компоненти:

- активациска компонента
- свесност за постоење бариери во процесот на препознавањето дезинформации.

Под активациска компонента во овој нов проширен модел се подразбира:

а) мотивација, тенденција, желба да се следат вести, при што тоа се прави затоа што се сака (интринзичка, внатрешна мотивација) или затоа што се мора, треба (екстринзичка, надворешна мотивација) и
б) мотивација за учење што се дезинформации, што би значело интерес и подготвеност за едукација за успешно препознавање и справување со дезинформациите.

Свесност за бариерите за препознавање и справување со дезинформациите е свесност за постоење препреки, тешкотии во тој процес. Има поединци кои се целосно свесни дека нивните емоции (емотивни состојби), нивното незнаење, недоволното искуство за некоја тема или немањето интерес за неа може да биде препрека за правилна дистинкција што е вистина, а што е лага во вестите.

Вака проширениот модел на медиумска писменост, освен писменоста за вести која во себе ги вклучуваше трите компоненти (потреба за спознавање, локус на контрола и знаења за медиумите), ја вклучува и активациската компонента преку мотивацијата (интринзичка/екстринзичка) за следење вести, мотивацијата за учење што се дезинформации, како и свесноста за постоењето бариери во тој процес.
На крај, овој сложен конструкт наречен медимска писменост ќе значи умешност за препознавање на дезинформациите. Ќе значи и добро информиран и одговорен граѓанин, кој своите одлуки и однесувања ги базира врз свесно промислување и добро проверени информации кои секојдневно ги прима преку медиумите.

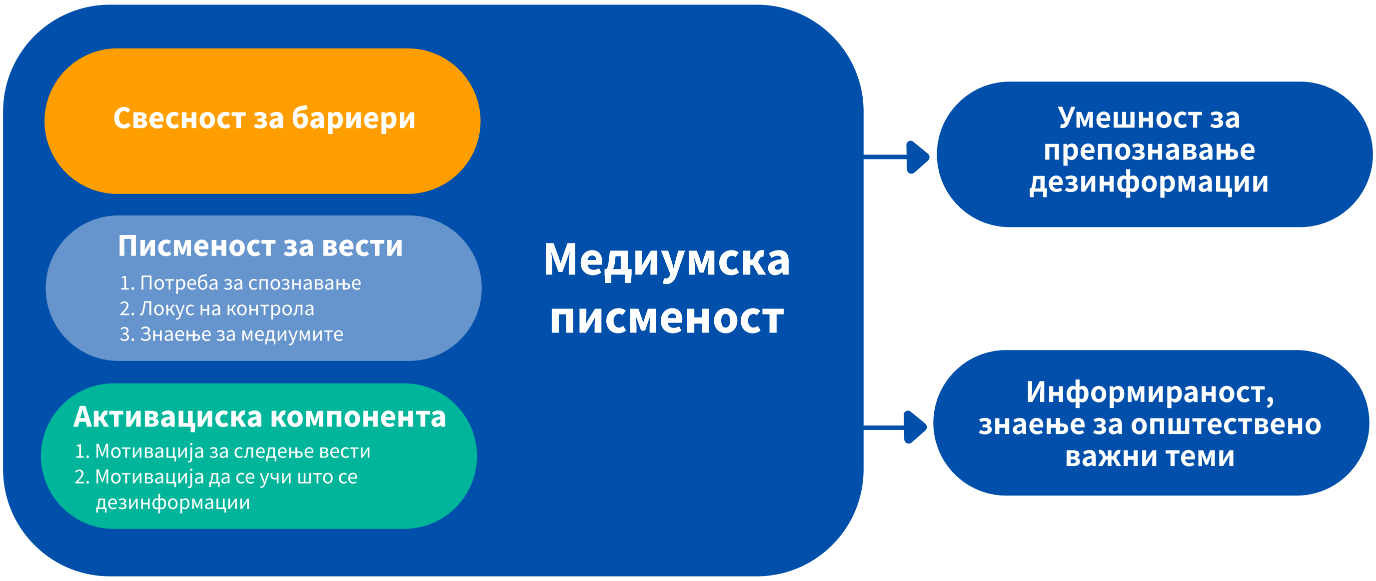
Крајно поедноставено зборувајќи, овој модел претпоставува дека поединците кои се медиумски писмени ќе бидат свесни за постоењето дезинформации, активно и свесно ќе влезат во процесот на следењето вести, а ќе знаат и ќе умеат и да ги препознаваат дезинформациите и да се справат со нив. На овој начин тие стануваат одговорни граѓани кои, освен што се помалку ранливи во однос на дезинформациите, ќе бидат и активен субјект во општеството и како конзументи, и како потрошувачи, гласачи, едукатори, воспитувачи...

Овој теориски модел е тестиран во истражувањето и сликовито би можел да се прикаже на следниот начин.

---

1 Maksl, A., Ashley, S., Craft, S. (2015). Measuring News Media Literacy, Journal of Media Literacy Education 6(3), 29 – 45, https://www.researchgate.net/publication/286937368_Measuring_News_Media_Literacy

Слика бр.1 Модел за отпорност на дезинформации



4. КЛУЧНИ НАОДИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО

- *Мерење на писменоста за вести:* Писменоста за вести може успешно да се мери со 3 скали: Скала за потребата за спознавање (СПС), Скала за локус на контрола во однос на медиумите (СЛКМ) и Скала за знаењето за медиумите (СЗМ). Од овие три компоненти се конструира Индексот на писменост за вести (ИПВ).

- *Поврзаност на писменоста за вести со мотивацијата за следење вести и со мотивацијата за учење што се дезинформации:* Писменоста за вести е поврзана со мотивацијата за следење вести. Кај младите оваа писменост е поврзана со интринзичката (од внатрешни побуди водена) мотивација (ИМ), а кај пензионерите е поврзана и со интринзичката и со екстринзичката (од надворешни побуди водена) мотивација (ЕМ). Писменоста за вести е поврзана и со мотивацијата за учење и со едукацијата за дезинформации (МУД).

- *Поврзаност на писменоста за вести со свесноста за постоење бариери во процесот на препознавање дезинформации:* Писменоста за вести е поврзана со свесноста за постоење бариери во процесот на препознавање дезинформации.

- *Социолошките фактори кои се во релација со писменоста за вести:* Кај младите, родот, етничката припадност и местото на живеење (урбана/рурална средина) се поврзани со писменоста за вести, кај пензионерите само местото на живеење.

- *Поврзаност на писменоста за вести со дигиталната писменост:* Кај младите писменоста за вести е поврзана со учеството во некоја програма за медиумска/дигитална писменост. Кај пензионерите, писменоста за вести не е поврзана со дигиталната писменост.

- *Конструирање на медиумската писменост: Цврстата меѓусебна поврзаност на четирите компоненти:* писменоста за вести, интринзичката мотивација и мотивацијата за учење за дезинформации (кај студентите, а кај пензионерите дополнително и екстринзичката мотивација), како и свесноста за постоење бариери во процесот на препознавањето деинформации покажува дека може да се зборува за постоење на еден сложен конструкт којшто може да се нарече медиумска писменост.

- *Поврзаност на медиумската писменост со препознавање на дезинформациите во интернет-вестите:* Медиумската писменост е поврзана со умешноста за препознавање дезинформации во интернет-вестите кај студентите, но и не кај пензионерите.
- *Поврзаност на медиумската писменост со добра информираност за актуелни, општествено-политички теми:* Медиумската писменост во потполност значи и добра информираност за актуелни, општествено-политички теми.
- *Медиумска писменост кај социјално ранливи категории:* Во однос на групата Роми приматели на социјална помош, и покрај ниското ниво на образование или немањето образование, впечатокот е дека има доволна свест за постоењето на медиуми кои постојано пласираат разновидни информации; потреба за знаење, особено за информации кои им значат егзистенција, како и „здраворазумско“ заклучување.

КРУЦИЈАЛЕН НАОД

Сумирано, одговорот на главното истражувачко прашање за тоа кои се факторите, мотивите и бариерите во процесот на препознавање дезинформации ќе биде:

Факторите во процесот на препознавање дезинформации се:

- Потребата за спознавање,
- Верувањето дека се има контрола врз информациите што ги добиваме од медиумите
- Знаењето за структурата, за функционирањето и за влијанието на медиумите.

= Тоа се всушност трите компонети кои ја одредуваат писменоста за вести.

Мотивите во процесот на препознавање дезинформации се:

- Мотивација за следење вести, која може да биде интринзичка (став дека вестите се следат за сопствено добро или затоа што се сака) и/или екстринзичка (вестите се следат затоа што така треба, заради некоја надворешна награда, дури и кога се нема никаква корист од нив)
- Мотивација за учење, едукација и надградување во сферата на дејствување на дезинформациите и

Бариерите во процесот на препознавање дезинформации се:

емоциите, недоволното знаење, недоволното искуство, недоволната заинтересираност и недоволната важност што им се припишува на одредени теми за кои медиумите не информираат .

5.

ПРОФИЛИ – ДОБИЕНИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО И ТЕОРЕТСКИ ПРОФИЛ НА МЕДИУМСКИ ПИСМЕНА ИНДИВИДУА

Сумирајќи ги сите податоци (и од униваријантната анализа, како и од тестирањето на моделот за препознавање дезинформации, би можеле да се профилираат две групи индивидуи и кај студентите и кај пензионерите.

Освен тоа, се конструираше и профил врз основа на одговорите на учесниците во фокус-групата со лица од социјално ранлива категорија, како и еден „пожелен“ профил, во согласност со сите добиени резултати и со нивната анализа.

СТУДЕНТИ

Студенти со ПОНИСКА медиумска писменост

- Почесто од женски род
- Без едукација за медиумска /дигитална писменост
- Од рурална средина
- Еднакво од сите етнички групи

- Пониска потреба за спознавање
- Понизок локус на контрола
- Помало ниво на знаење за медиумите

= понизок индекс на писменост за вести

- Пониска интринзичка мотивација за следење вести
- Помала мотивација за учење за дезинформации
- Помала свесност за постоењето бариери во процесот на информирање

- Помалку знаења за ЕУ интеграциите на РСМ
- Помалку знаења за климатските промени
- Помал интерес и припишување помала важност на темите како ЕУ интеграциите на РСМ
- Помал интерес и припишување помала важност на темите како климатските промени

Помала успешност во препознавање знаци за дезинформации во интернет-вести

Студенти со ПОВИСОКА медиумска писменост

- Почесто од машки род
- Учество на едукација за медиумска/дигитална писменост
- Од урбана средина
- Еднакво од сите етнички групи

- Повисока потреба за спознавање
- Повисок локус на контрола
- Поголемо ниво на знаење за медиумите

= повисок индекс на писменост за вести

- Повисока интринзичка мотивација за следење на вести
- Поголема мотивација за учење за дезинформации
- Поголема свесност за постоењето бариери во процесот на информирање

- Повеќе знања за ЕУ интеграциите на РСМ
- Повеќе знаења за климатските промени
- Поголем интерес и припишување поголема важност на темите како ЕУ интеграциите на РСМ
- Поголем интерес и припишување поголема важност на темите како климатските промени

Поголема успешност во препознавањето знаци за дезинформации во интернет-вести

ПЕНЗИОНЕРИ

Пензионери со ПОНИСКА медиумска писменост

- Еднакво машки и женски
- Еднакво од сите етнички заедници
- Од сите нивоа на образование
- Од рурална средина

- Пониска потреба за спознавање
- Понизок локус на контрола во однос на медиумите
- Помало ниво на знаење за медиумите

= понизок индекс на писменоста за вести

- Пониска интринзичка мотивација за следење вести
- Пониска екстринзичка мотивација за следење вести
- Помала мотивација за учење за дезинформации
- Помала свесност за постоење бариери во процесот на информирање

- Помалку знаења за ЕУ-интеграциите на РСМ
- Помалку знаења за климатските промени
- Помал интерес и припишување помала важност на темите како ЕУ-интеграциите на РСМ
- Помал интерес и припишување помала важност на темите како климатските промени

Исклучително ниска успешност во препознавање знаци за дезинформации во интернет-вести

Пензионери со ПОВИСОКА медиумска писменост

- Еднакво машки и женски
- Еднакво од сите етнички заедници
- Од сите нивоа на образование
- Од урбана средина

- Повисока потреба за спознавање
- Повисок локус на контрола
- Поголемо ниво на знаење за медиумите

= повисок индекс на писменоста за вести

- Повисока интринзичка мотивација за следење вести
- Повисока екстринзичка мотивација за следење вести
- Поголема мотивација за учење за дезинформации
- Поголема свесност за постоење бариери во процесот на информирање

- Повеќе знаења за ЕУ-интеграции на РСМ
- Повеќе знаења за климатските промени
- Поголем интерес и припишување поголема важност на темите како ЕУ-интеграциите на РСМ
- Поголем интерес и припишување поголема важност на темите како КП

Исклучително ниска успешност во препознавање знаци за дезинформации во интернет-вести

Лица од социјално ранливи категории

Сумирајќи ги податоците добиени од интервјуата, во фокус-групата од лица приматели на социјална помош би можело да се профилира една група.

Профил на лица во социјален ризик

- Жени, Ромки
- Од 22 до 53 години, средна возраст 34.4 години
- 75 % се без основно образование
- Невработени
- Населба со доминантно ромско население Шуто Оризари
- Сите приматели на социјална помош

- Без едукација за медиумска/дигитална писменост
- Без писменост за вести
- Не се следат никакви вести
- Мал процент се информираат првенствено од телевизија
- Само една учесничка чита вести на интернет
- Информации што се важни за нив ги проверуваат преку лични социјални контакти („на улица“)

- Надворешна мотивација за следење вести
- Инструментална потреба да се следат медиумите: се следи само тоа што им е најмногу важно – вести поврзани со социјалната помош

- Непознавање општествено важни теми
- Немање интерес за следење општествено важни теми
- Непознавање на поимот дезинформации

Медиумски писмена личност

Врз основа на теоријата и истражувачките наоди, би можела да се профилира како посакуван модел на медиумски писмена личност која успешно се справува со дезинформациите. Кон овој модел треба да се стремат сите едукативни програми чиј фокус е градењето отпорност на дезинформации.

Медиумски писмена личност
посакуван профил

- Еднаква застапеност од машки и женски род
- Еднаква застапеност од сите етнички заедници/групи
- Еднаква застапеност и од урбана и од рурална средина
- Еднаква застапеност на сите возрасни групи

Достапност до разни образовни програми
- Континуирана едукација за медиумска и дигитална писменост според потребите, способностите и индивидуалните карактеристики
- Учество на работилници што се засновани врз искуствено учење, чија цел е освестување на психолошките механизми во процесот на препознавање на дезинформациите

ПОВИСОКА МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ
- Повисок индекс на писменост за вести
- Висока потреба за спознавање преку развивање интелектуална љубопитност
- Повисок локус на контрола развивана со активности кои ќе го зајакнат ставот дека од нас зависи дали и како ќе бидеме информирани/дезинформирани
- Поголемо ниво на знаење за медиумите

Повисока активациска компонента во однос на медиумите и информациите
- Повисока внатрешна мотивација за следење вести
- Поголема мотивација за учење, едукација за дезинформации, вклучување во програми за медиумска писменост

Поголема свесност за постоење бариери во процесот на информирање
- Поголема свесност за улогата на емоциите, знаењето, искуството и интересот во препознавањето на дезинформациите

Одговорен и партиципативен граѓанин кој носи информирани одлуки, односно врз основа на факти
- Поголем интерес и припишување поголема важност на општествено важни теми
- Поголема информираност и повеќе знаења за општествени важни теми
- Проактивност и вклучување во општествените процеси преку употреба на медиумите

Голема успешност во препознавање знаци за дезинформации во медиумскиот простор

6. ПРЕПОРАКИ

Општи препораки

При планирање каква било содржина, треба да се води сметка за:

- Спецификите на групата за која се наменети активностите;
- Освен содржината на активностите, од клучно значење е пристапот во работата, којшто секогаш мора да поттикнува интелектуална љубопитност и да стимулира креативност;
- Во обуките за медиумска писменост, пожелно е да се вклучат и вежби за правопис, обрнување внимание на печатни грешки во текстовите;
- Пожелно би било во едукативните активности да се вклучат и содржини што ги јакнат комуникациските вештини на учесниците.

Препораки поврзани со наодите

1. *Тестирање на писменоста на вести* – Се препорачува, пред започнувањето каква било едукативна програма, да се спроведе тестирање на учесниците преку користениот инструмент за мерење на писменоста за вести во ова истражување, за да се добие точна слика за нивото на писменоста за вести и заради соодветно насочување на едукативните содржини и цели.

2. *Потреба за спознавање.* Активностите или задачите треба да вклучуваат елементи што поттикнуваат интелектуална љубопитност, истражување, развивање на апстрактното мислење, логичко мислење, решавање дилеми, разработка на сложени прашања, дебатирање и сл.

3. *Локус на контрола во однос на медиумите.* Две работи е важно да се научат за развивање на внатрешната контрола: лична одговорност, дека сѐ што ни се случува е резултат на нашите лични избори и одлуки, и желба за постојано учење (отворен ум /англ. growth mindset наспроти затворен ум /англ. fixed mindset/[2]).

4. *Знаење за медиумите* – на интересен и интерактивен начин да се претставуваат работите важни за разбирање како функционираат медиумите.

5. *Развивање интринзичка мотивација* – креирање таква средина за учење која ќе промовира: 1. Самостојност 2. Поврзаност со луѓето врз здрави основи и 3. Чувство на сопствена компетентност

6. *Развивање мотивација за учење за дезинформациите* – претставување на моќта на дезинформациите преку разоткривање на нивната потенцијално огромна моќ (и во позитивна и во негативна смисла), како и преку разоткривање на влијанието врз животот на луѓето со примери од реалноста, со повикување и споделување лични искуства и сл.

---

2 Луѓето со „отворен ум“ секогаш настојуваат да ги подобрат своите способности и таленти преку напорна работа, планирање, земање предвид и мислењето на другите; луѓето со „затворен ум“ веруваат дека едноставно имаат природни таленти што не треба да се подобруваат. Луѓето со отворен ум, бидејќи постојано се обидуваат да донесат добри одлуки, ќе бидат мотивирани од работите што ги контролираат.

7 *Развивање свесност за постоење бариери во процесот на препознавање дезинформации* – од клучно значење за оваа свесност е развивањето критичко мислење, но и развивањето емоционалната писменост и компетентност.

8 *Развивање на знаењата и на свесноста за мисловните (когнитивните), социјалните и емоционалните процеси* што прават луѓето да се „залепат“ на дезинформациите и да бидат ранливи во однос на формирање погрешни верувања и носење погрешни заклучоци.

9 *Спроведување дополнителни истражувања на различни возрасни групи, на групи со различни професии, од различни средини.* Оваа препорака се заснова врз наодите во врска со алармантно ниското знаење на испитаниците, особено на студентите, за прашања од општествено значење, како што се европската интеграција и климатските промени. Исто така, ќе бидат потребни други истражувања на репрезентативен примерок според главните демографски податоци, за да може да се донесат валидни заклучоци во однос на факторите, мотивите и бариерите во процесот на препознавање дезинформации.

Препораки за активности со социјално ранливите групи

10 Во однос на групата Роми приматели на социјална помош, и покрај ниското ниво на образование, сепак впечатокот е дека има доволна свест, потреба за знаење, „здраворазумско“ заклучување. Оттаму, оваа група може да биде податна за основна обука за поимот и за функционирањето на медиумите, доколку се приспособат содржините на обуката кон интересите на оваа група. Не се препорачува оваа група да биде целна група за обука, но може да се почне со мал пилот-проект, а активностите да се изведуваат во средината во која живеат заради чувството на сигурност кај оваа група. Доколку се одлучи да се работи со оваа група, треба дополнително да се направи подетална анализа на нивните капацитети и потреби.

Целосниот извештај од истражувањето може да го прочитате овде (линк).

Институт за комуникациски студии

НЕ ВЕРУВАЈ ПРОВЕРУВАЈ! #користифакти

www.iks.edu.mk
info@iks.edu.mk

British Embassy Skopje

UKaid from the British people

Ова истражување е спроведено во рамки на проектот „Употреба на новинарство засновано на факти за подигање на свеста и спротивставување на дезинформациите во медиумскиот простор во Северна Македонија“ финансиран од Владата на Обединето Кралство, со поддршка на Британската амбасада Скопје. Мислењата и ставовите наведени во оваа содржина не ги одразуваат секогаш мислењата и ставовите на Британската Влада.

Институт за комуникациски студии

НЕ ВЕРУВАЈ
ПРОВЕРУВАЈ!
#користифакти