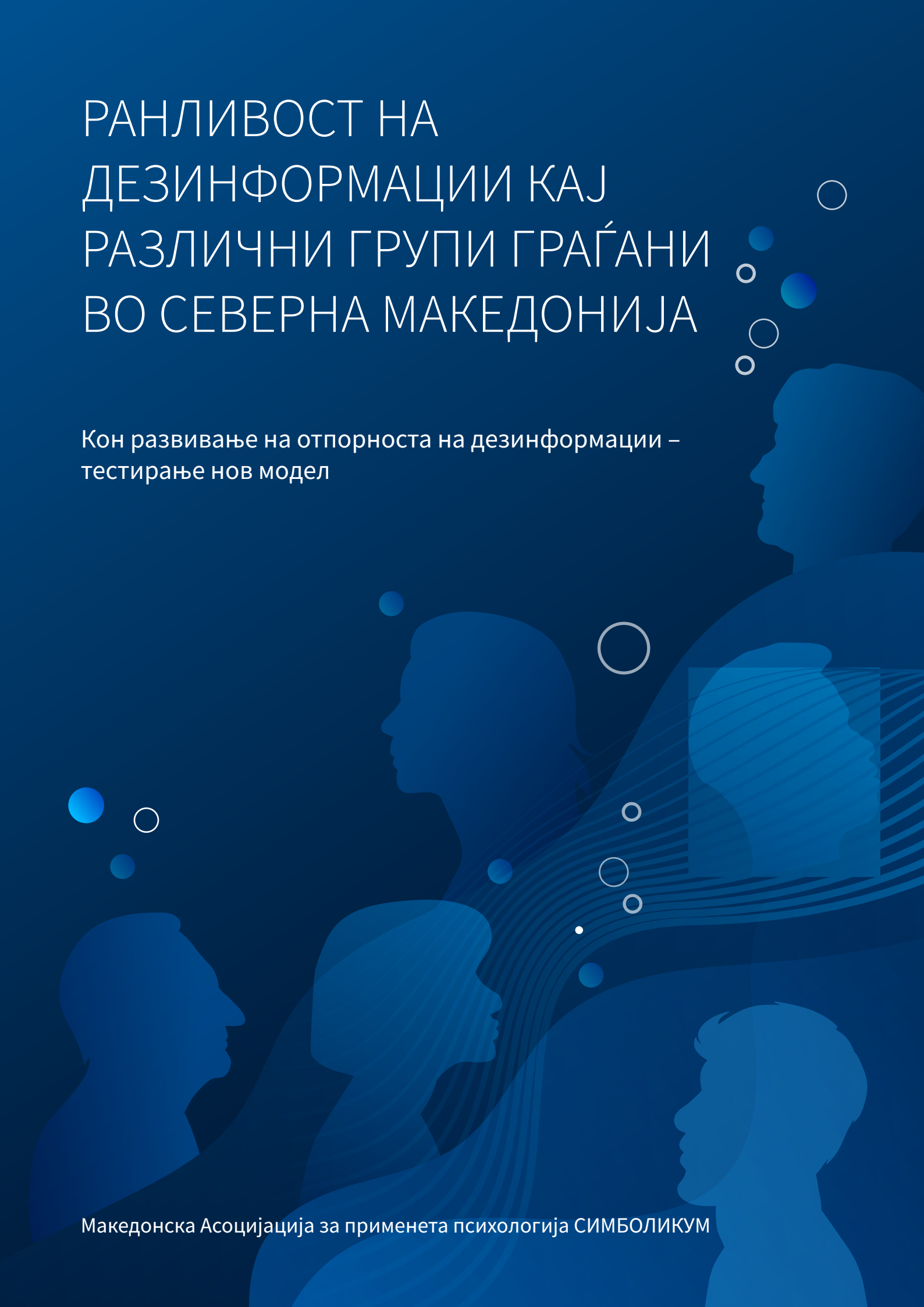


РАНЛИВОСТ НА ДЕЗИНФОРМАЦИИ КАЈ РАЗЛИЧНИ ГРУПИ ГРАЃАНИ ВО СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

The background features a dark blue gradient with several white and light blue silhouettes of human heads in profile, facing right. These silhouettes are layered, with some appearing more prominent than others. Interspersed among the silhouettes are various circular elements: some are solid light blue, some are white outlines, and some are white outlines with a light blue gradient fill. The overall aesthetic is clean and modern, suggesting a focus on human communication and information.

Кон развивање на отпорноста на дезинформации –
тестирање нов модел

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

Содржина

1 ДЕБАТА СО АДВОКАТОТ НА ЃАВОЛОТ ЧУМУ ОВА ИСТРАЖУВАЊЕ?	5
2 РЕЧНИК	9
3 ВОВЕД	11
4 Цели и предмет на истражувањето, истражувачки прашања и променливи	14
4.1 Цел на истражувањето	14
4.1.1 Определување ранливи групи за потребите на истражувањето	14
4.2 Предмет на истражувањето	15
4.3 Истражувачки прашања	16
4.4 Променливи	16
4.4.1 Операционализација на променливите	17
4.5 Методи и техники на прибирање податоци	18
4.5.1 Анкета со структуриран прашалник во онлајн и во печатена верзија	18
4.5.2 Фокус-група од лица во социјален ризик за испитување на нивното мислење за следење вести и за справување со дезинформации	18
5 РЕФЕРЕНТНИ ИСТРАЖУВАЊА	19
5.1 Референтни истражувања во светот	19
5.2 Референтни истражувања во Македонија	21
6 ДОБИЕНИ ПОДАТОЦИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО	23
6.1 Демографски карактеристики на испитаниците	23
6.2 Вклученост на испитаниците во програми за медиумска или дигитална писменост	25
6.3 Следење вести на интернет	25
6.4 Колку често испитаниците користат компјутер	26
6.5 Писменост за вести	27
6.5.1 Потреба за спознавање	27
6.5.2 Локус на контрола во однос на медиумите	28
6.5.3 Знаење за медиумите	30
6.5.4 Индекс на писменост за вести	32

6.6	Мотивација за следење вести и учење, едукација за дезинформации	34
6.6.1	Мотивација за следење вести – екстринзичка и интринзичка (надворешна и внатрешна)	34
6.6.2	Мотивација за учење за дезинформациите	36
6.7	Свесност за постоење бариери	37
6.8	Знаење и интерес за информациите поврзани со европската интеграција на Македонија и со климатските промени	38
6.8.1	Заинтересираност за темите: европска интеграција на РМ и климатски промени и важноста на тие теми за индивидуата	41
6.9	Квиз-прашања – препознавање знаци што укажуваат на можна дезинформација или неточна вест	42
6.9.1	Студенти	44
6.9.2	Пензионери	44
6.10	Тестирање на моделот за препознавање дезинформации	45
6.11	Квалитативна анализа на фокус-групата од лица во социјален ризик	51
6.12	Сумирани резултати и заклучоци	56
7	Одговарање на истражувачките прашања	62
8	Ограничувања на истражувањето	65
9	Препораки	66
	Користена литература	71
	Прилог	72
	Прашалник за испитување на мислењето на граѓаните за следење вести и за справување со дезинформациите	

1.

ДЕБАТА СО АДВОКАТОТ НА ЃАВОЛОТ – ЧУМУ ОВА ИСТРАЖУВАЊЕ?

Дебата со Адвокатот на Ѓаволот¹

Наслов: Чуму вакво истражување?

Учесници: Адвокатот на Ѓаволот (АЃ) и истражувачот (И)

Поширок контекст во којшто се случува дебата: Р. С. Македонија

Сцена: Сала за состаноци во Институтот за комуникациски студии

АЃ: Го прочитав извештајот од Вашето истражување за ранливоста на дезинформации. Истражувачу, зошто воопшто ги истражувате дезинформациите? Спомнете ми, дезинформациите немаат толкава важност колку што им се придава!

И: Затоа што живееме во општество преплавано со информации и дезинформации, па индивидуата сè потешко може да ја препознае вистинитата информација. Дезинформациите се опасни поради нивната потенцијална разорна моќ да нè наведат на погрешна одлука, однесување, да предизвикаат конфузија, нереди, да предизвикаат дури и војни. Дезинформациите, благодарение на светската мрежа, односно на интернетот, денес се шираат многу побрзо и полесно, и ние мора да ги сфатиме начините и механизмите како им успева тоа.

АЃ: Истражувачу, внесувајте и еден поим „ранливост на дезинформации“? Каква е, пак, оваа ранливост? Што подразбираете кога велиете „ранливост“?

И: Ранливоста значи неможност, незнаење, немање способност и/или капацитет на поединецот да се заштити од нешто што може да го повреди.

АЃ: Јас прашав што е ранливост на дезинформации. Посебно ли ѓакво нешто или Вие само конструирајте поим без некое посебно значење?!

И: Потребата од ваков поим е всушност насушна. Подразбира недостиг од свесност за постоењето на дезинформациите, како и за намерата на оние кои ги шират. Непознавањето на потенцијалната разорна моќ на дезинформациите ја отвора вратата за многу несакани дејствија, често дури и нехумани, непримамливи за хуманото човештво. Конструирањето ваков поим, а подоцна и неговото испитување и истражување, пак, има крајно добронамерна цел: поттикнува свесност кај граѓаните за потенцијалните опасности од ширењето на дезинформациите, и организиран и систематски одговор на таквото ширење. Општествена одговорност е да се грижиме за оваа ранливост и да се обидеме да направиме нешто со што би ја намалиле.

¹ *Advocatus diaboli* (латински „адвокатот на Ѓаволот“) е поранешна официјална позиција во Католичката црква, наречен и Промотор на верата: оној кој аргументира против канонизацијата (прогласувањето светец) на кандидатот со цел да открие какви било негови недостатоци или погрешно претставување на доказите во прилог на фаворизирање на канонизацијата. Задачата на оваа личност била да има скептично гледиште за карактерот на кандидатот за канонизација, да бара пропусти во доказите, да тврди дека чудата што му се припишуваат на кандидатот биле измамнички итн. Адвокатот на Ѓаволот со аргументи му се спротивставува на „Божјиот застапник“ (*advocatus Dei*; познат и како 'Промотор на каузата'), чија задача била да го изнесе аргументот во корист на канонизацијата. И покрај тоа што е средновековен по потекло, овој идиоматски израз е еден од најпопуларните денешни англиски идиоми што се користат за изразување на концептот на расправа, аргументирање против нешто без всушност да се залагаме за спротивното мислење (Fanning, W. (1911). *Promotor Fidei*. In *The Catholic Encyclopedia*. New York: Robert Appleton Company. Retrieved February 16, 2023 from New Advent: <http://www.newadvent.org/cathen/12454a.htm>).

АГ: Од кога се појавуваат дезинформациите, што е понов или постар феномен? Штом сега ги истражуваат, изгледа е феноменот нов!

И: Се вели дека дезинформациите помогнале да се доведат римските императори на власт, кои користеле пораки на монети како форма на масовна комуникација, а нацистичката пропаганда своевремено во голема мера се потпираше на печатот, радиото и киното во намерата да влијае врз ставовите и однесувањата на народот. Феноменот е прилично стар, можеби заложбите за (систематско) справување со дезинформациите се од поновата историја. Денес, обидите за пласирање дезинформации можат дополнително да ја искористат дигиталната инфраструктура што е неспоредлива во својот дофат со сите претходни. Интернетот допира до милијарди поединци и им овозможува на испраќачите да ги приспособат убедливите пораки на специфичните психолошки профили на поединецот. Затоа денес сè повеќе се истражуваат дезинформациите и нивното влијание.

АГ: Па, како мислите Вие дека може да ја „победиме“ целата оваа дигитална инфраструктура? Тоа е невозможно!

И: Со развивање отпорност.

АГ: Отпорност на што?

И: Отпорност на дезинформации, што значи опременост со знаење и вештини за преиспитување на вистинитоста на информациите, како и на целта и начинот на којшто се пренесени до нас. Тоа е нешто што се учи!

АГ: Зошто, пак, да се развива отпорноста кај широка јавност и ранливите групи кон дезинформации? Нели може нешто друго, попрактично? Нели е едноставно да се обучат новинарите да не шират дезинформации???

И: Бидејќи е многу тешко, дури и невозможно, да се влијае врз креаторите на дезинформации, со оглед дека тоа е најчесто резултат на свесни и промислени тенденции за манипулации, најважно е да ја развиваме отпорноста на јавноста на дезинформации, особено ранливите групи.

АГ: А како, пак, што може да се развива? Како мислите дека може да развијат отпорност на дезинформации??

И: Има неколку начини, но зголемувањето на медиумската писменост е еден од најефикасните начини.

АГ: Аха, зашто ли како предмет на истражување ја зедовте медиумската писменост? Ми личи на едноставен пофат!

И: Да, предметот ни е поврзаноста на медиумската писменост со препознавањето знаци за дезинформации, но потфатот воопшто не е едноставен. Во овој механизам вклучивме неколку променливи за коишто сметаме дека се поврзани: писменост за вести; мотивираност да се следат вести; интерес и мотивација да се научи што се дезинформации; свесност за постоење бариери при препознавањето и справувањето со дезинформации. Ви реков дека потфатот воопшто не е едноставен.

АГ: Мислам дека неопходно комплицираат!

И: Станува збор за сложен механизам, сплет од неколку фактори. Ако сака да умее да ги препознава дезинформациите, поединецот мора да ги познава медиумските системи и како тие функционираат и влијаат врз околината, а и да биде мотивиран (про)активно да се однесува кон процесот на восприемање вести/информации. Овие две работи всушност најчесто одат заедно. Ако е човекот мотивиран, ако сака, ако има желба да знае да ги препознава дезинформациите,

тогаш најверојатно и ќе се едуцира за тоа како функционираат медиумските системи во општеството. Но, и другиот механизам е еднакво важен и веројатно точен: тој што ќе се образува за медиумите и за медиумските системи, станувајќи свесен за механизмите на дејствување на дезинформациите, ќе биде и сè помотивиран да ги препознава скриените знаци за дезинформации. Активациската компонента е составен дел од медиумската писменост.

АГ: *Сейак сметам дека е невозможно да се измери медиумската писменост. Како ја мерите Вие? Како ќе измерите колку е некој медиумски писмен???*

И: Прво, потребно е да се прави разлика помеѓу писменоста за вести и медиумската писменост. Секако дека овие два поими се преклопуваат во некој сегмент, но не се целосно синоними. Писменоста за вести ја мериме преку 3 компоненти: едната е потребата за спознавање, втората е локус на контрола во однос на медиумите, а третата е знаењето за медиумите. Првата значи потреба на човекот да биде вклучен во размислување, мисловни активности. Втората значи лично чувство на поединецот дека тој владее со информациите, а не информациите (медиумите) со него. Третата компонента се однесува на знаењата за структурата на медиумите, како функционираат, која е нивната улога и влијание и како се регулирани тие. Така, луѓето кои имаат поголема потреба за создавање (кои се интелектуално љубопитни и уживаат да бидат вклучени во мисловни активности), кои имаат чувство дека владеат со информациите/медиумите (повисок локус на контрола), како и оние кои имаат поголеми познавања за структурата, функционирањето и влијанието на медиумите – ќе имаат поголема писменост за вести. Медиумската писменост, пак, е конструкт којшто, покрај писменоста за вести, во себе вклучува и активациска компонента како мотивираност за следење вести и мотивираност за учење и оспособување за препознавање дезинформации, како и свесност дека тој процес не е едноставен, напротив, дека постојат многу бариери, многу пречки при препознавањето и справувањето со дезинформациите.

АГ: *Ме збунувате сега... Медиумска писменост е исто што и отпорност на дезинформации? Оние кои се медиумски помалку писмени се и отпорливи на дезинформации???*

И: Да, тоа е како фигура и заднина, едното е одраз на другото. Во заднината е медиумската писменост, појавното однесување е препознавањето на дезинформациите и однесувањето соодветно на тоа.

АГ: *Сте вклучиле и знаење за теми како процесот на европската интеграција и климатски промени? Не гледам никаква релација на познавањето на ваквите теми со медиумската писменост?*

И: Одговорен граѓанин е добро информиран граѓанин. Активен граѓанин со партиципативна култура е граѓанин кој е и сака да биде соодветно информиран за важни општествени теми, прашања. Европските интеграции се важна и горлива тема за нас, а климатските промени се горлив проблем за целото човештво. Оттука, одговорен и активен граѓанин е граѓанин кој е медиумски писмен, но и писмен за теми од општествен интерес. Тоа се поврзани феномени!

АГ: *А како може да се измери дали и колку некој знае да препознава дезинформации? Ми се чини дека постојано се обидуваме да мериме немерливи работи!*

И: Конструиравме 3 текста, три кратки вести претставени како интернет-вести (вести на интернет-портал), во кои вметнавме знаци по коишто може да се препознаат дезинформациите и гледавме дали испитаниците успеваат да ги најдат тие знаци. Не сме потполно сигурни дека токму тоа е валиден инструмент за мерење на умешноста за препознавање дезинформации, но сепак веруваме дека дава одредени насоки.

АГ: Е, кои се тие знаци?

И: Пренагласување одредени информации, ненаведување прецизни извори, употреба на емотивно оптоварени зборови, повеќе печатни грешки во текстот, претерано користење интерпункциски знаци – сето тоа го вклучивме во текстовите.

АГ: Колку знаци претходно ситудентите?

И: Па, по 2-3 во секоја од вестите.

АГ: А пензионерите колку?

И: По еден.

АГ: А колку знаци за дезинформации беа вклучени во една вест?

И: 9 во секоја од трите вести!

АГ: На што се должи ова? Зошто ситудентите, а особено пензионерите претходноа т толку малку знаци за дезинформации? Кој е одговорен за ваквата ситуација?

И: Одговорни сме сите ние коишто сме вклучени во едукацијата, особено на младите, а не успеваме да развиеме интелектуална љубопитност; сите ние што се занимаваме со комуникации и медиуми, а не успеваме да им пренесеме на младите знаења за тоа како функционираат медиумите, па дури сме придонеле и кон одбивност за следење медиумски содржини, особено кај младите; одговорни се и оние кои креираат политики, а не се чувствуваат одговорни што не ја градат отпорноста на дезинформации.

АГ: Зошто избравте интернет-вест? Дезинформации се шират низ сите медиуми!

И: Сметаме дека интернет-веста има најголема потенцијална разорна моќ зашто може да дојде до поголем број корисници; тука подготовката на вестите е со најголем број предизвици, дури имаме и нечовечки облици (bot) што креираат вести; таа сфера е и најмалку регулирана, па претпоставивме дека дезинформациите најбзо и најлесно се шират на интернет. Кај традиционалните медиуми состојбите се, повеќе или помалку, поинакви.

АГ: Јас, искрено, од дрвјата не можам да ја видам шумата! Што докажавте всушност Вие за медиумската писменост? Кое е најважното сознание од Вашето истражување?

И: Сложено е истражувањето, вклучени се неколку компоненти, но таков е и целиот тој процес/механизам на препознавање и справување со дезинформациите. Она што е првенствено важно да се разбере е дека тоа не е едноставен процес, вклучени се неколку фактори кои си влијаат заемно еден на друг. А круцијалното сознание е тоа дека медиумската писменост влијае врз умешноста за препознавање на знаците за дезинформации, па луѓето кои се медиумски писмени поуспешно ќе ги препознаваат дезинформациите. Но, тоа, интересно, важи само за студентите! Кај пензионерите се други „правилата на игра“. Тие помалку го познаваат киберпросторот, помалку го познаваат функционирањето на порталите и веројатно мислат дека веста се подготвува исто како и во мејнстрим медиумите. Оттаму тие, иако медиумски писмени исто колку и студентите, ќе немаат речиси никаква умешност за препознавање на дезинформациите во интернет-вестите.

АГ: И што сега? Каде и за што можат да се употребаат овие сознанија? Јас не гледам некоја голема корисност од нив!

И: Користа е огромна! Кога се знае механизмот на дејствување на медиумската писменост, кога се знаат факторите, мотивите и бариерите во процесот на препознавање и справување со дезинформациите, тогаш тоа може и треба да се искористи во креирање едукативни содржини и/или програми за развивање на медиумската писменост. Спецификите, пак, на овој механизам за секоја група (било тоа да е според возраста, полот, образованието...) треба да бидат внимателно и адекватно искористени!

Впрочем, видете ги внимателно податоците прикажани во истражувањето па оттаму ќе сфатите како можат тие да бидат употребени и практично и корисно!

РЕЧНИК

Дезинформација

Дезинформација е информација чија неточност може да се потврди, а која е споделена со намера да измами или да доведе во заблуда. (UK Government Communication Service). Тоа е неточна информација која намерно и често тајно се шири (како во ситуации на подметнување гласишта), со цел да се влијае врз јавното мислење или да се прикрие вистината. (<https://www.merriam-webster.com/dictionary/disinformation>)

Ранливост на дезинформации

Социјалната ранливост е дефинирана како „состојба на поединец, групи или цели заедници која се карактеризира со: неможност да се совладаат негативните последици од стресорите; висок потенцијал да бидат физички или психички ранети/повредени и недостиг од капацитет, способности и можности за: предвидување на стресните ситуации; справување со стресните ситуации; надминување на последиците од стресните ситуации, и – опоравување од стресните ситуации“. Оттаму, „поединец, група или заедница која има поголем капацитет за приспособување, а помала чувствителност и изложеност на стресори е помалку ранлива. Поединец, група или заедница која има помал капацитет за приспособување, а поголема чувствителност и изложеност на стресори е поранлива.“

(https://www.mtsp.gov.mk/WBStorage/Files/priracnik_socijalni_usligi.pdf)

Следствено, ранливоста на дезинформации значи неумешност да се препознаат дезинформациите, висок ризик да се сносат негативните последици од нив, низок капацитет, способности и можности за справување со нив, како и честа изложеност на дезинформации.

Медиумска писменост

Медиумската писменост е способност за користење, разбирање и креирање медиумски содржини и комуникации во различни контексти. (<https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research>) Медиумската писменост е поширок концепт на писменоста, што вклучува можност за: пристап и анализа на медиумските пораки; создавање, размислување и преземање акција користејќи ја моќта на информациите и комуникацијата за да се направат одредени значајни промени во околината (https://www.aspeninstitute.org/wp-content/uploads/2010/11/Digital_and_Media_Literacy.pdf).

Писменост за вести (news literacy).

Писменоста за вести е вештина за критичко размислување, деконструкција на значењето и проценка на кредибилитетот на информациите; правилно толкување на примени информации, разликување мислења од факти; препознавање на веродостојност на информацијата и официјален став наспроти лично мислење и толкување настани од страна на поединци² (Речник на медиумската писменост, Институт за комуникациски студии. Скопје 2023 г.).

Потреба за спознавање:

Потребата за спознавање (оригинално од поимот need for cognition) се однесува на тенденцијата на поединецот да се вклучи и да ужива во активности кои бараат размислување. Некои поединци имаат релативно мала мотивација за когнитивно сложени задачи. Овие индивидуи се опишани како оние со ниска потреба за спознавање. Други поединци постојано се вклучуваат и уживаат во когнитивно предизвикувачки активности и се вели дека имаат голема потреба за спознавање. (<http://psychology.iresearchnet.com/social-psychology/personality/need-for-cognition/>)

Локус на контрола во однос на медиумите

Локус на контрола е психолошки поим воведен во психологијата од Џулијан Ротер (<https://dictionary.apa.org/locus-of-control>), а се однесува на степенот до којшто поединецот чувствува контрола во однос на неговиот или нејзиниот живот. Некој со внатрешен локус на контрола ќе верува дека работите што му се случуваат се под големо влијание на неговите сопствени способности, постапки или грешки. Лицето со надворешен локус на контрола ќе има тенденција да чувствува дека другите сили – како што се случајните шанси, факторите на околината или дејствата на другите – се поодговорни за настаните што се случуваат во неговиот живот.

Кога се зборува за локус на контрола во однос на медиумите, се мисли на чувството што го имаат поединците за тоа дали нивната информираност (дезинформираност) е резултат на нивните заложби, знаења и активности, или пак, резултат на медиумите и на тоа како тие ги претставуваат информациите. Поединците со внатрешен локус на контрола ќе сметаат дека од нив зависи дали и колку ќе бидат точно информирани, додека поединците со надворешен локус на контрола ќе сметаат дека од медиумите ќе зависи дали и колку точно ќе бидат информирани.

Екстринзичка мотивација за следење вести

Екстринзичка или надворешна мотивација значи надворешен поттик за вклучување во одредена активност, мотивација што произлегува од очекувањето казна или награда (на пример, завршување несакана работа во замена за плаќање) ([APA Dictionary of Psychology](#))

Екстринзичка мотивација е мотивација која е водена од надворешни награди. Тие можат да бидат опипливи, како пари или оценки, или нематеријални, како што се пофалби или слава. За разлика од интринзичката или внатрешната мотивација, која произлегува од внатре во поединецот, надворешната мотивација е фокусирана исклучиво врз надворешни награди. Луѓето кои се надворешно мотивирани ќе продолжат да извршуваат некоја задача иако таа сама по себе не им носи никакво задоволство. На пример, тие ќе направат нешто во нивната работа што не им е пријатно за да ја заработат платата. Екстринзичка или надворешна мотивација за следење вести значи мотивација за следење вести водена од надворешни фактори: вестите се следат затоа што така треба, затоа што е потребно поради нешто, затоа што за тоа ќе се добие некое признание и сл.

Интринзичка мотивација за следење вести

Под интринзичка или внатрешна мотивација се подразбира поттик за вклучување во одредена активност што произлегува од задоволството од вклученоста во самата активност (на пример, вистински интерес за предметот што се проучува), наместо поради какви било надворешни придобивки (на пример, пари, унапредувања) или, пак, принуденост. ([APA Dictionary of Psychology](#))

Интринзичката мотивација подразбира однесување што е водено од награди доживевани внатрешно. Тие може да вклучуваат задоволство од завршување на некоја задача, лично чувство за постигнување или за наоѓање нешто интересно. Оваа форма на мотивација е внатрешна за поединците, бидејќи тие се природно поттикнати да се однесуваат на определен начин, без оглед на каква било надворешна награда (парични награди и унапредувања). ([Intrinsic motivation - Oxford Reference](#))

Интринзичка мотивација за следење вести значи мотивација за следењето вести водена од внатрешни побуди: вестите се следат затоа што тоа се сака, се цени, а познавањето на информации од вестите носи лична награда, задоволство и самопочитување.

Бариери за препознавање и за справување со дезинформациите

Под бариери се подразбираат внатрешните (на поединецот) фактори што го отежнуваат, го попречуваат, дури и го оневозможуваат препознавањето на знаците за дезинформации, а најчесто тоа се: недоволното познавање на темата во вестите, недоволното искуство за неа, немањето интерес за темата во веста што се восприема, како и емоциите што се предизвикани од некоја вест. ([Disinformation Techniques: How to Spot Them | Psychology Today](#))

Знаци за дезинформации

Знаци за дезинформации се сите знаци што можат да укажуваат дали некоја вест е вистинита или не. Креаторите на дезинформации користат различни алатки за да влијаат врз своите „жртви“, да ги присилат да дејствуваат на определен начин и да предизвикаат определени последици. Такви знаци се: користењето зборови со емотивен набој (емотивно оптоварени зборови), ненаведување извор на информацијата, користење поговорки што предизвикуваат определено чувство и сл. ([Tools of Disinformation: Inauthentic Content \(cisa.gov\)](#); ([Identify Disinformation 1 \(instituteforpr.org\)](#)); ([10 Ways to Identify Disinformation – A Guide and Checklist | Institute for Public Relations \(instituteforpr.org\)](#)). Познавањето на овие знаци може да ја зголеми подготвеноста на поединците да покажат отпорност кога се соочуваат со дезинформации.

ВОВЕД

Со молскавичниот технолошкиот развој, и со последователно зголемениот пристап до мноштво информации за делови од секунда, како човештво бевме втурнати во ера на информации. И, сè уште неадаптирани на тоа огромно пространство на секакви информации, ние, речиси потполно неподготвени, влеговме во уште понова ера, во ера на дезинформации. Имаме експлозија на 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 загорзат 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)“ кој треба да **ја зајакне ошторноста на широкаџа јавноста и на ранливите групи 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 кои 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 загорзени се посебно подложни на дезинформации. За таа цел, беше спроведена сеопфатна анализа на досегашни 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 во 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 препознавање 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 животот 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 формираат и да изразуваат мислења.

Досега, истражувањата во РСМ 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 пионерско во намерата да навлезе подлабоко во факторите и мотивите кај индивидуата за таа писменост. Ова истражување се разликува од сите други по тоа што 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.



Во ова истражување за ранливоста кон дезинформации се тргна од теоретскиот модел на писменост за вести на Максл, Ешли и Крафт³. Тие, пак, во својата основа го имаат когнитивниот модел на медиумска писменост на Џејмс Потер, според којшто конструктот на медиумската писменост го сочинуваат четири компоненти: 1. структури на знаење за медиумите, 2. личен локус на контрола, 3. начин на обработка на информациите и 4. одредени компетенции и вештини. Споменатите истражувачи ја исклучуваат последната компонента од Потеровиот модел, конструираат сопствен теориски модел што содржи 3 компоненти: потреба за спознавање, локус на контрола во однос на медиумите, како и знаење за медиумите, нивната структура и функционирање. Авторите конструираат и инструмент со којшто се обидуваат да ја измерат писменоста за вести и велат дека поединците кои се писмени за вести имаат поголема потреба за спознавање и ќе бидат оние кои уживаат да размислуваат, тоа за

нив е активност која ја сакаат и доброволно ја прават; ќе имаат внатрешен локус на контрола, што значи ќе имаат тенденција да веруваат дека од нив, а не од медиумите, ќе зависи дали и колку ќе бидат добро информирани и ќе бидат оние кои имаат поголем квантитет на знаења за тоа како функционираат медиумите, нивната структура и влијание врз луѓето.

Моделот во ова истражување се надоврзува на теорискиот модел и инструмент од истражувањето на Максл, Ешли и Крафт, но е проширен со дополнителни две компоненти: првата, активациска компонента што ги вклучува интринзичката и екстринзичката мотивација за следење вести, како и мотивираноста за учење за препознавањето дезинформации, додека втората компонента се однесува на свесноста за бариерите што го оневозможуваат процесот на препознавањето дезинформации. Предложениот и теоретски модел тестиран со ова истражување сликовито би можел да се претстави на следниот начин:

³ 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



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, затоа што 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 за справување со дезинформациите е свесност за постоењето 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.

На крај, овој сложен конструкт наречен медиумска 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 следење вести, а и ќе знаат и ќе умеат 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...

ЦЕЛИ И ПРЕДМЕТ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО, ИСТРАЖУВАЧКИ ПРАШАЊА И ПРОМЕНЛИВИ

4.1 Цел на истражувањето

Целта на истражувањето беше да се утврдат индивидуалните фактори, мотиви и бариери за препознавање и за справување со дезинформации. Анализата од истражувањето ќе послужи како основа за развивање едукативни содржини и активности за намалување на подложноста на граѓаните кон дезинформации.

4.1.1 Определување ранливи групи за потребите на истражувањето

Кога се зборува за ранливост на луѓето, секогаш се мисли на капацитетите на тие луѓе во однос на ризиците што ги носи определена општествена појава или состојба. Во социјалната сфера, ранливоста се определува во однос на социјалните проблеми и ризици со кои се соочуваат луѓето, од една страна, и индивидуалните капацитети (социјални, економски, психолошки итн.) на луѓето. Во Прирачникот за развој на социјални услуги за ранливи категории во локалните заедници⁴ на Министерството за труд и социјална политика, социјалната ранливост е дефинирана како „состојба на поединец, групи или цели заедници која се карактеризира со: неможност да се совладаат негативните последици од стресорите; висок потенцијал да бидат физички или психички ранети/повредени и недостиг од капацитет, способности и можности за: предвидување на стресните ситуации; справување со стресните ситуации; надминување на последиците од стресните ситуации, и – опоравување од стресните ситуации“. Оттаму, „поединец, група или заедница која има поголем капацитет за приспособување, а помала чувствителност и изложеност на стресори е помалку ранлива. Поединец, група или заедница која има помал капацитет за приспособување, а поголема чувствителност и изложеност на стресори е поранлива.“

Аналогно, кога се зборува за ранливост (или подложност) на дезинформации, за да се определат ранливите категории треба да се дефинираат негативните последици од дезинформациите, можноста за некаков вид повреда или штета по поединците и недостатокот на капацитет, односно способности и можности за препознавање и за справување со дезинформациите. Дезинформациите се идентификувани како „придонесувачи за разни спорни настани, кои се движат од избори и референдуми до политички или верски прогонства, сè до глобалниот одговор на пандемијата од КОВИД-19“⁵. Од друга страна, пак, тие исто така претставуваат неизбежен предизвик за човечкото сознание и социјалната интеракција, бидејќи се последица на фактот што луѓето често грешат, а понекогаш и намерно не ја кажуваат вистината. Меѓу штетните последици на дезинформациите, најчесто наведувани се поткопувањето на кредибилитетот на информациите, поткопување на довербата во медиумите и институциите, дисторзија на демократските односи, но не помалку важно и поттикнувањето чувства на несигурност, страв, вознемиреност што се јавуваат кај луѓето кога ќе дознаат дека биле изложени на дезинформација.⁶

⁴ Министерство за труд и социјална политика. Прирачник за развој за социјални услуги за ранливите групи во локалните заедници. 2013. https://www.mtsp.gov.mk/WBStorage/Files/priracnik_socijalni_usligi.pdf

⁵ Ecker, U.K.H., Lewandowsky, S., Cook, J. et al. The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nat Rev Psychol* 1, 13–29 (2022). <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>

⁶ Во последното истражување на јавното мислење што се однесува на утврдувањето на способноста на граѓаните за препознавање и за справување со дезинформации, спроведено во рамките на проектот на Институтот за комуникациски студии „Користи факти“, се утврди дека „граѓаните најчесто се чувствуваат вознемирено во случаите кога ќе воочат дека прочитале лажна вест или дезинформација. 10 % одговориле дека се многу лути.“ (ИКС, Извештај од истражување на способноста на граѓаните за препознавање и справување со дезинформации. 2022. <https://iks.edu.mk/istrazuvanja-analizi/izveshtaj-od-istrazhuvanje-na-sposobnosta-na-gragjanite-za-prepoznavanje-i-spravuvanje-so-dezinformacii/>)

Имајќи ги предвид сите наведени детерминанти, во истражувањето како ранливи групи се идентификувани младите лица на возраст меѓу 18 и 28 години, возрасните лица над 60 години и, со голема резерва, и лицата од социјално ранлива категорија (приматели на некаков вид социјална помош). Како клучен критериум за дефинирање на ранливите групи е земена третата компонента, односно капацитетите за препознавање и за справување со дезинформациите. Теоретски, младите се сè уште во развој и изградба на основните капацитети за справување со дезинформациите во медиумите и посебно во дигиталната ера и се претпоставува дека, поради тој факт, се поранливи од луѓето меѓу 28 и 60 години. Во исто време, според последниот попис од 2021 година, на возрасната група од 18 до 28 години ѝ припаѓа 13 % од вкупното население⁷. Од друга страна, возрасните лица над 60 години, гледано од аспект на капацитетите за справување со дезинформации, се исто така ранливи бидејќи имаат помалку развиени дигитални вештини и се поосетливи на манипулативните ефекти на дезинформациите⁸, и оттаму се земени како втора ранлива категорија граѓани. Во исто време, лицата над 60 години, според последниот попис, учествуваат со 24 % во вкупното население. Тоа се двете главни и најмногубројни ранливи категории земени во примерокот на истражувањето и главните анализи и споредби се извршени кај овие две групи.

4.2 Предмет на истражувањето

Предмет на ова истражување беше поврзаноста на медиумската писменост со препознавањето знаци за дезинформации во интернет-вести. Со оглед на тоа дека медиумската писменост е сложен конструкт, во истражувањето беа вклучени: писменоста за вести, екстринзичката (од надворешни фактори водена) и интринзичката (од внатрешни фактори водена) мотивација за следење вести, мотивацијата за учење што се дезинформации, свесноста за постоењето бариери во процесот на препознавање и справување со дезинформациите. Овие променливи беа вклучени за да се открие целиот тој механизам на меѓузависни фактори што ја определуваат медиумската писменост, а потоа е и успешното препознавање на дезинформациите, како и знаењето или информираноста за општествено важни теми.

Како посебна ранлива категорија граѓани беа земени предвид и социјално ранливите граѓани, односно оние кои примаат социјална помош по различна основа. Треба да се напомене дека до оваа категорија беше многу тешко, скоро невозможно да се пристапи. Покани за учество во истражувањето беа доставени до Министерството за труд и социјална политика, како и до 4 меѓуопштински центри за социјална работа, со кои неколкупати беше директно комуницирано за да обезбедат лица приматели на социјална помош, но без успех. Сепак, за да се има некаков увид и во капацитетите за справување со дезинформации и на оваа ранлива категорија на граѓани, беше направена успешна соработка со Едукативно-забавниот дневен центар за деца на улица во Шуто Оризари, чии корисници се деца на социјално ранливи семејства. Од друга страна, во смисла на приоритетни потреби и вредности на оваа ранлива категорија (основни потреби како храна, економска сигурност, здравствена заштита итн.), истражувачкиот тим смета дека не треба да бидат главна целна група ниту во истражувањето, ниту во активностите што ќе се преземат во рамките на проектот „Користи факти“.

Вообичаено, кога се зборува за ранливи категории, автоматски се посочуваат и лицата со попреченост (или функционална варијација). Сепак, пред сè поради тоа што самата група по својата природа е разновидна и бара посебен, индивидуализиран приод во истражувањето, а и поради специфичните интереси за информации на оваа категорија, оваа група не влезе во истражувачкиот примерок.

Интернет-веста, како вест во која ќе се препознаваат знаците за дезинформации, беше избрана поради моќта на интернетот да стигне до сечиј дом, до секоја категорија на луѓе (млади и стари, образовани и помалку образовани, оние што живеат во урбана, но и оние во рурална средина, оние кои имаат поголеми, но и поскупо дигитални вештини...). Интернет-веста може да стигне практично до сите, да предизвика многу предвидени, но и непредвидени последици и да генерира предизвици и на индивидуален, но и на општествен план. Колку повеќе се открива што ќе влијае врз успешноста на препознавање на дезинформациите во интернет-веста, толку повеќе ефикасно ќе се „инвестира“ во градењето отпорност на дезинформации во моќната алатка наречена интернет-простор, киберпростор.

⁷ Доколку се прошири од помала возраст, односно од 16 години, процентот е 15 %, но поради етичките стандарди во академските истражувачки методи, малолетни лица не може да учествуваат во ваков вид истражувања без согласност од нивните родители/старатели, па затоа такви лица не беа опфатени со истражувачките алатки, како и поради ограниченоста со времето.

⁸ Во споменатото истражување на јавното мислење на ИКС од 2022, за утврдување на способноста на граѓаните за препознавање и за справување со дезинформации, се покажува дека „чувството на лутина и вознемиреност е позастапено кај повозрасните групи на граѓани, споредено со другите, односно 54 % од граѓаните постари од 65-годишна возраст изјавиле дека се чувствуваат вознемирено кога ќе откријат дека прочитале лажна вест или дезинформација.“

4.3 Истражувачки прашања

Врз основа на целта и теоретската анализа, беше поставено следното општо истражувачко прашање: **Кои се индивидуалните фактори, мотивација и бариери за препознавање на знаците за дезинформации?**

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

1. Колку успешно може да се мери писменоста за вести?
2. Дали писменоста за вести е поврзана со мотивацијата за следење вести?
3. Дали писменоста за вести е поврзана со мотивацијата за учење што се дезинформации?
4. Дали писменоста за вести е поврзана со свесноста за постоење бариери во процесот на препознавањето дезинформации?
5. Кои се социолошките фактори што се во релација со писменоста за вести?
6. Дали писменоста за вести е поврзана со дигиталната писменост?
7. Дали може да се конструира еден нов поим како што е медиумската писменост? Постои ли таков конструкт?
8. Дали медиумската писменост влијае врз умешноста за препознавање дезинформации во интернет-вести?
9. Дали медиумската писменост значи и добра информираност за актуелни, општествено-политички теми?

За да се даде одговор на сите овие прашања, беа вклучени неколку променливи, како и соодветни инструменти за нивно мерење.

4.4 Променливи

Во ова истражување се вклучени неколку променливи:

1. Писменоста за вести е променлива, конструкт од 3 компоненти:

1.1 Потреба за спознавање: тенденцијата на поединецот да се вклучи и да ужива во активности што бараат размислување. Оваа компонента е показател за тенденцијата свесно и активно да се пристапи во процесот на информирање од медиумите и процесирање на информациите, наспроти автоматското и прилично пасивно слушање вести и примање информации.

1.2 Локус на контрола во однос на медиумите: чувството што го имаат поединците за тоа дали нивната информираност (дезинформираност) е резултат на нивните заложби, знаења и активности или, пак, резултат на медиумите и на начинот на којшто тие ги претставуваат информациите. Внатрешен локус на контрола во однос на медиумите претставува поседување став и чувство дека поединецот

ги контролира информациите кои стигаат до него, а надворешен локус на контрола ќе значи став дека медиумите се тие што го контролираат поединецот и одредуваат колку и како ќе биде информиран.

1.3 Знаење за медиумите: знаење за структурата, функционирањето и влијанието на медиумите воопшто, но и конкретно во РСМ.

2. Активациска компонента, променлива која се состои од две поткомпоненти:

2.1 Мотивација за следење вести: тенденцијата да се следат вести затоа што се сака и се доживува некоја „внатрешна“ награда за тоа (интринзичка мотивација) и тенденција да се следат вести затоа што се мора или е потребно поради некои „надворешни“ награди (екстринзичка мотивација).

2.2 Мотивација за учење што се дезинформации: тенденција да се учествува во едукација за препознавање дезинформации, самостојно надоградување за тоа што се и како дејствуваат дезинформациите, како и важноста што се припишува на познавањето на процесот на препознавање и справување со дезинформациите.

3. Свесноста за бариери во процесот на препознавање и справување со дезинформациите: перцепција дека емоциите (емотивните состојби), незнаењето, немањето искуство и недоволниот интерес за темите во вестите можат да претставуваат пречки во процесот на препознавањето дезинформации.

4. Специфични знаења, информираност за актуелни и важни општествени теми

4.1 Знаење за европската интеграција на РСМ: знаење за одредени основни поими и важни датуми од процесот на зачленување во ЕУ.

4.2 Интерес за темите за европска интеграција на РСМ: колку им се интересни на испитаниците темите поврзани со зачленување во ЕУ.

4.3 Важност што се припишува на темите за европска интеграција на РСМ: колку за нив (за испитаниците) лично се важни темите за зачленувањето во ЕУ.

4.4 Знаење за климатските промени: знаење за основните поими што се однесуваат на климатските промени.

4.5 Интерес за темите за климатските промени: колку им се интересни темите поврзани со климатските промени.

4.6 Важност што се припишува на темите за климатски промени: колку за нив лично се важни темите поврзани со климатските промени.

5. Препознавање знаци за дезинформации во интернет-вести: умешност за воочување и за препознавање знаци за дезинформации како: пренагласување на одредени делови од веста, граматички грешки, употреба на емотивно оптоварени зборови, употреба на поговорки, ненаведување извори, прекумерно користење интерпункциски знаци.

Независни фактори што се тестирани дали се во релација со писменоста за вести:

- полот
- возраста
- етничката припадност
- местото на живеење (урбана/рурална средина)
- степенот на образование
- учеството на обука за медиумска/дигитална писменост
- интензитетот на користењето компјутер и
- честотата на следењето вести на интернет.

4.4.1 Операционализација на променливите

Писменоста за вести е сумарен резултат, скор на три скали: Скалата за спознавање, Скалата за локус на контрола во однос на медиумите и Скала за знаење за медиумите. Повисок скор ќе значи поголема писменост за вести.

Потребата за спознавање е резултат (сумарен скор на 5 тврдења) добиен на Скалата за спознавање (оригинално Need for cognition Scale), во прашалникот означена како Скала 1. Повисок резултат значи поголема потреба за спознавање.

Локус на контрола во однос на медиумите е резултат (сумарен скор) добиен на Скалата за локус на контрола во однос на медиумите (оригинално Media Locus of Control Scale), во прашалникот означена како Скала 2. Повисок скор на оваа скала ќе значи внатрешен локус на контрола (став: од мене зависи дали и колку

ќе бидам точно информиран), а понизок скор ќе значи надворешен локус на контрола (став: медиумите се тие кои одредуваат како ќе ме информираат/дезинформираат).

Знаењето за медиумите е резултат на Скалата за знаење за структурата, функционирањето и влијанието на медиумите, во прашалникот означена како Скала 3. Поголем резултат ќе означува поголем квантум на знаење.

Свесноста за бариери е сумарен скор од четири прашања за бариери. Повисок резултат ќе значи поголема свесност за пречките во процесот на препознавањето дезинформации.

Мотивацијата за следење вести е посебен резултат на две скали: Скала за екстринзичка (надворешна) мотивација:

сумарен скор од две прашања.
Скала за интринзичка мотивација: сумарен скор од две прашања.
Повисоки скорови на двете скали ќе значат поголема екстринзичка и интринзичка мотивација.

Мотивацијата за учење што се дезинформации е сумарен скор од три прашања. Повисок скор ќе означува поголема мотивација за едукација за препознавање и справување со дезинформациите.

Знаењето за европската интеграција на Р С. Македонија е сумарен скор од пет прашања. Повисок резултат ќе означува поголемо знаење.

Знаењето за климатски промени е сумарен скор од шест прашања. Повисок резултат ќе означува поголемо знаење.

Важноста на прашањата за европска интеграција на РСМ е одговор на едно прашање на петтостепенa скала. Повисок скор значи припишување поголема важност на прашањата за ЕУ-интеграциите.

Интересот за прашања за европската интеграција на РСМ е одговор на едно прашање на петтостепенa скала. Повисок скор значи искажување поголем интерес за прашањата за ЕУ-интеграциите.

Интересот за прашања за климатските промени е одговор на едно прашање на петтостепенa скала. Повисок скор значи искажување поголем интерес за прашањата за климатските промени.

Важноста на прашањата за климатските промени е одговор на едно прашање на петтостепенa скала. Повисок скор значи припишување поголема важност за прашања за климатски промени.

Препознавањето знаци за дезинформации е сумарен скор од точно препознаени знаци во интернет-вестите прикажани во квиз-прашањата. Повисок резултат значи препознавање поголем број знаци за дезинформации.

4.5 Методи и техники на прибирање податоци

4.5.1 Анкета со структуриран прашалник во онлајн и во печатена верзија

Со цел квантитативно прибирање податоци, истражувањето вклучи анкетен прашалник со вкупно 63 прашања, од кои 9 за општите податоци за испитаниците, 51 прашања од затворен тип (со избор на еден одговор) и 3 интерактивни, квиз-прашања, наменет за општа популација на возраст над 18 години, фокусирајќи се врз сите погоренаведени области што беа предмет на ова истражување. Со дел од испитаниците прашалникот се спроведе на електронски начин, со употреба на наменски изработена платформа достапна на македонски и на албански јазик, а со останатиот дел од испитаниците – со употреба на печатена форма на прашалникот.

Прашањата во онлајн верзијата се одговараа со кликување (избирање) на опцијата која се совпаѓа со мислењето на испитаникот, додека квиз-прашањата – со повеќекратно избирање на она што се бара во нив. Прашалникот беше дистрибуиран до неколку факултети од Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“, Универзитетот „Мајка Тереза“, Државниот универзитет во Тетово и Универзитетот „Гоце Делчев“, како и до членови од 12 пензионерски здруженија. Анализата на податоците се спроведе со помош на SPSS програмата за статистичка обработка на податоци.

4.5.2 Фокус-група од лица во социјален ризик за испитување на нивното мислење за следење вести и за справување со дезинформации

Со цел да се опфатат и групи од социоекономски ранливи категории, поради недоволната достапност и техничката неможност на овие категории лица да одговорат на прашалникот онлајн или во печатена форма, беше организирана фокус-група со лица

приматели на социјална помош од Општина Шуто Оризари. Сите прашања од прашалникот беа поедноставени, приспособени за усно поставување и за лица со ниско или без образование.

РЕФЕРЕНТНИ ИСТРАЖУВАЊА

Разбирањето зошто луѓето конзумираат дезинформации, дали и зошто дезинформациите се шират побрзо, полесно и во поголем опсег отколку фактите, може да ни помогне да ги препознаеме механизмите вклучени во процесот на примање на дезинформациите и да ни укаже како да ги превенираме штетните ефекти од нивното ширење. Сите истражувања укажуваат дека секоја мерка треба да биде насочена кон јакнење на отпорноста на корисниците и на нивната улога и делување не само како критичка публика, туку и како носители на одредени, загарантирани права.

Подложноста на поединецот да верува во (и понатаму, да шири) дезинформации е комплексен феномен што се состои од неколку слоеви, индивидуални, групни и општествени (Scheufele & Krause, 2019, според Nagel, T. W. S., 2022). Во смисла на индивидуалното поддржување на дезинформациите, одговорноста пред сè е врз внатрешните фактори кај поединецот. Поединецот може да има предиспонирачки верувања, знаења или ставови што ја зголемуваат или ја намалуваат подложноста (ранливоста) на дезинформации.

5.1 Референтни истражувања во светот

Во продолжение следи осврт на четири истражувања во кои се испитуваат факторите што може да влијаат врз подложноста или ранливоста на луѓето на верување и ширење дезинформации.

Во истражувањето „Дезинформациите и слободата на изразување“⁹, спроведено од Асоцијацијата за прогресивни комуникации во 2021, истражувачите заклучуваат дека:

- Сеопфатниот, холистичкиот пристап кон разбирањето на дезинформациите бара анализирање на нашите пошироки информациски екосистеми.
- Само таков холистички пристап може да ни овозможи дефинирање решенија и превентивни акции што ќе придонесат кон понатамошно јакнење на други простори и актери кои го промовираат текот на информации, визии и идеи во нашите општества.
- Брз пристап до јавните информациски системи, плурален, пристапен и разновиден медиумски контекст, независно и квалификувано новинарство и безбедно изразување на мислењето се неопходните предуслови за здрав информациски систем.

- Решенијата за дезинформациите, вклучително и регулаторните, треба да ја земат предвид природата на огромна раширеност на изворите на дезинформации, како и фактот дека целиот информациски екосистем е проникнат од нив.
- Програмите за дигитална и медиумска писменост се клучни и треба да бидат дел од напорите на државите во справувањето со бројните информациски неправилности или таквите програми може да се спроведуваат независно, но исто така треба да се вградени во редовните наставни програми на образовниот систем.
- Какви решенија и да бидат донесени, особено регулаторни мерки и политики, тоа треба да се направи низ партиципативен процес.

Во едно друго истражување¹⁰ од 2021 година, Институтот Алан Туринг од Велика Британија, чија цел била да се разбере ранливоста/подложноста кон дезинформациите за здравјето добиени онлајн за време на пандемијата од КОВИД-19, испитувани се две групи фактори што може да влијаат врз ранливоста. Едната се однесува на фактори што произлегуваат од поединецот, а другата на фактори што произлегуваат од

⁹ Disinformation and freedom of expression, Association of Progressive Information, <https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Issues/Expression/disinformation/2-Civil-society-organisations/APC-Disinformation-Submission.pdf>; Истражувањето е поднесено до Специјалниот репортер на ОН за промоција и заштита на правото на изразување на мислењето за потребите на годишниот тематски извештај на Советот за човекови права во 2021. г.

¹⁰ Understanding vulnerability to online misinformation, 2021, Alan Turing Institute

самата содржина. Како што наведуваат авторите, утврдени се низа фактори поврзани со луѓето кои се подложни на дезинформации. Меѓу факторите се вбројуваат возраста, полот (родот), образованието, когнитивните (сознајните) вештини, здравствената писменост, нумеричката писменост, дигиталната, медиумската и информациската писменост, цртите на личноста и довербата во власта. Во втората група фактори, на ниво на содржините, се наведува дека природата, начинот на претставувањето и суштината на содржината може да влијае врз веројатноста поединците да веруваат во неа. Меѓу факторите се наведуваат начинот на којшто е претставена содржината, стилот и разбирливоста, изворот на содржината, предупредувањата и (пре)оптовареноста со информации.

Во истражувањето на Максл, Ешли и Крафт од 2015 година¹¹, во кое се мери нивото на писменост за вести кај примерок од 500 тинејџери, преку нова скала за мерење заснована врз когнитивниот модел на медиумска писменост на Џејмс Потер¹², адаптиран за мерење специфично на писменоста за вести, наодите укажуваат дека тинејџерите со висока писменост за вести се со повисока внатрешна (интринзичка) мотивација за користење на вестите, поскептични се и со поголеми познавања за тековните општествени настани споредено со врсниците кои се со пониска писменост за вести. Потеровата когнитивна теорија е составена од четири компоненти: 1. структури на знаењето, 2. личен локус, 3. обработка на информациите и 4. компетенции и вештини. Заедно, овие фактори ја опишуваат медиумската писменост на поединецот или на групата. Максл, Ешли и Крафт го користеле овој модел за мерење на писменоста за вестите при создавањето инструмент – прашалник, усвојувајќи ги првите три компоненти, а испуштајќи ги компетенциите и вештините (со тврдење дека медиумската писменост за вестите е консумирачки, а не креативен процес). Прашањата во инструментот ги поделиле во три димензии што кореспондираат со трите компоненти во теорискиот модел на Потер. Пет прашања во димензијата „Потреба од спознавање“ (need for cognition) го мереле процесирањето на информациите, шест во димензијата „Локус на

контрола во однос на медиумите“ го мереле она што Потер го нарекол личен локус на контрола и, конечно, 15 прашања во димензијата „Структури на знаењето за информативните медиуми“ ги мереле Потеровите структури на знаењето.

На крајот, следи и осврт на истражувањето спроведено од Институтот за технологија на Јужна Алберта од Канада¹³, во кое инструментот за писменост за вести се користи за мерење на остроумноста за дезинформации. Ова истражување е особено важно за тековното истражување поради тоа што се обидува да испита како преку инструментот за мерење на писменоста за вести (news media literacy) може истовремено да се измери и подложноста на дезинформации.

Авторот тргнува од претпоставката дека поефикасен проактивен начин за справување со проблемот на онлајн дезинформациите е развивањето на внатрешниот локус на контрола кај поединците во нивните навики за консумирање вести, односно зголемувањето на писменоста за вести. Како што наведува авторот, мерењето на медиумската писменост е сè почесто предмет на академска работа и главно, истражувањата се базираат врз два модели. Моделот што го усвојува авторот, исто како и авторите на претходното истражување (Максл, Ешли и Крафт, 2015), се заснова врз когнитивната теорија за медиумска писменост на Џејмс Потер. Инструментот конструиран од тројцата автори (Максл, Ешли и Крафт) во нивното истражување од 2015 година, со мали приспособувања кон канадските услови, Нејџел го употребил за да ја измери подложноста на лажни вести заедно со употреба на дополнителни 15 прашања со коишто ги мерел ставовите, верувањата и однесувањето на луѓето кон лажните вести и употребата на разновидни информативни платформи. Освен тоа, испитаниците одговориле и на пет демографски прашања. Како што заклучува авторот, скалата на инструментот за мерење на медиумската писменост за вести може да биде ефективна алатка не само за мерење на медиумската писменост, туку и за мерење на способноста за препознавање и за справување со неточни вести.

11 Maksl A., Ashley S., Craft S. (2015). Measuring News Media Literacy. *Journal of Media Literacy Education* 6 (3), 29 – 45. <https://doi.org/10.23860/jmle-6-3-3>

12 Џејмс Потер е професор на Катедрата на комуникации при Универзитетот Калифорнија во Санта Барбара. <https://www.comm.ucsb.edu/people/w-james-potter>

13 Nagel, T. W. S. (2022). Measuring fake news acumen using a news media literacy instrument. *Journal of Media Literacy Education*, 14(1), 29-42. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2022-14-1-3>

5.2 Референтни истражувања во Р С. Македонија

Истражувањата поврзани со проблемот на дезинформациите во Р С. Македонија претежно ги спроведуваат граѓански организации и здруженија, а научниците и професорите, како од државните така и од приватните високообразовни институции, ретко учествуваат во јавниот дискурс на овие теми. За потребите на ова истражување беа консултирани неколку истражувања спроведени во периодот од 2018 година досега. И покрај тоа што не е мал корпусот истражувања во земјава, особено во периодот на пандемијата (што се покажа како особено поволен период за ширење дезинформации глобално), од прегледот на истражувањата не се забележа истражување што оди во длабочина на испитувањето на индивидуалните фактори што придонесуваат кон ранливоста или подложноста на граѓаните на дезинформации. Во таа смисла, за ова истражување може да се рече дека е прво што ги разгледува индивидуалните фактори, тргнувајќи од концептот на медиумската писменост и поврзувајќи го со други променливи. Од интерес за ова истражување е последното Истражување на способноста на граѓаните за препознавање и за справување со дезинформации¹⁴, спроведено од Институтот за комуникациски студии кон крајот на 2022 година. Меѓу наодите на ова истражување, посебно значајни за тековното, се оние што се однесуваат на вештините на препознавањето дезинформации, мерени преку самоперцепција на вештината за препознавање дезинформација, навиките за проверување на информациите, како и осетливоста или подложноста на дезинформации на теми поврзани со европската интеграција на земјата и со климатските промени. Во однос на самоперцепцијата на способноста за препознавање дезинформации, интересно е дека над 70 % од испитаниците одговориле дека можат да препознаат кога веста не е вистинита (над 50 % одговориле дека понекогаш можат да препознаат, додека 22 % се сигурни дека секогаш можат да препознаат кога веста не е вистинита). Мажите се поуверени дека секогаш можат да препознаат дезинформации (26 %) отколку жените (19 %). Кога се сомневаат во веста што ја прочитале, 30 % од испитаниците проверуваат дали и како е пренесена веста

во другите медиуми; 16 % од граѓаните за веродостојноста на веста се советуваат со некого што има познавања за темата/медиумот, додека пак 14 % поаѓаат од претпоставката дека вестите мора да се веродостојни штом се објавени, односно дека е извршена проверка на фактите пред објавувањето. Само 7 % од граѓаните го проверуваат издавачот, а 6 % авторот на веста. Најсродно според истражуваните променливи е истражувањето на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги „Мапирање на нивоата на медиумската писменост во Република Северна Македонија кај популацијата на возраст над 16 години“, реализирано од РЕСИС и поддржано од ОБСЕ . Истражувањето е спроведено во текот на втората половина од 2019 година, за испитување на „индивидуалните обрасци на користење на медиумите, за комуникациските навики и вештини на публиката, како и за нивоата на знаење и критичко разбирање на содржините на линеарните и нелинеарните аудиовизуелни медиумски услуги“¹⁵. Во користената теоретско-методолошката рамка за категоризирање и за оценување на индивидуалните нивоа на медиумска писменост, „првата димензија на поимот медиумска писменост се однесува на способностите и навиките на поединците за користење различни видови медиуми. ... (а) Втората димензија на индивидуалните нивоа на медиумска писменост се однесува на критичкото разбирање на медиумските содржини и на медиумите како институции“¹⁶. Во однос на групата индикатори од првата димензија во истражувањето, меѓу другото, се заклучува дека гледањето различни содржини преку компјутер и мобилен телефон е во пораст и дека младите генерации поседуваат далеку повеќе дигитални вештини и способности од повозрасните. Во однос на втората димензија, се заклучува дека општата популација има релативно високоразвиена критичка свесност за одделни негативни аспекти на содржините. Исто така, податоците во овој дел откриле дека постои „пресек“ или „граница“ во информирањето од традиционалните наспроти она од социјалните медиуми којшто може да се лоцира кај популацијата на возраст од околу 45

¹⁴ Институт за комуникациски студии. Извештај од истражувањето на способноста на граѓаните за препознавање и за справување со дезинформации. 2022. <https://iks.edu.mk/istrazuvanja-analizi/izveshtaj-od-istrazhuvanje-na-sposobnosta-na-gragjanite-za-prepoznavanje-i-spravuvanje-so-dezinformacii/>

¹⁵ Трлевска С., Мапирање на нивоата на медиумска писменост во Република Северна Македонија кај популацијата на возраст над 16 години, Организација за безбедност и соработка во Европа – Мисија во Скопје, Скопје, 2020 година.

¹⁶ ibid

години. Се заклучува дека популацијата помлада од 45 години, како извори на информирање за домашните настани, во поголема мера ги користи социјалните медиуми, додека популацијата повозрасна од 45 години во поголема мера ги користи традиционалните медиуми. Во однос на стратегиите на однесувањето на испитаниците кога ќе забележат големи или суштински разлики во информирањето за исти настани, најголем дел од испитаниците (околу 50 % од популацијата во секоја возрасна група) својот став го креираат преку разговор со членовите на семејството, со пријателите или со други луѓе. Исто така, постои еднаков процент во секоја возрасна група (околу 30 %) кои најчесто ги прифаќаат информациите од еден извор на којшто му веруваат.

Како најкритички настроена, и во таа смисла најактивна возрасна група, била забележана групата од 25 – 34 години, која во поголема мера од останатите ги споредува објавените прилози од различни медиуми, односно самата прави истражувања и споредби со информациите од релевантни извори.

Во периодот на пандемијата од КОВИД-19, беа спроведени и други истражувања што се фокусираа врз дезинформациите за време на пандемијата (Пандемија или инфодемија? Критичкото размислување и теориите на заговор во време на пандемија¹⁷, Анализа на дезинформациите поврзани со КОВИД-19 во Северна Македонија, Метаморфозис, 2021).



Од прегледот на досегашните истражувања на тема ‘дезинформации’ во Р С. Македонија, може да се констатира дека иако се испитува медиумската писменост или критичкото мислење, најголемиот дел од истражувањата се базираат врз самоевалуација на индивидуалните дигитални вештини или нивото на медиумска писменост. Медиумската писменост не е ставена во контекст или во функција на препознавањето дезинформации, ниту, пак, е направена статистичка анализа со која може со сигурност да се провери дали постои и каква е поврзаноста на вештините што се

опфатени со конструктот медиумска писменост и останатите релевантни (зависни и независни) променливи. Ова истражување се разликува од сите други по тоа што за првпат се направи соодветна скала и индекс на медиумска писменост, во обид да се провери дали и на кој начин можат да се мерат: писменоста за вести, мотивацијата, но и свесноста за бариерите во процесот на препознавањето на дезинформациите, како што се испитуваше и на кој начин медиумската писменост е поврзана со умешноста за препознавање и за справување со дезинформациите.

¹⁷ Петковски, Љ. Пандемија или инфодемија? Критичкото размислување и теориите на заговор во време на пандемија. 2020 <https://metamorphosis.org.mk/wp-content/uploads/2021/08/kritink-3-pandemija-ili-infodemija.pdf>

ДОБИЕНИ ПОДАТОЦИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО

6.1 Демографски карактеристики на испитаниците

Примерокот го сочинуваат 291 испитаник, од кои 193 студенти и 98 пензионери. Дополнително, беше спроведена дискусија со фокус група од 16 лица од социоекономски ранливи категории – Роми од Општина Шуто Оризари, корисници на социјална помош и на Дневниот центар за деца на улица¹⁸. Примерокот по својата природа е пригоден и намерен, при што се водеше сметка да има испитаници од различни делови од Р.С. Македонија, како и да бидат опфатени и рурални и урбани општини.

За првата група од примерокот – младите, беа вклучени студенти од прва и од втора година од повеќе факултети од Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“, од Државниот Универзитет во Тетово (ДУТ) и од Универзитетот „Мајка Тереза“. Возраста на испитаните студенти се движеше од 18 до 36 години, со средна возраст од 20.27 години. Прашалникот го пополниле речиси 83 % женски, а 17 % машки испитаници – студентска популација. Во однос на местото на живеење (град/село), прашалникот го пополниле 67.4 % студенти кои живеат во град, а 32.6 % студенти кои живеат во село. Според етничката припадност, Македонците се застапени со 61.1 %, Албанците со 35.2 % и другите националности со 3.6 %.

Во табела 1, даден е детален преглед на учеството на студентите и според факултет/универзитет. Со оглед на техничката расположливост, електронски прашалникот го пополнуваа сите студенти од ДУТ, од Универзитетот „Мајка Тереза“, како и студентите од Филолошкиот и од Филозофски Факултет при УКИМ. Прашалник во печатена форма пополнуваа сите студенти од Правниот и од Педагошкиот Факултет при УКИМ¹⁹.

Во втората група, пак – возрасни над 60 години, беа вклучени пензионери, членови на пензионерските здруженија од повеќе општини. При контактирањето на здруженијата беше посочено да се изберат лица кои имаат искуство во користењето на интернетот како медиум за вести. Така што, во првата фаза на регрутирање потенцијални испитаници кај пензионерите, примерокот е намерен (барани се лица со искуство во гледањето вести на интернет и во работата со компјутери), а потоа во фазата на спроведување, примерокот беше пригоден. Примерокот од 98 пензионери има возрасен опсег од 53²⁰ до 88 години, со средна возраст 69.61 години. Соодносот машки – женски е 64 % мажи пензионери наспроти 36 % жени пензионери. Во однос на местото на живеење, 83,7 % живеат во град, додека 16,3 % во село. Според етничката припадност, 71,4 % од испитаните пензионери се Македонци, 23,5 % Албанци, а 5 % се од други етнички заедници (Роми, Срби и др.). Во табела бр. 1, прикажан е бројот на пензионери според општината на живеењето и, како што може да се види од табелата, повеќе од половина – 55 пензионери (56 %) од испитаниците се од скопските општини. Имајќи ја предвид техничката расположливост во пензионерските здруженија, како и вештините на пензионерите, само 15 пензионери пополнија електронска верзија на прашалникот, додека останатите, најчесто по нивно барање, одговорија во хартиена форма. Во однос на третата група од примерокот – лица кои се социоекономски ранливи, преку Дневниот центар за деца на улица беше спроведено истражување на фокус-група со 16 мајки на децата штитеници на Центарот; овие семејства се приматели на социјална помош²¹.

¹⁸ Овие испитаници беа контактирани преку Здружението за правата на децата коешто го раководи Дневниот едукативен центар за деца во Шуто Оризари.

¹⁹ Таргетирано беа поголем број студенти, но истражувањето, поради однапред предвидените рокови, се спроведуваа непосредно пред испитна сесија, па веројатно од тие причини и изостана учеството на студентите од некои факултети и универзитети во и надвор од Скопје.

²⁰ Тројца испитаници од пензионерите беа под 60 години (со бенефициран стаж) од Здружението на пензионери на МВР.

²¹ Беше контактиран Меѓуопштинскиот центар за социјална работа Скопје, за да овозможи пристап до лица кои се приматели на социјална помош по различни основи. По неколку обиди за контакт и договарање, не беше остварена соработка и дополнително беше остварена комуникација со Здружението за правата на децата, кое повеќе од 10 години раководи со Дневен центар за деца од улица во Општина Шуто Оризари, во којшто се згрижени ранлива категорија на деца Роми, со цел нивна социјална инклузија преку минување на времето на корисен и структуриран начин во текот на целата година, со што се стимулираат и се развиваат нивните потенцијали и капацитети за социјализација, раст, развој и вклученост во заедницата.

За разлика од другите категории на социоекономски ранливи лица, оваа група има свои специфичности, вклучувајќи го многу ниското ниво на образование, а голем дел од нив

се и неписмени, долго време се невработени, некои од нив и питаат. Оттаму, дискусијата во рамките на фокус-групата беше многу ограничена.

Табела 1 Фреквенции и проценти за демографските податоци за студентите и пензионерите

Пол/род	Фреквенции			Проценти		
	Студенти	Пензионери	Соц. Ранливи	Студенти	Пензионери	Соц. ранливи
Машки	33	63	0	17.1	64.3	0
Женски	160	35	15	82.9	35.7	100.0
Етничка припадност						
Македонец/ка	118	70		61.1	71.4	
Абанец/ка	68	23		35.2	23.5	
Турчин/ка	3	0		1.6	0	
Ром/ка	2	2	15	1.0	2.0	100.0
Друго	2	3		1.0	3.0	
Средина на живеење						
Град	130			67.4		
Село	63			32.6		
Возраст	18г. - 36г.	53г. – 88г.	22г. - 53г.	M=20.27, СД=2.435	M=69.61 СД=6.403	M=34.4
Универзитет/ Факултет/ Пензионерско здружение						
Универзитет „Св. Кирил и Методиј“						
Филолошки факултет	33			17.1		
Филозофски факултет	15			7.8		
Правен факултет	32			16.6		
Односи со јавноста	15			7.8		
Педагошки факултет	37			19.2		
Државен универзитет во Тетово	44			22.8		
Универзитет „Гоце Делчев“	2			1.0		
Универзитет „Мајка Тереза“	16			6.2		
Останати факултети	3			1.5		
Македонски Брод		10			10.2	
Битола		3			3.0	
Демир Хисар		3			3.0	
Свети Николе		5			5.1	
Скопје (Бутел, Гази Баба, Горче Петров, Сарај и Здружението на пензионери на МВР Скопје)		55			56.1	
Велес		5			5.1	
Македонска Каменица		9			9.2	
Виница		8			8.2	

6.2 Вклученост на испитаниците во програми за медиумска или дигитална писменост

Како фактор што може да има улога во писменоста за вести, па оттаму и во препознавањето дезинформации, беше земено предвид и учеството во некоја програма за медиумска или дигитална писменост. Испитаниците беа прашани дали досега учествувале во обука за медиумска или дигитална писменост.

Речиси една третина од испитаните студенти (30.6 %) одговориле потврдно – дека биле вклучени во некоја таква програма, а 69.4 % од студентите се изјасниле дека не биле вклучени.

Групата испитаници пензионери, во најголем дел, или 79,6 % немаат такво искуство. Оние кои учествувале во такви програми се од општините Македонски Брод (1), Битола (1), Демир Хисар (1), Македонска Каменица (6) и Скопје (11), или вкупно 20,4 % од испитаните пензионери.

Графикон бр. 1 Учество во обука за медиумска или дигитална писменост



6.3 Следење вести на интернет

Испитаниците беа прашани дали и колку често следат вести на интернет (на компјутер, телефон, таблет...). Најголемиот дел (95.8 %) од студентите одговориле потврдно. Само 4 % од студентите вклучени во истражувањето воопшто не следат

вести на интернет (табела 2). Слично, најголем дел од пензионерите (89,2 %) имаат навика за следење вести преку дигиталните средства, при што 57.1 % следат често, додека 32.1 % ретко (табела 2).

Табела 2 Следење вести на интернет

Следење на интернет вести	Студенти		Пензионери	
	Фреквенции	Проценти	Фреквенции	Проценти
Не	6	4.1	9	10.7
Да, ретко	76	52.4	27	32.1
Да, често	63	43.4	48	57.1
Вкупно ²²	145	100	84	100

²² Во пресметувањето, и кај студентите и кај пензионерите, не се земени предвид испитаниците што не одговориле на ова прашање, заради повалидно претставување на податоците.

6.4 Колку често испитаниците користат компјутер

Користењето компјутер во секојдневниот живот е еден од предусловите за дигитална писменост и веројатноста за важноста на оваа вештина во препознавањето дезинформации е голема. Испитаниците беа прашани колку често користат компјутер.

Повеќе од три четвртини од испитаните студенти, или 83.4 %, користат компјутер, и тоа 41.7 % еднаш до двапати во неделата, 17.4 % – 3 до 6 пати, а 24.3 % секој ден. Секој шести студент воопшто не користи компјутер. 41.2 % од пензионерите, како што се гледа и во табела 3, речиси и не користат компјутер, а 59 % користат понекогаш (18.8 %), често (10.6 %) или секој ден (29.4 %).

Табела 3 Честота на користење компјутер

Користење компјутер	Студенти		Пензионери	
	Фреквенции	Проценти	Фреквенции	Проценти
Многу ретко, речиси никогаш	24	16.7	35	41.2
Понекогаш (1-2 пати неделно)	60	41.7	16	18.8
Често (3-6 пати неделно)	25	17.4	9	10.6
Секојдневно	35	24.3	25	29.4
Вкупно ²³	144	100	85	100

Резиме на опис на примерокот

Студенти



Превладуваат женски 82.9 %.
 Македонците се 61.1, а Албанците 35.2.
 67 % од студентите се од урбана средина, останатите од рурална.
 Во обука за медиумска или дигитална писменост биле вклучени 31 %.
 Над 95 % следат интернет-вести (ретко или често). Само 4 % воопшто не следат.
 Најголемиот број користат компјутер понекогаш (1-2) неделно.

Пензионери



Превладуваат машки 64.3 %.
 Македонците се 71.4 %, 23.5 % се Албанци.
 56 % се од Скопје, останатите се надвор од Скопје.
 Во обука за медиумска или дигитална писменост биле вклучени 21 %.
 Над 89 % следат интернет-вести (ретко или често). Скоро 11 % воопшто не следат.
 Најголемиот број не користат компјутер.

- Се забележува огромна несразмерност во однос на променливата 'пол'. Причината е што, кај студентите, истражувањето се спроведува во групи на факултетите кои традиционално бележат повеќе студенти од женски пол. Кај пензионерите, регрутирањето одеше преку пензионерските здруженија. Процентите на групите според демографските фактори секако не го одразува реалниот процент.
- Податокот дека над 85 % и од студентите и од пензионерите следат интернет-вести укажува дека следењето вести и можноста да дојдат во допир со дезинформации преку дигиталните медиуми е голема кај двете возрасни групи, при што и двете групи претставуваат можна целна група за едукација и за јакнење на нивните вештини за препознавање дезинформации.
- Изненадува бројот на студенти **кои многу ретко/речиси никогаш не користат** компјутер, дури **16.7 %**.

²³ Во пресметувањето, и кај студентите и кај пензионерите, не се земени предвид испитаниците што не одговориле на ова прашање, заради повалидно претставување на податоците.

6.5 Писменост за вести

Писменоста за вести во истражувањето се гледа како конструкт од три компоненти: Потреба за спознавање, Локус на контрола во однос на медиумите и Знаење за медиумите, што се мерени преку три скали (базирано врз постапката и врз скалите за испитување на писменоста на вести на Максл, Ешли и Крафт). Теоретски, оние со висока писменост за вести ќе имаат повисоки скорови на трите скали, односно тие ќе имаат поголема потреба за спознавање, ќе веруваат дека од нив зависи дали и колку ќе бидат точно информирани

и ќе имаат добри познавања за структурата, за функционирањето и за влијанието на медиумите. Оние со ниска медиумска писменост, пак, ќе имаат ниски скорови на сите три скали, односно ќе имаат помала потреба за спознавање, ќе сметаат дека од медиумите зависи дали и колку точно се информирани и малку ќе знаат за медиумите (мали познавања за структурата, за функционирањето и за влијанието на медиумите).

6.5.1 Потреба за спознавање

Скалата на потребата за спознавање²⁴ се состои од 5 тврдења²⁵, во врска со кои испитаниците искажаа степен на согласување или на несогласување на петтостепена скала од Ликертов тип (при што 1 значи „воопшто не се согласувам“, а 5 „целосно се согласувам“). Оваа скала ја испитува потребата на испитаниците за спознавање. Теоретскиот максимален вкупен

скор од сите пет тврдења е 25 поени, додека минималниот е 5. Максималниот вкупен скор на групата студенти е 25 поени и само 7 испитаници или 3.6 % го постигнале овој скор. Средната вредност на вкупниот скор на скалата за потребата за спознавање е 17.28 поени, прикажано во табела 4.

Табела 4 Проценти и аритметичка средина (M) на тврдењата во Скала 1 кај студенти

Тврдење	Поени					M
	1	2	3	4	5	
1 Не сакам да имам многу за размислување	6.3	12.5	29.2	23.4	28.6	3.56
2 Се обидувам да избегнувам ситуации што бараат длабоко размислување на нештата	4.2	10.9	24.0	23.4	37.5	3.79
3 Преферирам да правам нешто што бара размислување во однос на нешто што не бара многу мислење	4.2	10.9	32.3	22.9	29.7	3.63
4 Повеќе сакам сложени отколку едноставни проблеми	14.1	21.9	26.6	21.9	15.6	3.03
5 Напорното и подолго размислување за некоја работа не ми причинува задоволство	10.4	15.1	32.3	21.9	20.3	3.27
Вкупен скор на скалата						17.28

Во најголем процент студентите ја бираат средната алтернатива (Ниту се согласувам, ниту не се согласувам). Аритметичката средина на вкупниот скор на скалата 17.28 укажува дека студентите имаат натпросечно развиена ваква потреба за спознание.

Кај студентите, во однос на демографските карактеристики ‘пол’, ‘етничка припадност’ и ‘место на живеење (град/село)’ не се пронајдени разлики во потребата за спознавање.

²⁴ Секое тврдење на Скала 1 покажува висока ‘ајтем тотал’ корелација, задоволителен Cronbach Alpha коефициент, како и заситеност само од еден фактор, со што се докажаа метричките карактеристики на оваа скала.

²⁵ Првото, второто и петтото прашање се кодираат обратно, а повисок сумарен скор значи повисока потреба за спознавање.

Резултатите на скалата за потребата за спознавање се слични и кај пензионерите. И кај нив добиениот максимален вкупен резултат е 25, иако само 3 испитаници, или 3.1 %, го постигнале.

Средната вредност на вкупниот скор на скалата за потребата за спознавање е 15.32 поени. Оваа вредност укажува дека пензионерите имаат просечно развиена потреба за спознавање.

Табела 5 Проценти и аритметичка средина на тврдењата во Скала 1 кај пензионери

Тврдење	Поени					M
	1	2	3	4	5	
1 Не сакам да имам многу за размислување	11.5	24.1	25.3	13.8	25.3	3.17
2 Се обидувам да избегнувам ситуации што бараат длабоко промислување на нештата	13.8	32.2	14.9	18.4	20.7	3.00
3 Преферирам да правам нешто што бара размислување во однос на нешто што не бара многу мислење	3.4	18.4	27.6	25.3	25.3	3.51
4 Повеќе сакам сложени отколку едноставни проблеми	8.0	26.4	25.3	26.4	13.8	3.11
5 Напорното и подолго размислување за некоја работа не ми причинува задоволство	20.7	33.3	28.7	6.9	10.3	2.53
Вкупен скор на скалата						15.32

Кај пензионерите, исто како и кај студентите, во однос на демографските карактеристики ‘пол’, ‘етничка припадност’ и ‘место на живеење (град/ село)’ не се пронајдени разлики во потребата за спознавање.

При споредување на средните скорови на групата студенти и групата пензионери се заклучи дека и двете групи имаат вкупен скор околу просекот, но сепак **среднаџа вредноста на вкупниот скор за студентите (17.28) е повисока од онаа на пензионерите (15.32) со статистичка значајност ($p < 0.01$)**. Тоа значи дека студентите имаат поголема потреба за спознавање отколку пензионерите.



студенти

5 10 15 20 25



пензионери

5 10 15 20 25

6.5.2 Локус на контрола во однос на медиумите

Скалата за локус на контрола во однос на медиумите²⁶ се состоеше од 6 тврдења, на кои испитаниците искажаа степен на согласување или на несогласување на петтостепенa скала од Ликертов тип (при што 1 значи „воопшто не се согласувам“, а 5 „целосно се согласувам“). Максималниот теоретски вкупен скор од сите шест тврдења е 30 поени, додека минималниот е 6. Поединците со висок скор ќе сметаат дека од нив зависи дали и колку ќе бидат точно информирани, додека поединците со низок скор ќе сметаат дека од медиумите ќе зависи дали и

колку точно ќе бидат информирани. Максималниот вкупен скор во групата студенти е 30 поени и само 6 испитаници (3.1 %) го постигнале. Средната вредност на вкупниот скор на скалата за локус на контрола во однос на медиумите е 20.44. Оваа вредност укажува дека локусот на контрола кај студентите е над просек. Само просечниот резултат на третото тврдење – „Ако сум погрешно информиран/а од медиумите, јас сум одговорен/на“ (табела 6) е забележително под теорискиот просек.

²⁶ Секое тврдење на Скала 2 покажува висока ‘ајтем тотал’ корелација, задоволителен Cronbach Alpha коефициент, како и заситеност само од еден фактор, со што се докажаа метриските карактеристики на оваа скала.

Табела 6 Проценти и аритметичка средина на тврдењата во Скала 2 кај студенти

Тврдење	Поени					
	1	2	3	4	5	М
1 Ако сум погрешно информиран/а од медиумите, од мене зависи колку брзо ќе ги добијам точните информации	8.8	11.9	30.1	25.4	23.8	3.44
2 Јас ја имам контролата врз информациите што ги добивам од медиумите	11.9	20.2	24.4	24.4	19.2	3.19
3 Ако сум погрешно информиран/а од медиумите, јас сум одговорен/на	28.5	28.0	27.5	4.7	11.4	2.42
4 Врз моите сознанија за светот најмногу влијае она што јас самиот/самата правам	4.7	16.1	24.9	31.6	22.8	3.52
5 Кога проверувам различни извори на вести, можам да избегнам да бидам погрешно информиран/а	4.7	8.3	21.8	29.5	35.8	3.83
6 Доколку преземам соодветни активности, ќе останам информиран/а	2.6	4.7	20.2	31.1	41.5	4.04
Вкупен скор на скалата						20.44

Кај студентите не се утврдени разлики во скоровите на оваа скала во однос на демографските карактеристики 'род', 'етничка припадност' и 'место на живеење (град/село)'.
Петмина пензионери од групата (или 5.6 %) го постигнале максималниот скор од 30 поени. Средната вредност на вкупниот скор на скалата за локус на

контрола во однос на медиумите е 21.51 поени. Оваа вредност укажува дека и кај пензионерите, како и кај студентите, локусот на контрола во однос на медиумите е над теорискиот просек. Само просечниот резултат на третото тврдење, кое гласеше: „Ако сум погрешно информиран/а од медиумите, јас сум одговорен/на“ има теориски средна вредност.

Табела 7 Проценти и аритметичка средина на тврдењата во Скала 2 кај пензионери

Тврдење	Поени					
	1	2	3	4	5	М
1 Ако сум погрешно информиран/а од медиумите, од мене зависи колку брзо ќе ги добијам точните информации	13,5	11,2	12,4	25,8	37,1	3.62
2 Јас ја имам контролата врз информациите што ги добивам од медиумите	7,9	19,1	18,0	28,1	27,0	3.47
3 Ако сум погрешно информиран/а од медиумите, јас сум одговорен/на	21,3	18,0	18,0	24,7	18,0	3.00
4 Врз моите сознанија за светот најмногу влијае она што јас самиот/самата правам	5,6	11,2	20,2	37,1	25,8	3.66
5 Кога проверувам различни извори на вести, можам да избегнам да бидам погрешно информиран/а	6,6	4,5	20,2	27,0	41,6	3.92
6 Доколку преземам соодветни активности, ќе останам информиран/а	4,5	10,1	19,1	29,2	37,1	3.84
Вкупен скор на скалата						21.51

Кај групата пензионери, утврдена е статистички значајна разлика ($p < 0.01$) во локусот на контрола меѓу оние од урбана и од рурална средина, при што оние од урбана средина ќе имаат повисок локус на контрола. Исто така, кај пензионерите има статистички значајна разлика ($p < 0.01$) во локусот на контрола меѓу Македонците и Албанците, Македонците имаат повисок скор на скалата локус на контрола од Албанците.

Споредбата меѓу студентите и пензионерите во однос на оваа компонента од писменоста за вести покажа дека има значајна разлика меѓу студентите и пензионерите, но овој пат во корист на пензионерите. **Среднаша вредност на вкупниот скор за студентите е помала од онаа на пензионерите со статистичка значајност ($p < 0.05$).** Тоа значи дека пензионерите, во споредба со студентите, во нешто поголем степен веруваат дека од нив зависи дали и колку ќе бидат точно информирани.



студенти

6 12 18 24 30



пензионери

6 12 18 24 30

6.5.3 Знаење за медиумите

Скалата за мерење на знаењето за медиумите се состои од 13 прашања со повеќе понудени одговори, а само еден точен (види прилог, стр. 72-73). Прашањата се однесуваат на тоа како функционираат медиумите и какво е нивното влијание. Максималниот теоретски скор што може некој да го добие на оваа скала е 13, а минималниот 0.

Во табела 8 даден е приказ на резултатите од групата студенти. Во табелата означени со различни бои се прашањата на кои најголем процент од студентите одговориле точно, односно неточно. Прашањата означени со зелено се прашања за кои студентите најчесто го знаат точниот одговор. Прашањата означени со сино се прашања за кои студентите најчесто не го знаат точниот одговор.

Над 88 % од испитаните студенти знаат дека **ако за некоја тема се известува многу во вестите, луѓето кои гледаат вести веројатно ќе мислат дека „таа тема е важна“**

како што знаат

над 77 % од испитаните студенти дека **главниот уредник или продуцентот е тој кој има најмногу влијание кои вести ќе бидат прикажани на телевизиите.**

Над 86 % од испитаниците студенти не знаат дека **на новинарите не им треба лиценца за да работат во Македонија; не знаат што се подразбира кога се критикуваат медиумите за необјективност,**

а дури **над 94 %** од испитаниците не знаат кој **вообичаено го пишува соопштението за медиумите.**

Табела 8 Проценти на студенти со точен и со неточен одговор на тврдењата во Скала 3

Прашање		% на студенти со	
		неточен одговор	точен одговор
1.	Во чија сопственост се најголемиот број медиуми во Р.С. Македонија?	67.7	36.3
2.	Дали на новинарите/репортерите во Р.С. Македонија им треба лиценца при вработувањето?	86.5	13.5
3.	Кои од медиумите не зависат првенствено од реклами за финансиска поддршка?	81.9	18.1
4.	Која е главната разлика меѓу интернет-страниците како, на пример, Тајм.мк и интернет-страниците како, на пример, Канал 5?	66.8	33.2
5.	Кој има најголемо влијание кои вести ќе бидат прикажани на телевизиите?	22.8	77.2
6.	Какво е известувањето за сите етнички ентитети во земјата во вестите?	72.0	28.0
7.	Врз што обично се фокусира известувањето за изборните кампањи во вестите?	49.7	50.3
8.	Што обично подразбираат луѓето кога ги критикуваат медиумите за необјективност?	85.5	14.5
9.	Чија работа е пишувањето соопштение за медиумите?	94.8	5.2
10.	Каков е ефектот на медиумите врз луѓето?	69.4	30.6
11.	Каква тенденција да мислат имаат луѓето кои гледаат многу вести?	34.2	65.8
12.	Што се мисли за темата за која се известува многу во вестите?	11.9	88.1
13.	Каков е можниот ефект од рекламите во медиумите врз луѓето?	52.8	47.2

Кај пензионерите, најголем процент точно одговориле на првото прашање – 61,2 %, и на петтото прашање – 57,7 %. Најмалку точни одговори пензионерите дале на

прашањето „чија работа е пишувањето соопштение за медиумите“ (деветто прашање) – 5,2 %.

Табела 9 Проценти на пензионери со точен и со неточен одговор на тврдењата во Скала 3

Прашање	% на пензионери со	
	неточен одговор	точен одговор
1. Во чија сопственост се најголемиот број медиуми во Р.С. Македонија?	38.8	61.2
2. Дали на новинарите/репортерите во Р.С. Македонија им треба лиценца при вработување?	84.5	15.5
3. Кои од медиумите не зависат првенствено од реклами за финансиска поддршка?	58.2	41.8
4. Која е главната разлика меѓу интернет-страниците како, на пример, Time.mk и интернет-страниците како, на пример, Канал 5?	84.5	15.5
5. Кој има најголемо влијание кои вести ќе бидат прикажани на телевизиите?	42.3	57.7
6. Какво е известувањето за сите етнички ентитети во земјата во вестите?	70.1	29.9
7. Врз што обично се фокусира известувањето за изборните кампањи во вестите?	49.5	50.5
8. Што обично подразбираат луѓето кога ги критикуваат медиумите за необјективност?	73.2	26.8
9. Чија работа е пишувањето соопштение за медиумите?	94.8	5.2
10. Каков е ефектот на медиумите врз луѓето?	73.2	26.8
11. Каква тенденција да мислат имаат луѓето кои гледаат многу вести?	60.8	39.2
12. Што се мисли за темата за која се известува многу во вестите?	58.8	41.2
13. Каков е можниот ефект од рекламите во медиумите врз луѓето?	81.4	18.6

Во табела 10, пак, може да се види како се распределени испитаниците (студенти и пензионери) според својот вкупен скор на Скала 3, која го мереше нивото на знаење за медиумите. Кај студентите, се забележува дека најбројни се оние кои имаат вкупен скор од 5 или 6 точни одговори на скалата. Само еден испитаник знаел 12 од 13 точни одговори. Просекот точни одговори на целиот примерок студенти во ова истражување е 5.08 точни одговори на скалата која го мери знаењето за медиумите.

Максималниот скор на оваа скала кај пензионерите е 10, а тој скор го постигнал само еден пензионер. Девет испитаници не одговориле точно на ниту едно прашање. Најголем процент од испитаниците – 20%, имале четири точно одговорени прашања, а средниот скор е 4.29, односно, во просек, одговориле точно само на 4 прашања од 13-те.

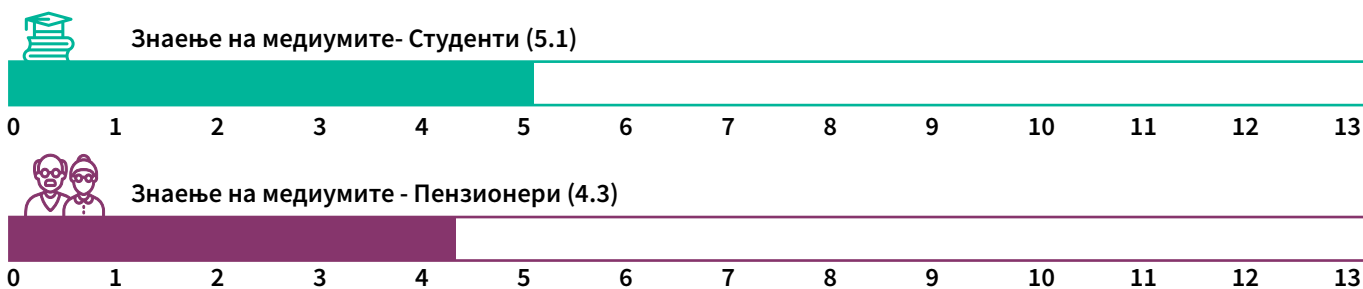
Табела 10 Дистрибуција на испитаниците во однос на сумарниот скор на Скала 3

Број на точни одговори	Проценти на студенти	Проценти на пензионери
0	1.6	10.2
1	2.6	7.1
2	6.2	5.1
3	15.5	12.2
4	11.9	20.4
5	19.2	18.4
6	18.1	5.1
7	15.5	10.2
8	4.7	7.1
9	1.6	3.1
10	1.0	1.0
11	1.6	/
12	0.6	/

Додека на првите две скали (Скалата за мерење на потребата за спознавање и Скалата за мерење локус на контрола во однос на медиумите) примерокот студенти беше над просекот, на оваа скала тие се под теорискиот просек, што значи дека малку знаат за медиумите.

Слично е и кај пензионерите. Пензионерите постигнале најслаби скорови на третата скала, споредено со другите две скали, а воедно се изразито под просек на оваа скала.

Среднаџа вредноџа на вкујниој скор за стјугенџиџе (5.1) е џовисока од онаа на џензионериџе (4.3) со стџаџисџичка значајноџа ($p < 0.05$). Стјугенџиџе во џпросек неџшо џовеќе знааџ за медиумиџе од џензионериџе.



Во контекст на етничката припадност на студентите, постои статистички значајна разлика ($p < 0.01$) во корист на Македонците, односно студентите Македонци во просек повеќе знаат за медиумите од студентите Албанци. Исто така, постои статистички значајна разлика ($p < 0.05$) во знаењата за медиумите меѓу студентите кои потекнуваат од рурална и оние од урбана средина, во корист на оние од урбаната. Кај пензионерите, пак, откриена е статистички значајна разлика ($p < 0.01$) во знаењето за медиумите

меѓу оние со основно или со незавршено образование и оние со повисоко образование (средно, високо, магистерски и докторски студии) во корист на оние со повисоко. Дополнително, статистички значајна разлика ($p < 0.01$) е откриена и меѓу пензионерите од урбаните и оние од руралните средини, при што пензионерите од урбаните средини имаат повисок скор на оваа скала. Значи, пензионерите со повисоко образование и оние кои живеат во градска средина имаат подобри познавања за медиумите.

6.5.4 Индекс на писменост на вести

Индексот на писменост за вести се пресметува со собирање на скоровите на трите скали²⁷. Високиот индекс ќе значи поголема потреба за спознавање, повисок локус на контрола во однос на медиумите (или став: Од нас зависи дали и колку ќе бидеме точно информирани) и подобри познавања за структурата, за функционирањето и за влијанието на медиумите. Нискиот индекс на оваа писменост ќе значи ниски скорови на сите три скали, односно помала потреба за спознавање, понизок локус на контрола (став: Од медиумите зависи дали и колку ќе бидеме точно информирани) и пониско ниво на знаење за медиумите (помали познавања за структурата, за функционирањето и за влијанието на медиумите).

Теоретски, минималниот можен индекс на писменоста за вести е 0, а максималниот 12 (како резултат на преобразување на скалите за да се обезбеди нивно собирање). Теоретскиот просек е 6.

Индексот на писменост за вести на групата студенти е 7.1, а истиот индекс на групата пензионери е 6.7. Ова значи дека двете групи испитаници имаат нешто малку натпросечен индекс на писменост за вести. Нема статистички значајна разлика помеѓу двете групи испитаници во однос на овој индекс на медиумска писменост.

²⁷ Со цел да се генерира севкупен резултат за писменоста за вести, нумеричките резултати од секоја скала беа стандардизирани на скала од четири степени за да можат да бидат подеднакво пондерирани.

Одговорите и на Потребата за спознавање и за Локусот на контрола во однос на медиумите беа коригирани со поправање на обратно кодираниите прашања, а потоа генерирање на вкупен резултат од нула до 4 како агрегација на Ликертовите резултати поделени со бројот на прашања во соодветната скала. Прашањата на скалата Знаење за медиумите беа „означени“ како бинарни точни или неточни, а прашањата беа собрани и пондерирани за да се даде севкупен резултат на Знаењето за медиумите на скала од нула до четири. Од овие три димензии (потреба за спознавање, локус на контрола и знаење за медиумите), секоја поправена на скала од нула до четири, беше генериран конечен резултат, скор за писменоста за вести од можни 12 поени.



Индекс на писменост за вести – Студенти (7.1)



Индекс на писменост за вести – Пензионери (6.7)



Кај студентите, во однос на демографските варијабли пол, етничка припадност и живеење во урбана или рурална средина, најдени се статистички значајни разлики помеѓу машките и женските испитаници (Mann Whitney коефициент значаен на $p < 0.05$), како и помеѓу оние што живеат во урбана и во рурална средина (Mann Whitney коефициент значаен на $p < 0.01$), така што машките испитаници, како и оние студенти кои доаѓаат од урбана средина, ќе имаат поголем индекс на писменоста за вести.

Дополнително беше тестирано и дали во индексот на писменоста за вести има разлика: помеѓу оние кои досега биле вклучени во некоја обука за медиумска и/или дигитална писменост; помеѓу оние кои почесто

или поретко следат интернет-вести, како и меѓу оние кои почесто или поретко работат на компјутер. Пронајдена е разлика во нивото на писменоста за вести само во однос на првата променлива, па студентите кои биле вклучени досега во некој обука за медиумска/дигитална писменост, очекувано, ќе бидат оние кои ќе имаат повисока писменост за вести. Кај пензионерите, единствената пронајдена разлика во однос на индексот на писменоста за вести е помеѓу оние кои живеат во урбана и оние во рурална средина (Mann Whitney коефициент значаен на $p < 0.01$). Оние кои живеат во урбана средина имаа повисок индекс на писменоста за вести.

Резиме на наодите во однос на индексот на писменоста за вести

- Потребата за спознавање е над просекот кај студентите, а во рамки на просекот кај пензионерите. Кај студентите е повисока (статистички значајно) во однос на пензионерите.
- Локусот на контрола во однос на медиумите е над теорискиот просек и кај студентите и кај пензионерите. Кај пензионерите е повисок (статистички значајно) во однос на студентите.
- Знаењето за медиумите е под просек и кај студентите и кај пензионерите. Студентите имаат поголемо знаење за медиумите (статистички значајно).
- Индексот на писменоста за вести е малку над просекот и кај студентите и кај пензионерите. Студентите и пензионерите не се разликуваат во индексот на писменоста за вести.

Разликата меѓу најмладиот и највозрасниот испитаник во вкупниот примерок изнесува 70 години (најмладиот има 18, а највозрасниот – 88 години). И покрај ваквата возрастна разлика што имплицира и различни временски, културолошки и општествени услови во кои двете возрастни групи живееле и живеат, со различни навики за следење вести и различна медиумска култура, различни степени на развој на информациските и комуникациските технологии во времето во кое живеат, и **двете групи не се разликуваат во вкупниот индекс на писменоста за вести – нема статистички значајна разлика.**

6.6 Мотивација за следење вести и за учење, едукација за дезинформации

Мотивацијата е важен фактор за сите процеси и активности на човекот. И овде се препозна нејзината важност, па следствено, прашалникот содржеше неколку прашања преку кои се испитува:

- 1) мотивираноста на испитаниците за следење вести – дали се повеќе внатрешно/интринзички мотивирани или, пак, мотивацијата е надворешна/екстринзичка;
- 2) мотивираноста на испитаниците за учење што се дезинформации, што би значело јакнење на сопствените капацитети за препознавање и за справување со лажните вести и дезинформациите.

6.6.1 Мотивација за следење вести – екстринзичка и интринзичка (надворешна и внатрешна)

Во овој кус дел од прашалникот што беше посветен на видот на мотивацијата за следење вести, беа зададени 4 прашања: две се однесуваа на екстринзичката мотивација за следење вести, а две се однесуваа на интринзичката мотивираност да се следат вестите. Причините или мотивите зошто следиме вести може да бидат различни – некој ги следи вестите поради неопходноста за работата што ја извршува, некој за да остане информиран и да биде во тек со настаните, некој затоа што сака, некој затоа што се чувствува посамоуверено ако следи и ако е информиран, некој поради сите досега спомнати причини, итн. Во прашалникот, четирите прашања, односно тврдења што се однесуваат на екстринзичките и на интринзичките мотиви за следење вести, служат како основа за предвидување на успешноста во препознавањето дезинформации, како и на поврзаноста со индексот на медиумска писменост.

Претпоставката е дека луѓето кои следат вести затоа што сакаат, затоа што веруваат дека е тоа добро за нив (кои имаат повисока интринзичка мотивација), повнимателно ќе ги следат вестите, ќе бидат повеќе писмени за вести и ќе можат да воочат поголем број знаци на дезинформации.

На четирите тврдења испитаниците искажуваа степен на согласување или на несогласување на петтостепенa скала од Ликертов тип (при што 1 значи „воопшто не се согласувам“, а 5 „целосно се согласувам“). Теоретски максималниот скор на мотивацијата – и на надворешна и на внатрешна – е 10, а теоретски минималниот и на двете групи прашања е 2. Теоретскиот просек е 6. Фреквенциите на одговори од студентите и аритметичката средина за секое тврдење се прикажани во табела 11.

Табела 11 Проенти и аритметичка средина на тврдењата на Скалата за екстринзичка (ЕМ) и интринзичка мотивација (ИМ) кај студентите

	Поени					
	1	2	3	4	5	М
Не гледам некаква корист од вестите за мене	18.7	23.8	31.1	15.5	10.9	2.76
Следам вести зашто треба да следам	31.6	18.1	22.8	20.2	7.3	2.56
Вкупен скор на ЕМ						5.30
Следам вести за мое добро	13.0	19.2	37.3	19.2	11.4	2.97
Следам вести зашто сакам	13.5	14.0	23.8	23.8	24.9	3.33
Вкупен скор на ИМ						6.30

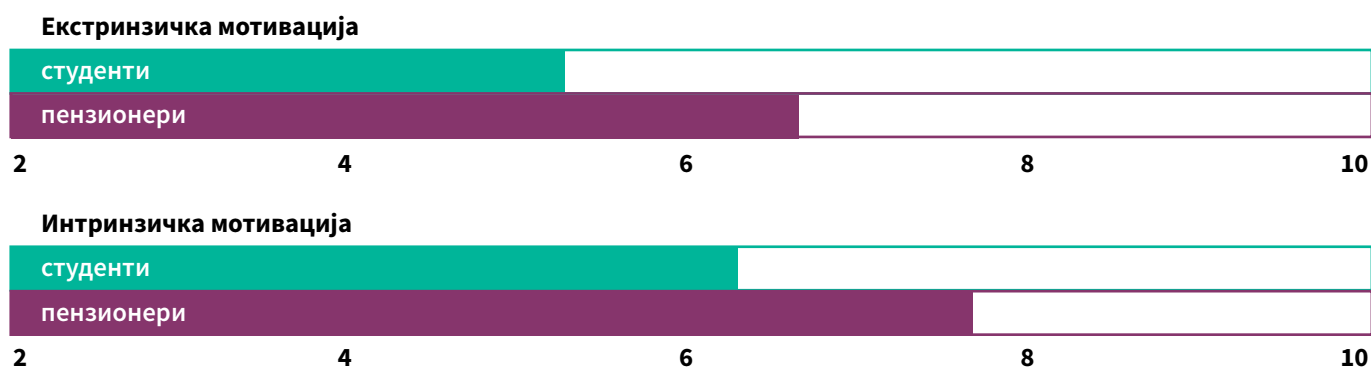
Податоците покажуваат дека студентите учесници во истражувањето имаат среден сумарен скор нешто малку под просекот на првата скала (скала за надворешна мотивација), а исто толку малку над просекот на втората скала (скала за внатрешна мотивација).

Кај пензионерите, пак, како што може да се види од табелата долу, поголем е сумарниот просечен скор на внатрешната мотивација за вести, односно за внатрешната е речиси 8, а за надворешната речиси 7.

Табела 12 Проценти и аритметичка средина на тврдењата на Скалата за екстринзичка (ЕМ) и интринзичка мотивација (ИМ) кај пензионерите

	Поени					
	1	2	3	4	5	М
Не гледам некаква корист од вестите за мене	21.6	11.4	20.5	21.6	25.0	3.17
Следам вести зашто треба да следам	9.1	15.9	19.3	33.0	22.7	3.44
Вкупен скор на ЕМ						6.61
Следам вести за мое добро	8.0	1.1	29.5	23.9	37.5	3.82
Следам вести зашто сакам	8.0	2.3	20.5	21.6	47.7	3.99
Вкупен скор на ИМ						7.81

Средните вредности на вкупниот скор и на екстринзичката и на интринзичката мотивација за студентите се пониски од оние на пензионерите со статистичка значајност ($p < 0.01$).



6.6.2 Мотивација за учење за дезинформациите

За испитување на мотивацијата за учење што се тоа дезинформации, беше конструирана куса скала која содржи 3 прашања²⁸. Првото прашање се однесува на мотивираноста да се присуствува на обука/ тренинг/работилница за успешно препознавање и за справување со дезинформациите; второто прашање беше за мотивираноста за самостојно надградување за успешно препознавање и за справување со

дезинформациите, а третото прашање, за тоа колку на испитаниците им е важно да знаат умешно да ги препознаваат и да се справуваат со дезинформациите. На сите три прашања се одговараше на петтостепенa скала од Ликертов тип, при што 1 стандардно значеше „воопшто не сум мотивиран/а“ и „воопшто не ми важно“, а 5 „целосно сум мотивиран/а“ и „исклучително ми е важно“.

Табела 13 Проценти и аритметичка средина на тврдењата во Скалата за мотивација за учење за дезинформациите кај студентите

	Поени					
	1	2	3	4	5	М
Мотивираност да се присуствува на обука/тренинг/работилница за успешно препознавање и справување со дезинформации	11.1	10.6	24.9	28.0	25.4	3.46
Мотивираност за самостојно надградување за успешно препознавање и справување со дезинформации	7.4	7.9	23.8	32.3	28.6	3.67
Важноста да се знае умешно да се препознаваат дезинформации	1.6	4.2	26.5	29.1	38.6	3.99
Вкупен скор на скалата						11.12

²⁸ Сите три тврдења од оваа скала покажуваат висока 'ајтем тотал' корелација висок Cronbach Alpha коефициент, како и заситеност само од еден фактор со што се докажаа метриските карактеристики на оваа самостојно конструирана скала за мотивација за препознавање и за справување со дезинформации.

Податоците за студентите зборуваат дека на секое тврдење, а последователно и на сумарниот скор на Скалата за учење за дезинформациите, испитаниците се „над“ просекот. Бројките зборуваат дека, во најголем процент, студентите ја бираат 4. или 5.

алтернатива (Многу сум мотивиран/а и многу ми е важно да знам) на секое од трите тврдења. Зборувајќи општо за целиот примерок студенти, постои натпросечна мотивација за учење, за едукација за препознавање и за справување со дезинформациите.

Табела 14 Проценти и аритметичка средина на тврдењата во Скалата за мотивација за учење за дезинформациите кај пензионерите

	Поени					М
	1	2	3	4	5	
Мотивираност да се присуствува на обука/тренинг/ работилница за успешно препознавање и справување со дезинформации	17.3	11.2	23.5	22.4	25.5	3.28
Мотивираност за самостојно надградување за успешно препознавање и справување со дезинформации	14.3	7.1	23.5	25.5	29.6	3.49
Важноста да се знае умешно да се препознаваат дезинформации	9.2	6.1	19.4	31.6	33.7	3.74
Вкупен скор на скалата						10.51

Слично како и студентите, и групата пензионери од примерокот е мотивирана за учење и за надградување на вештините за препознавање и за справување со дезинформациите.

Нема статистички значајна разлика меѓу студентите и пензионерите во однос на мотивираноста за препознавање и за справување со дезинформациите.

Мотивираност за едукација за дезинформации



Резиме на наодите во однос на мотивацијата за учење за дезинформациите:

- И студентите и пензионерите имаат поголема интринзичка (од внатрешни побуди водена) отколку екстринзичка (од надворешни поттикнувачи водена) мотивација за следење вести.
- Пензионерите во однос на студентите имаат поголема и екстринзичка и интринзичка мотивација за следење вести.
- Мотивацијата да ги препознаат и да се справат со дезинформациите на двете групи е над просекот, што значи дека им е важно да ги зајакнат своите вештини за препознавање дезинформации преку обука или со самостојно учење.

6.7 Свесност за постоење бариери

Важен фактор за препознавањето знаци за дезинформации секако е и свесноста за постоењето пречки или бариери за препознавање и за справување со дезинформациите. Во овој контекст, испитаниците беа прашани колку се согласуваат дека емоциите, недоволното знаење, недоволното искуство и недоволниот интерес за определена тема може да претставува бариера да се препознае дезинформација. Повторно испитаниците одговараа на скала од 1 до 5 (при што 1 значеше „Воопшто не се согласувам“, а 5 „Целосно се согласувам“), па повисок сумарен скор на оваа скала значи и поголема согласност дека сето погоре споменато може да биде бариера во процесот на разликување вистинита од лажна вест.

Теорискиот максимален скор на оваа скала е 20, а минималниот 4. Теорискиот просек е 12. Следи табелата со приказ на дистрибуцијата на одговорите на четирите прашања за тоа што се перципира како бариера во процесот на препознавањето дезинформации. Средните вредности над теорискиот просек (3,0) на секоја препознаена бариера зборуваат дека поголем број студенти се сложуваат во поголем степен дека емоциите предизвикани од некоја вест, како и недоволното искуство и немањето интерес за темата во веста, а особено недоволното знаење, можат да претставуваат бариера да се разликува вистинита од лажна вест.

Табела 15 Проценти и аритметичка средина на тврдењата за бариерите за препознавањето дезинформации кај примерокот студенти

	Поени					
	1	2	3	4	5	М
Емоциите што се предизвикани од некоја вест може да бидат бариера да се разликува точна од лажна вест	5.3	10.6	25.4	28.0	30.7	3.68
Недоволното знаење за темата во веста може да биде бариера да се разликува точна од лажна вест	2.6	4.2	14.8	32.8	45.5	4.14
Недоволното искуство поврзано со темата во веста може да биде бариера да се разликува точна од лажна вест	3.7	2.6	24.9	31.7	37.0	3.96
Немањето интерес за темата во веста може да биде бариера да се разликува точна од лажна вест	6.3	8.5	21.2	26.5	37.6	3.80
Вкупен скор						15.58

На овие тврдења, 20 испитаници од пензионерите, или 22 %, постигнале максимум скор од 20. И овде, како кај студентите, средните вредности на секое тврдење за бариера укажуваат дека во голема мера пензионерите ги препознаваат сите наведени бариери како такви. Доколку се разгледаат поблиску процентите на

одговорите со скор 4 и 5 на секое тврдење, се гледа дека сите се над 64 %, а за недоволното искуство (трето тврдење) дури 95 % од пензионерите се согласуваат дека може да биде бариера за препознавање дезинформација. Просечниот вкупен скор е 15.48

Табела 16 Проценти и аритметичка средина на тврдењата за бариерите за препознавањето дезинформации кај пензионерите

Тврдење	Поени					
	1	2	3	4	5	М
Емоциите што се предизвикани од некоја вест може да бидат бариера да се разликува точна од лажна вест	15.6	5.6	14.4	33.3	31.1	3.59
Недоволното знаење за темата во веста може да биде бариера да се разликува точна од лажна вест	3.3	10.0	16.7	30.0	40.0	3.93
Недоволното искуство поврзано со темата во веста може да биде бариера да се разликува точна од лажна вест	6.7	2.2	17.8	34.4	38.9	3.97
Немањето интерес за темата во веста може да биде бариера да се разликува точна од лажна вест	5.6	5.6	20.0	22.2	46.7	3.99
Вкупен скор						15.48

Нема статистички значајна разлика меѓу студентите и пензионерите во однос на нивната свесност што може да биде бариера во процесот на препознавање и на справување со дезинформациите.

Свесност за бариери за постоење на дезинформации



Сумарно во однос на свесноста за постоење бариери:

- И студентите и пензионерите имаат натпросечни резултати на скалата за свесност за постоење бариери во процесот на препознавање и на справување со дезинформациите.
- Студентите и пензионерите не се разликуваат меѓусебно во однос на оваа свесност.

Овој резултат охрабрува дека постои свесност и кај студентите и кај пензионерите за постоењето бариери во процесот на препознавањето на дезинформациите, а тоа, пак, зборува за една свесност за информациите што ги добиваат индивидуите од медиумите. Кога е некој свесен дека може да постојат пречки при препознавањето дезинформации, и дека тие пречки се во него а не надвор од него, тогаш тоа најверојатно престанува да биде бариера. Бариерата има моќ само

кога не е освестена. Освестувањето на процесот значи активно размислување кога се восприема некоја информација, а не нејзино автоматско усвојување. Тоа е добра основа за понатамошно јакнење на оваа свесност и критичност, што, пак, може да води кон зголемување на отпорноста на дезинформации.

6.8 Знаењето и интересот за информации поврзани со процесот на европската интеграција и со климатските промени

Во контекст на медиумската писменост, интересот и знаењето на поединецот за информации поврзани со процесот на ЕУ-интеграцијата и со климатските промени е важно од следните причини:

- ✓ Интересот и познавањето на овие две области значи познавање важни и актуелни теми од општествено-политичкото живеење во Р С. Македонија;
- ✓ Интересот и познавањето на овие две области на некој начин е поврзано и со одговорно граѓанство. Добро информиран граѓанин е одговорен граѓанин, кој може да донесе одлуки врз основа на вистинити и проверени инфомрации;
- ✓ Поврзаноста на медиумската писменост со интересот и познавањето на овие области ќе значи и докажување на претпоставката дека медуимската писменост е важен фактор за активно и одговорно граѓанство.

Оттаму, во прашалникот се вклучени 3 блока прашања: првиот, за познавањето информации поврзани со темите како европската интеграција на РСМ и климатските промени; вториот, за заинтересираноста за овие теми, и третиот блок, за важноста што поединецот им ги придава на двете споменати теми.

Пре блок. Во овој блок има 11 прашања, од кои пет прашања се однесуваат на европската интеграција на Р С. Македонија, а шест на климатските промени. Прашањата се однесуваат на релативно општи, но и на поспецифични познавања за двете области, за кои испитаниците би требало да се информирани преку различни извори, различни медиуми и вести.

● Познавање на процесите на европската интеграција

Како што е спомнато во описот на инструментот, овој дел опфаќа пет прашања. Прашањата се со повеќе понудени одговори, од кои само еден е точен. Точниот одговор се бодува со 1 поен, а неточниот со 0. Максималниот скор на овие прашања е 5, а

минималниот 0. Петте прашања се однесуваат на настани што се општопознати за процесот на интеграција и за кои медиумите известуваат секојдневно.

Табела 17 Проценти и аритметичка средина на тврдењата за бариерите за препознавањето дезинформации кај пензионерите

Прашања	% на студенти со		% на пензионери со	
	Неточен одговор	Точен одговор	Неточен одговор	Точен одговор
1. Кој е главниот преговарач на РСМ со ЕУ?	86.2	13.8	74.5	25.5
2. Кога го стекна РСМ статусот 'држава кандидат за членство'?	86.8	13.2	80.6	19.4
3. Кога се одржа Меѓувладината конференција за РСМ?	91.5	8.5	64.3	35.7
4. Што претставува Фронтекс?	90.5	9.5	80.6	19.4
5. Што е целта на скринингот?	73.5	26.5	65.3	34.7

Студентите покажале многу малку познавање на овие прашања во врска со процесот на европската интеграција. Во просек, тие не достигнуваат ниту едно точно одговорено прашање. Околу 27% од студентите одговориле точно на петтото прашање (тоа најмногу го знаат), а најмалку знаеле точно да одговорат на третото прашање – кога била одржана Меѓувладината конференција за РСМ. Македонија – само 8,5% од студентите знаеле.

Иако подобри во однос на групата студенти, пензионерите исто така имаат многу слаби познавања за процесот на европската интеграција. Над 65% одговориле неточно на сите пет прашања. Интересно е да се види дека најголем процент од пензионерите дале точен одговор на третото прашање, за кое студентите најмалку знаат.

Табела 18 Дистрибуција на испитаниците во однос на сумарниот скор на Скалата за европска интеграција

Број на точни одговори	Проценти на студенти	Проценти на пензионери
0	49.7	31.6
1	37.0	33.7
2	7.4	14.3
3	3.7	12.2
4	2.1	5.1
5	/	3.1

Нема испитаници студенти кои одговориле точно на сите прашања; половината испитаници студенти немаат ниту еден точен одговор; со еден точен одговор се 37% од студентите. Од пензионерите тројца ги знаеле

одговорите на сите прашања, но 66% од пензионерите не знаеле ниту еден точен одговор или го знаеле одговорот само на едно прашање.

Средната вредност на вкупниот скор за студентите е пониска од онаа на пензионерите со статистичка значајност ($p < 0.01$).

● Познавање на прашањата поврзани со климатските промени

Блокот прашања за климатските промени има 6 прашања од затворен тип (со понудени одговори), на кои има само еден точен одговор. Теоретски минималниот скор што може да се добие на оваа скала

е 0, а максималниот 6. Процентите на точни одговори на секое прашање од оваа скала за двете групи испитаници се прикажани во следната табела.

Табела 19 Проценти на испитаници со точни одговори на тврдењата на Скалата за знаење за КП

Прашања		% на студенти со		% на пензионери со	
		Неточен одговор	Точен одговор	Неточен одговор	Точен одговор
1.	Кои се главните причини за климатските промени?	48.9	51.5	61.2	38.8
2.	Што всушност се климатските промени?	30.0	70.0	38.8	61.2
3.	Како делува ефектот на стаклена градина?	80.5	19.5	77.6	22.4
4.	Дали РСМ има стратегија за климатска акција?	89.5	10.5	65.3	34.7
5.	Кое министерство е одговорно за креирање политики за климатски промени?	50.5	49.5	31.6	68.4
6.	Дали климатските промени се исто што и загадениот воздух?	27.4	72.6	38.8	61.2

Во однос на одредени знаења на студентите за феноменот на климатските промени, од табелата може да се забележат 3 групи на прашања: прашања на кои студентите во најголем број го знаат точниот одговор (тоа е шестото прашање); прашања за кои студентите во најголем број не го знаат точниот одговор (третото

и четвртото прашање); и прашања за кои половината од испитаните студенти ги знаат, а половината не ги знаат точните одговори, како што се прашањата за главните причини за климатските промени и кое министерство е одговорно за креирање политики за климатските промени.

Табела 20 Дистрибуција на испитаниците во однос на сумарниот скор на Скала за КП

Број на точни одговори	Проценти на студенти	Проценти на пензионери
0	7.9	7.1
1	10.5	4.1
2	16.3	19.4
3	37.9	41.8
4	22.1	17.3
5	3.7	10.2
6	1.6	/

Процентот студенти кои одговориле точно на сите прашања е 1.6 %, додека кај пензионерите ниту еден не одговорил точно на сите прашања. Речиси 8 % од студентите, а 7 % од пензионерите немаат ниту еден точен одговор. Најмногубројни студенти се оние кои имаат 3 точни одговори, а нивниот процент изнесува 37.9 %. Три четвртини се студентите кои имаат од 2 до 4 точни одговори. 10 % од пензионерите, пак, одговориле точно на пет прашања.

Најголем процент – 41,8 %, од пензионерите го знаеле точниот одговор на три прашања, исто како и студентите. Нивниот среден вкупен скор на ниво на сите прашања е 2.89, што значи дека во просек одговарале точно на речиси три од шест прашања. Најмногу точни одговори дале на петтото прашање – 68 %, а по 61 % од пензионерите точно одговориле и на второто и шестото прашање (табела 19).

Нема статистички значајна разлика меѓу студентите и пензионерите на Скалата на знаење за климатските промени.

6.8.1 Заинтересираност за темите ‘европската интеграција’ и ‘климатските промени’ и важноста на овие теми за индивидуата

Покрај прашањата за знаење во однос на двете теми, во прашалникот се поставија прашања што се однесуваат на заинтересираноста за темите поврзани со европската интеграција и со климатските промени

во Р С. Македонија, како и за тоа колку овие теми се важни за самите испитаници.

Следи дескриптивен опис на овие две прашања.

Табела 21 Проценти и аритметичка средина на тврдењата за заинтересираност и важност на темите за европската интеграција и климатските промени кај студентите

	Поени					
	1	2	3	4	5	М
Заинтересираност за темите поврзани со европската интеграција на Р С. Македонија	26.5	12.2	33.9	16.4	11.1	2.74
Заинтересираност за темите поврзани со климатските промени во Р С. Македонија	14.3	7.9	27.0	30.7	20.1	3.34
Важност на темите како европската интеграција на Р С. Македонија	21.7	13.8	30.7	20.6	13.2	2.90
Важност на темите како климатските промени во Р С. Македонија	10.1	5.8	20.6	36.5	27.0	3.65

Заинтересираноста на студентите за темите поврзани со климатските промени е поголема од заинтересираноста за темите поврзани со европската интеграција. Оваа разлика, речиси во истиот сооднос, е преликана и во контекст на важноста на темите за

европската интеграција и за климатските промени за самите нив. Темите како европската интеграција им се помалку важни на студентите споредено со теми како климатските промени.

Табела 22 Проценти и аритметичка средина на тврдењата за заинтересираност и важност на темите за европската интеграција и климатските промени кај пензионерите

	Поени					
	1	2	3	4	5	М
Заинтересираност за темите поврзани со европската интеграција на Р С. Македонија	17.3	6.1	27.6	11.2	37.8	3.46
Заинтересираност за темите поврзани со климатските промени во Р С. Македонија	8.2	8.2	17.3	22.4	43.9	3.86
Важност на темите како европската интеграција на Р С. Македонија	17.3	4.1	17.3	26.5	34.7	3.57
Важност на темите како климатските промени во Р С. Македонија	8.2	4.1	16.3	25.5	45.9	3.97

Постои блага разлика во заинтересираноста на пензионерите за двете теми во корист на темата климатски промени, исто како и во важноста што ја имаат овие теми за нив.

Споредено со одговорите на студентите во примерокот, сите скорови кај пензионерите се поголеми од оние на студентите, така што се чини дека пензионерите се помотивирани да научат или да дознаат повеќе за овие теми.

Средните вредности на вкупниот скор и на заинтересираноста за двете теми и на важноста за испитаниците на двете теми на студентите се пониски од оние на пензионерите со статистичка значајност ($p < 0.01$). Значи, пензионерите, во споредба со студентите, се позаинтересирани за двете теми и им припишуваат поголема важност.

Сумирано во однос на знаењето и на интересот за процесите на европската интеграција и за климатските промени:

- Големо е непознавањето на пензионерите, но особено на студентите во однос на одредени основни факти за членството на Р С. Македонија во Европската Унија.
- Споредено со одговорите на скалата за факти за процесот на европската интеграција, студентите и пензионерите се многу повеќе информирани и повеќе знаат за климатските промени. Во просек, од вкупно 6, и едните и другите одговориле точно на речиси 3 прашања.
- И пензионерите и студентите се повеќе заинтересирани и повеќе им се важни темите за климатските промени отколку темите поврзани со европските интеграции.
- Пензионерите, во споредба со студентите, се позаинтересирани и им припишуваат поголема важност на двете теми.

Интересен е овој резултат зашто и двете групи покажуваат непознавање на настаните и на процесите на нашата земја во нејзината европска интеграција, особено студентите. Петте прашања не испитуваа стручно познавање на процесите, туку познавање важни датуми и факти за процесот. Би било упатно да се направат дополнителни истражувања на причините на коишто се должи многу ниското ниво на познавање

на оваа тема, која, според долгогодишната определба на сите досегашни влади, е клучна за развојот на земјата.

Освен што помалку се знае, и заинтересираноста и важноста што се припишува на европската интеграција како тема е помала во однос на заинтересираноста и важноста за климатски промени. Ова важи за двете возрастни групи, но особено за студентите.

6.9 Квиз-прашања – препознавање знаци што укажуваат на можна дезинформација или неточна вест

Овие три прашања беа дизајнирани за да се провери вештината за препознавање знаци за дезинформации. Оригиналната идеја е од едукативна онлајн кампања на BBC, замислена како едукативен квиз за препознавање дезинформации. (<https://www.bbc.co.uk/bitesize/articles/zwfm8hv>). Се решава онлајн со кликување на деловите што се чинат сомнителни, и при тоа се добива информација дали посочениот дел е точно препознаен како знак за дезинформација (означен со зелено светло) или не (означен со црвено светло). Исто така, квизот нуди и приказ на сите сомнителни делови и дополнително едукативно кусо видео во кое се објаснува како да се препознаваат дезинформациите. Во онлајн верзијата на прашалникот, испитаниците исто така требаше да кликнат на сите делови од интернет-веста што им се чинат сомнителни како дезинформација. При тоа, добиваа информација

дали е точно препознаен знакот за дезинформација. Имаше ограничувања на вкупниот број кликувања – 12, додека на сите три прашања имаше по 9 знаци што укажуваат на дезинформација. Знаците за препознавање внесени во квиз-прашањата вклучуваа: печатни грешки, како пермутација на буквите во зборот, споени зборови, неточно напишани (на пример, 'февруари' наместо 'февруари'), неточни податоци, како на пример непостоечки датум (31 февруари или 31 ноември), користење зборови со емотивен набој, ненаведување извор на информацијата, користење поговорки што предизвикуваат определено чувство, зборови напишани со големи букви, нагласени интерпункциски знаци (на пример, повеќе извичници еден до друг – !!!!) и сл. Во сите три прашања беа вклучени сите видови знаци.

Приказ на трите квиз-прашања

Квиз-прашањата беа конципирани како вести на онлајн портали на три теми, од кои првата е на тема образование и е преземена од квизот на BBC и преведена, а другите две се поврзани со темите важни

за целите на истражувањето – едната за европската интеграција на Р.С. Македонија, а другата за темата климатски промени.



The screenshot shows a web browser displaying a BBC Bytesize article. The URL is www.byte.size.co/bbc/ddaf3232fg5. The article title is "Училишните тестови се НАЈЛЕСНИ од кога било, покажа научното истражување". The author is "Дел од Учење" and the date is "31 февруари 2022". The main headline is "ТОЧНО е - вам ви е многу полесно отколку на вашите родители!!!". The text discusses a survey by Ipsos MORI showing that 95% of parents believe their children will do better on school tests than they did at the same age. An image shows a hand holding a test paper with a red score of 100.



The screenshot shows a Maclab Portal article. The URL is www.maklab/istrazhuvanja?id=4859271. The article title is "ЕУ интеграциите се погрешен пат за Македонија". The sub-headline is "КАКО НИКОГАШ ДОСЕГА ГРАЃАНИТЕ СЕ РАЗОЧАРАНИ, ПОКАЖУВА ПОСЛЕДНАТА АНКЕТА". The text discusses a survey by Ipsos MORI showing that 80% of citizens are dissatisfied with the EU integration process. An image shows the European Union flag with a rainbow-colored banner across it.



The screenshot shows a Liber.mk article. The URL is www.liber.mk. The article title is "Демонстрации на скопските улици кои ќе повикаат на одговорност за климатските промени". The date is "27 ноември 2021". The text discusses climate change protests in Skopje, mentioning that 50,000 people are expected to participate in a climate action. An image shows a group of people protesting in front of a building.

6.9.1 Студенти

Како што може да се види од табела 23, нема студент што ги препознал сите знаци на дезинформација во една или во повеќе интернет-вести.

Во однос и на сите три интернет-вести, најголем е бројот на студенти кои не успеале да препознаат ниту еден точен знак за дезинформација.

Табела 23 Дистрибуција на испитаниците во однос на сумарниот скор на препознавањето знаци за дезинформација

Број на точни одговори	Фреквенции и проценти од испитаници кои точно ги препознале знаците на дезинформација во првата интернет-вест	Фреквенции и проценти од испитаници кои точно ги препознале знаците на дезинформација во втората интернет-вест	Фреквенции и проценти од испитаници кои точно ги препознале знаците на дезинформација во третата интернет-вест
0	36 (19.7)	48 (26.7)	44 (24.6)
1	31 (16.9)	38 (21.1)	32 (17.9)
2	35 (19.1)	31 (17.2)	23 (12.8)
3	24 (13.1)	33 (18.3)	14 (7.8)
4	12 (6.6)	13 (7.2)	14 (7.8)
5	16 (8.7)	9 (5.0)	24 (13.4)
6	13 (7.1)	6 (3.3)	20 (11.2)
7	14 (7.7)	2 (1.1)	6 (3.4)
8	2 (1.1)		2 (1.1)

Од **вкупно 9** во секоја вест, студентите во просек **препознаваат 2.43** знаци за дезинформации.

6.9.2 Пензионери

Слична е состојбата и кај пензионерите. Најголемиот дел од пензионерите не препознале ниту еден или препознале само еден знак на дезинформација.

Само на последното квиз-прашање се пронајдени сите 9 знаци на дезинформација од еден пензионер.

Табела 24 Дистрибуција на испитаниците во однос на сумарниот скор на препознавањето знаци за дезинформации кај пензионерите

Број на точни одговори	Фреквенции и проценти од испитаници кои точно ги препознале знаците на лажна вест во првата интернет-вест	Фреквенции и проценти од испитаници кои точно ги препознале знаците на лажна вест во втората интернет-вест	Фреквенции и проценти од испитаници кои точно ги препознале знаците на лажна вест во третата интернет-вест
0	35 (38.5)	44 (49.4)	40 (45.5)
1	20 (22)	14 (15.7)	20 (22.7)
2	12 (13.2)	11 (12.4)	10 (11.4)
3	9 (9.9)	12 (13.5)	7 (8.0)
4	7 (7.7)	5 (5.6)	4 (4.5)
5	6 (6.6)	2 (2.2)	3 (3.4)
6	1 (1.1)	1 (1.1)	2 (2.3)
7	1 (1.1)		1 (1.1)
9			1 (1.1)

Од **вкупно 9** во секоја вест, пензионерите во просек **препознаваат 1,38** знаци за дезинформации.

Корелациите помеѓу вкупно препознаените знаци за дезинформации во сите три вести и кај студентите и кај пензионерите се високи и значајни (сите на ниво 0.01), што зборува дека ако некој умее да ги препознава знаците за дезинформации на првата, ќе знае истите да ги препознае и во втората и во третата вест, без разлика на темата обработувана во веста. Оттука, за сите следни обработки, резултатите од сите три вести се собрани во една променлива: вкупно

препознаени знаци за дезинформации за сите три вести.

Споредбата помеѓу студентите и пензионерите во однос на бројот препознаени знаци за дезинформации покажа дека **студентите се поуспешни** (разликите се статистички значајни на ниво 0.01) **во препознавањето на знаците** во сите три вести одделно, а и следствено, во сумарниот скор.

Резиме на наодите во однос на препознавањето знаци за дезинформација:

- Од вкупно 9 во секоја вест, студентите во просек препознават по 2.43 знаци, а пензионерите по 1.38 знаци за дезинформации.
- Успешноста во препознавањето знаци за дезинформации не зависи од темата во веста. Ако некој умее да ги препознава знаците за дезинформации во една, ќе умее да го препознава истиот тип на знаци во сите вести.
- Студентите се поуспешни во препознавање знаци за дезинформации во споредба со пензионерите.

6.10 Тестирање на моделот за препознавање дезинформации

Тестирањето на моделот за препознавање дезинформации се одвиваше во три чекори.

ПРВ ЧЕКОР: Дефинирање на концептот/конструктот Писменост за вести

Во првиот чекор се испита функционалноста на скалите што го сочинуваат конструктот писменост за вести, со оглед на тоа дека првпат се применуваат на македонски и на албански јазик на територијата на РСМ. Податоците покажаа дека скалите, сите три: Скалата на потреба за спознавање, Скалата на локус на контрола во однос на медиумите и Скалата

на знаења за медиумите, имаат одлични метрички карактеристики (и во двата примероци) и е оправдано нивното користење на македонски и на албански јазик во РСМ. Македонија. Во овој чекор, исто така се пресмета и Индексот за писменост за вести (ИПВ), а постапката за сумирање на скалите е детално прикажана во делот за Писменост за вести (стр. 37).

Слика бр.2 Конструктот писменост за вести



Откако се дефинираше концептот на писменоста за вести, се пристапи кон вториот чекор.

ВТОР ЧЕКОР: Проширување на концептот или дефинирање на „границите“ на медиумската писменост

Вториот чекор е всушност проширување на концептот или дефинирање на „границите“ на медиумската писменост. Во оваа фаза се претпостави дека писменоста за вести е само една компонента од медиумската писменост и дека постојат уште три компоненти, сите заедно поврзани, кои ја „сочинуваат“ медиумската писменост:

- Интринзичка (внатрешна) мотивација (ИМ) за следење вести;
- Мотивација за учење, едукација за дезинформации;
- Свесност за постојето бариери при процесот на препознавање дезинформации.

Имено, се претпостави дека оние индивидуи кои ќе имаат повиска писменост за вести ќе бидат повеќе внатрешно мотивирани да следат вести (ќе следат вести затоа што сакаат и ќе сметаат дека е тоа за нивно добро), ќе имаат поголема мотивација за учење за дезинформациите и ќе бидат посвесни за бариерите што можат да се јават во процесот на препознавањето дезинформации. Доколку се покаже дека има поврзаност меѓу овие четири сегменти/компоненти, веројатно тоа ќе биде аргумент дека тие можат да се гледаат како компоненти на конструктот ‘медиумска писменост’.

Добиените корелации кај студентите се прикажани во табелата што следи.

Табела 25: Корелации меѓу сите компоненти на медиумската писменост кај студентите

	Потреба за спознавање	Локус на контрола	Знаење за медиуми	ИПВ	ИМ	ЕМ	Мотив за учење за дезинф.	Свесност за бариери
Потреба за спознавање		0.03	0.30**	0.70**	-0.05	-0.02	0.20**	0.20**
Локус на контрола	0.03		0.11	0.54**	0.22**	0.07	0.15	0.14
Знаење за медиуми	0.30**	0.11		0.72**	0.06	0.01	0.28**	0.20**
ИПВ	0.70**	0.54**	0.72**		0.05	0.03	0.31**	0.27**
ИМ	-0.05	0.22**	0.06	0.05		0.04	0.23**	0.04
ЕМ	-0.02	0.07	0.01	0.03	0.04		0.07	0.08
Мотив за учење за дезинфор.	0.20**	0.15	0.28**	0.31**	0.23**	0.07		0.26**
Свесност за бариери	0.20**	0.14	0.20**	0.27**	0.04	0.08	0.26**	

ИПВ = Индекс на писменост за вести; ИМ = Интринзичка мотивација; ЕМ = Екстринзичка мотивација
 * = p<0.05; ** = p<0.01

Овие добиени корелации може посликовито да се прикажат на следниот начин, со што прегледно би се видела меѓусебната поврзаност на сите компоненти.

Имено, конструктот за медиумската писменост кај студентите би изгледал вака:

Слика бр.3 Конструкт за медиумската писменост кај студентите



Кај студентите, писменоста за вести е поврзана со интринзичката мотивација преку локусот на контрола. Сосем очекувано, ако се знае дека заедничко за овие две компоненти е активациската тенденција: ако индивидуата има став дека таа владее и има контрола во однос на информациите што ги добива од медиумите, очекувано ќе има и интринзичка (од внатрешни побуди) мотивација да ги следи вестите. Писменоста за вести е поврзана со мотивацијата за учење/едукација за дезинформации преку потребата за спознавање и знаењето за медиумите. Сосем очекувано, ако се знае дека сите три компоненти се однесуваат на мисловни и сознајни процеси. Индивидуите кои се интелектуално љубопитни и имаат поголема потреба за спознавање и за вклучување во процесите на размислување ќе бидат мотивирани за учење и за вложување во едукација за дезинформациите, а ќе имаат и поголеми знаења за медиумите.

Писменоста за вести е поврзана со свесноста за бариерите во препознавањето на дезинформациите преку потребата за спознавање и знаењето за медиумите. И повторно, сосем очекувано, индивидуите кои се интелектуално љубопитни ќе имаат поголеми знаења за медиумите и ќе бидат посвесни за постоењето бариери во процесот на препознавањето дезинформации.

Бидејќи екстринзичката мотивација не беше во корелација со ниту една компонента, не можеше да биде вклучена во овој конструкт.

Интринзичката мотивација, по својата природа, е поврзана со мотивацијата за учење. Високо внатрешно мотивирани луѓе за следење вести ќе бидат и мотивирани за учење за дезинформации. Сите овие поврзаности беа очекувани и зборуваат за постоењето на еден конструкт од меѓузависни компоненти.

Добиените корелации кај пензионерите се прикажани во табела 26.

Табела 26: Корелации помеѓу сите компоненти на медиумската писменост кај пензионерите

	Потреба за спознавање	Локус на контрола	Знаење за медиуми	ИПВ	ИМ	ЕМ	Мотив за учење за дезинф.	Свесност за бариери
Потреба за спознавање		0.02	0.22*	0.62**	0.03	-0.03	0.08	0.11
Локус на контрола	0.02		0.15	0.59**	0.34**	0.35**	0.52**	0.39**
Знаење за медиуми	0.22*	0.15		0.71**	0.00	0.03	0.17	0.42**
ИПВ	0.62**	0.59**	0.71**		0.19	0.21	0.42**	0.49**
ИМ	0.03	0.34**	0.00	0.19		0.23	0.13	0.17
ЕМ	-0.03	0.35**	0.03	0.21	0.23		0.24	0.24
Мотив за учење за дезинфор.	0.08	0.52**	0.17	0.42**	0.13	0.24		0.25*
Свесност за бариери	0.11	0.39**	0.42**	0.49**	0.17	0.24	0.25*	

ИПВ = Индекс на писменост за вести; ИМ = Интринзичка мотивација; ЕМ = Екстринзичка мотивација
 * = $p < 0.05$; ** = $p < 0.01$

Овие добиени корелации може посликовито да се прикажат на следниот начин, со што прегледно би се видела меѓусебната поврзаност на сите компоненти.

Имено, конструктот за медиумската писменост кај пензионерите би изгледал вака:

Слика бр.4 Конструкт за медиумската писменост кај пензионерите



Поврзаноста на компонентите на медиумската писменост кај пензионерите по многу нешта е слична како онаа кај студентите, што уште еднаш зборува за реалното постоење на еден ваков сложен конструкт од меѓузависни променливи којшто би можел да се нарече „медиумска писменост“. Потребно и интересно е да се искоментираат две работи по кои се разликуваат пензионерите од студентите. Првата е дополнителното вклучување на екстринзичката мотивација (од надворешни побуди) за следење вести во овој конструкт. За разлика од студентите, кај кои писменоста за вести преку локусот на контрола беше поврзана само со интринзичката мотивација, кај пензионерите писменоста за вести преку локусот на контрола е поврзана и со интринзичката и со екстринзичката мотивација. Повозрасните и старите лица кои сметаат дека самите тие ги контролираат информациите од медиумите ќе бидат како интринзички, така и екстринзички помотивирани да следат вести. Втората работа, пак, е дека локусот на контрола, во овој конструкт на медиумска писменост, кај пензионерите добива централно место. Локусот на контрола е обединувачка компонента што ги спојува

сите останати компоненти. Кај пензионерите како се да е во рацете на ставот дека индивидуата е таа што одлучува дали, колку и како ќе биде информирана. Кога се има ваков став, тогаш ќе се има и мотивација за учење за дезинформациите, ќе се биде и повеќе свесен за бариерите, ќе се биде и екстринзички и интринзички мотивиран да се следат вестите. Пензионерите се во години кога можеби интересите за многу работи се намалуваат, а следствено и желбата, мотивацијата да се вложува во нешто исто така можеби се намалува, па ставот на лицата дека од нив зависи дали и колку ќе бидат информирани ќе биде одлучувачки за желбата и мотивацијата (и интринзичка и екстринзичка) да се следат вести и да се вложува во учењето за дезинформации. Тој став ќе ја одредува активациската компонента кај пензионерите.

Откако се докажа дека писменоста за вести навистина корелира со неколкуте претпоставени релации, започна третиот чекор и тестирањето на моделот за препознавање дезинформации.

ТРЕТ ЧЕКОР: Креирање групи испитаници според медиумската писменост

Третиот чекор се состои од креирање групи испитаници според нивната медиумска писменост, како и тестирање на разликите што постојат помеѓу тие групи.

Врз основа на овие 4 варијабли (5 кај пензионерите) кои се меѓусебно поврзани и за коишто се претпостави и се докажа дека го сочинуваат конструктот на медиумската писменост, се креираа две групи: група со повисока медиумска писменост и група со пониска медиумска писменост²⁹.

Кај студентите, во првата група припаднаа испитаниците кои се со поголема писменост за вести, оние кои се интринзички мотивирани да следат вести, високомотивирани да учат да ги препознаваат дезинформациите, како и оние кои се свесни за постоењето бариери во процесот на препознавањето дезинформации. Во втората група припаднаа испитаниците кои се со помала писменост за вести, оние кои имаат помала интринзичка мотивација да следат вести и кои се помалку мотивирани да учат да ги препознаваат дезинформациите, како и оние кои се

помалку свесни за постоењето бариери во процесот на препознавањето дезинформации.

Кај пензионерите се направи истата класификација, но кај нив беше внесена и екстринзичката мотивација, со оглед на тоа дека и таа корелираше со една од компонентите на писменоста за вести. Во првата група припаднаа испитаниците кои се со поголема писменост за вести, кои се интринзички, но и екстринзички мотивирани да следат вести, високомотивирани да учат да ги препознаваат дезинформациите, како и оние кои се свесни за постоењето бариери во процесот на препознавањето дезинформации. Во втората група припаднаа испитаниците кои се со помала писменост за вести, оние кои имаат помала интринзичка, но и екстринзичка мотивација да следат вести, и кои се помалку мотивирани да учат да ги препознаваат дезинформациите, како и оние кои се помалку свесни за постоењето бариери во процесот на препознавањето дезинформации.

Група со повисока медиумска писменост

- Повисока писменост за вести
- Поголема интринзичка/екстринзичка мотивација за следење вести
- Поголема мотивација за учење за дезинформациите
- Поголема свесност за бариери во препознавањето дезинформации

Група со пониска медиумска писменост:

- Пониска писменост за вести
- Помала интринзичка /екстринзичка мотивација за следење вести
- Помала мотивација за учење за дезинформациите
- Помала свесност за бариерите во препознавањето дезинформации

²⁹ За креирање на овие две групи беше употребена кластер-анализа (two step cluster analysis) со внесување на четирите променливи како основа за класификација.

Се претпостави дека овие две формирани групи (и кај студентите и кај пензионерите) ќе се разликуваат во:

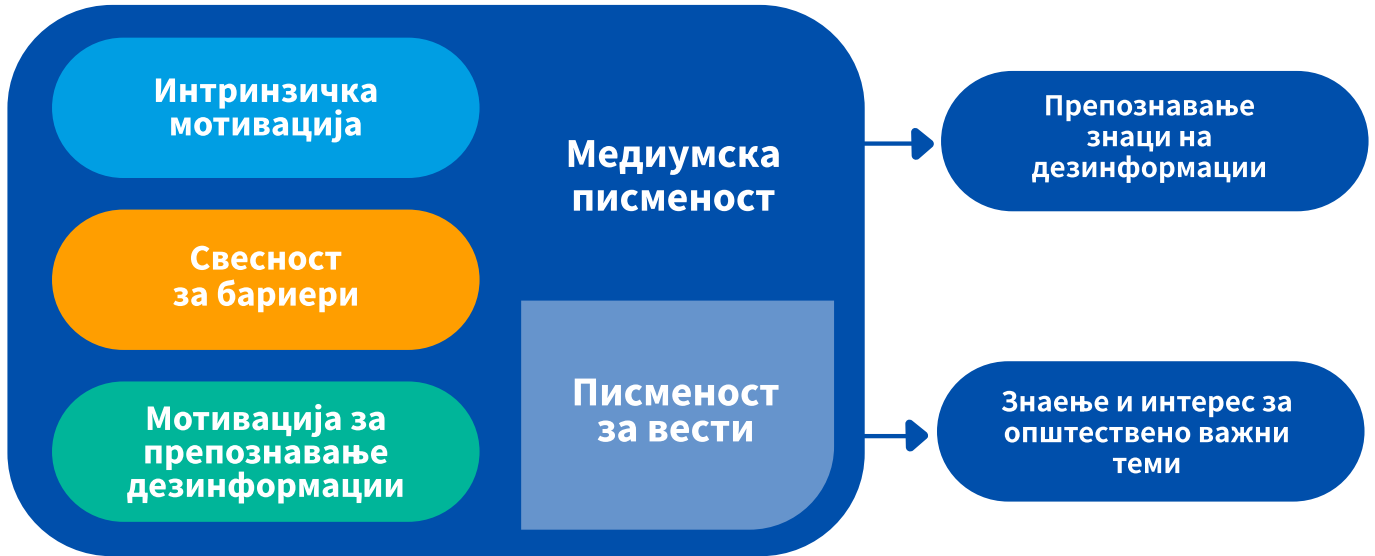
- умешноста на препознавањето дезинформации,
- знаењата и заинтересираноста за општествено важни и актуелни теми од современото живеење, како што се европските интеграции на РСМ и климатските промени.

Кај студентите се покажа значајна разлика помеѓу овие две групи и во умешноста за препознавање на дезинформациите ($p < 0.05$), како и во нивота на

знаење, заинтересираноста за важни општествено-политички теми (разликите се сите значајни на 0.01)³⁰. Групата со повисока медиумска писменост во просек навистина ќе препознава повеќе знаци за дезинформации во интернет-вестите во споредба со групата со пониска медиумска писменост. Групата со повисока медиумска писменост ќе покаже и поголеми знаења, како и поголем интерес за општествено важни теми. Со ова се докажа претпоставениот модел на препознавање дезинформации.

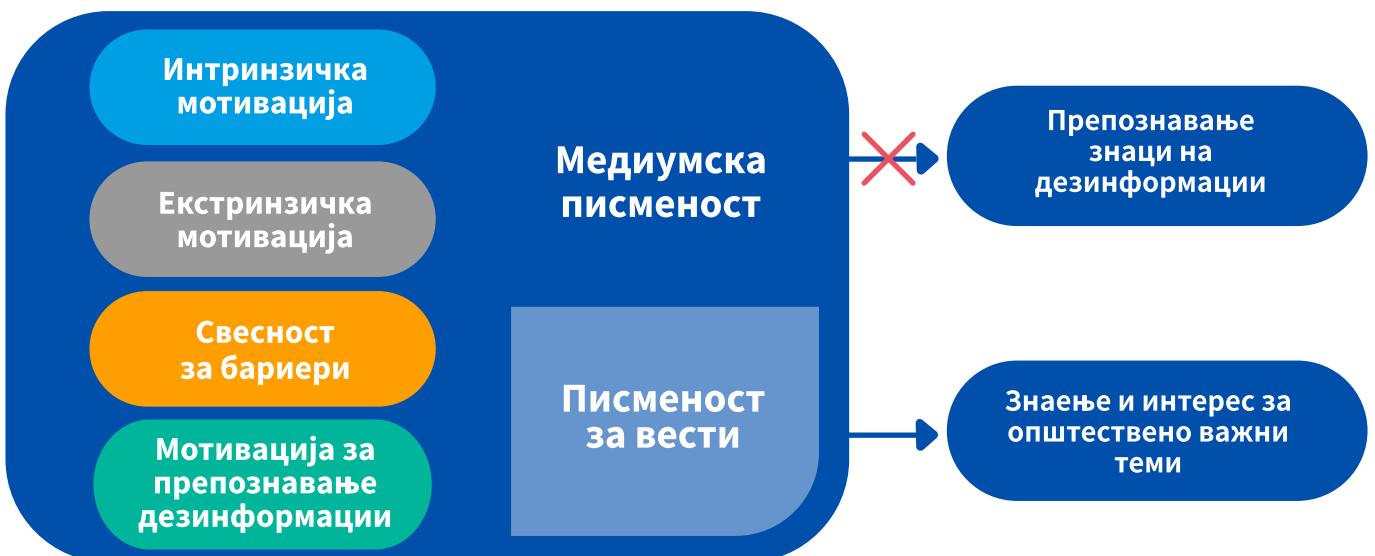
Студенти

Слика бр.5 Медиумската писменост и умешноста за препознавање дезинформации кај студентите



Пензионери

Слика бр.6 Медиумската писменост и умешноста за препознавање дезинформации кај пензионерите



30 За сите пресметки за статистичка разлика помеѓу аритметичките средини се користеше Mann Whitney коефициент.

Кај пензионерите не се покажа значајна разлика помеѓу овие две групи во умешноста за препознавање на дезинформациите, но се покажа разлика во нивоата на знаење и заинтересираност за важни општествено-политички теми (разликите се сите значајни на 0.01). Пензионерите и со повисока и со пониска медиумска писменост еднакво неуспешно ќе ги препознаваат знаците за дезинформации. Сепак, тие со повисока медиумска писменост ќе покажат и поголеми знаења, како и поголем интерес за општествено важни теми. Со ова, кај пензионерите половично се докажа претпоставениот модел на препознавање дезинформации.

Сумирајќи ги сите податоци од униваријантната анализа (27- 45 стр.), како и од тестирањето на моделот за препознавање дезинформации (45 - 49 стр.), 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 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-интеграции 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 знаења 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 индекс на писменоста
- Понизок локус на контрола во однос на медиумите = индекс на писменоста
- Помало ниво на знаење за медиумите 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 индекс на писменоста
- Повисок локус на контрола = индекс на писменоста
- Поголемо ниво на знаење за медиумите 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

6.11 Квалитативна анализа на фокус-групата од лица во социјален ризик

Работата на фокус-групата беше закажана и се одржа во просториите на Едукативно-забавниот дневен центар за деца на улица во Шуто Оризари. Беа повикани 20 учесници, но дојдоа 16, сите жени, примателки на социјална помош. Просторијата во која се одвиваше работата на фокус-групата беше приспособена училница, без доволно простор, со оглед на тоа дека жените беа дојдени со деца кои или ги држеа до себе (помалите), или децата беа собрани во другата соседна просторија, но постојано шетаа и влегуваа во просторијата каде што се одвиваше работата на фокус-групата.

Во таа ситуација и атмосфера на бука и раздвиженост работата на фокус-групата се одвиваше со пречки, иако организаторката се обидуваше да ги стишува учесничките во фокус-групата, да ги насочува кон разговорот, а децата да ги организира со некоја активност за да не трчаат кон мајките. Во исто време им делеа и храна и пакети, па не изостана ниту станувањето по храна и јадење додека се одвиваше разговорот. Сепак, учесничките (барем добар дел од нив) покажаа заинтересираност за разговорот и се обидоа да се вклучат, иако уште на почетокот рекоа дека не знаат многу за медиумите.

Демографски податоци

Возраст: Најмладата учесничка имаше 22, а најстарата 53 години, средна возраст на групата $M = 34.4$

Пол/род: Сите учесници беа женски. Ни рекоа дека е тоа дневен центар во којшто доаѓаат само жени со деца.

Етничка припадност: Сите Ромки

Вклученост во програми за медиумска или дигитална писменост: Ниедна од учесничките не била вклучена во програма за медиумска или дигитална писменост.

Кое е највисокото ниво на образование што го имате?

Од вкупно 16 учеснички, 12 беа без образование (ниту основно) и се потпишаа со отпечаток, 3 беа со основно образование и една учесничка со завршено средно образование.

Живеалиште: Сите учеснички рекоа дека живеат во населбата Шуто Оризари.

Вработеност: Сите учеснички беа примателки на социјална помош.

Следење вести на интернет и колку често: Само една учесничка рече дека чита некои вести навечер на Фејсбук, но не постојано. Три учеснички рекоа дека слушаат вести на телевизија, ја знаат и ја гледаат само ТВ Сител.

Ги интересираат само вести поврзани со социјалната помош. Останатите, на прашањето дали следат медиуми, дали се информираат за нешто и дали воопшто сакаат да се информираат, одговорија дека ако нешто ги интересира, ќе си излезат на улица и таму сè ќе дознаат: кога се дели социјална помош, дали ќе се покачи, дали ќе доцни и сл.

Сите прашања во прашалникот беа крајно поедноставени, приспособени за усно поставување и за луѓе без образование



Потреба за спознавање

Учесничките (сите невработени) беа прашани какви активности повеќе им се допаѓаат: дали да се занимаваат со работа што не бара многу мислење или, пак, таква што ќе ги ангажира мисловно.

Само две учеснички се изјаснија дека нема што да работат бидејќи се необразовани. Повеќето истовремено зборуваа дека најважна работа им е чувањето деца. Една рече дека немаат избор освен да чистат по куќи. Друго и не знаат.

” Ние само можеме да читаме, ама и тоа ја не можам сити. Сега помладише некои сакаат да учат, ама оние како нас итешко, никој нема образование.

Локус на контрола во однос на медиумите

Учесничките беа прашани дали самите бараат да бидат информирани или информациите стигаат до нив без нивни ангажман; дали имаат чувство дека се манипулирани од медиумите; дали некако ги проверуваат вестите што ќе ги слушнат или ќе ги прочитаат.

Само една учесничка рече дека навечер на социјалните мрежи бара нешто да прочита

” Навечер кога ќе ги усвијам децата барам да видам што се случило нешто интересно, не политика, нешто друго. Тие што ми се пријатели на ФБ итешко и јас отворам. Разни работи читам.

Не го разбираат концептот за манипулација од страна на медиумите, не одговорија ништо на прашањето за манипулација. Една учесничка само рече дека медиумите понекогаш лажат:

” Некогаш кажуваат точно што ќе се случува со социјална помош, некогаш ќе не излажат. Ама и тоа е до политичарите, не е до телевизите.

На прашањето дали веруваат, исто така не знаеја што да одговорот освен што рекоа дека меѓусебно се прашуваат дали некоја информација е точна.

” Кога нешто ќе сакам да дознаам, тогаш преку ден на улица каде што се собираме прашувам, некој знае нешто што слушал ја ќе ни каже...

Структури на знаењето за информативните медиуми

Честото и начин на следење на вести

Малкумина од нив следат вести, само кога нешто се случува со социјалната помош или со пензиите. Тие малкутемина гледаат само телевизија.

Знаење колку и какви медиуми има во Р.С. Македонија.

Знаат дека има неколку телевизии, четирите жени што следат рекоа дека гледаат Сител, а една од нив рече дека ја знае и Канал 5.

Следење вести за време на избори

Три учеснички одговорија дека кога има избори, локални, парламентарни, претседателски, гледаат по малку вести и знаат дека на вестите се зборува за тоа кој води и кој ќе победи.

”

На телевизија излегуваат политичарите за да вешуваат и после ништо од тоа, затоа и не сакам да ги слушам на телевизија за време на избори.

Најголемиот број од прашањата во овој блок прашања за функционирањето на медиумите и за нивното влијание едноставно беше бескорисно да се поставуваат бидејќи 80 % од учесничките воопшто не следат медиуми.

Мотивација за следење вести

На прашањето „Каква е според вас користа од гледањето вести?“, најголем број од учесничките не гледаат корист.

”

Сè што ме интересира ќе прашам туча (во Центарот), ќе ми каже комшиката..., не ми треба да гледам телевизија

”

Јас немам време за гледање вести, имам 4 деца, не сиштнувам да ги средам...

”

За што ми требаат вестите? Да не ми кажат нешто добро?

Познавање настани поврзани со ЕУ-интеграциите

Во овој блок прашања, беа поставени прашања дали знаат дека Р.С. Македонија има аспирации за интеграција во Европската Унија (дека сака да влезе во ЕУ); дали знаат кој е главниот преговарач на РСМ со ЕУ; што мислат, дали е добро РСМ да влезе во ЕУ и дали ги интересира да слушнат на телевизиите или на социјалните мрежи вести поврзани со ЕУ-интеграциите.

Најголем број учеснички (8 од 12) знаат за Европската Унија; речиси сите знаат дека Р.С. Македонија сака да влезе во ЕУ; ниедна не знаеше кој е преговарач.

Познавање настани и информации поврзани со климатските промени

Во овој блок прашања беа поставени прашања дали знаат што се климатски промени воопшто; колку се важни климатските промени за Р.С. Македонија; дали во Р.С. Македонија се прави нешто поврзано со климатските промени.

Четири жени од групата рекоа дека слушнале за климатските промени, само една нешто конкретно објасни што мисли дека се климатските промени:

”

Тоа е ова што е загаден воздухот, што дишаме отров.

Истата соговорничка на прашањето за причините за климатските промени рече дека за тоа се одговорни луѓето и фабриките.

”

Не се загадува воздухот сам, ние го загадуваме, фабриките го загадуваат, ама и тоа дека сме сиромашни е.

Интерес и важност на темите за европската интеграција и за климатските промени

Во овој блок беа поставени прашања колку темите како европската интеграција и климатските промени во Македонија се важни за нив и прашања дали се заинтересирани за теми поврзани европската интеграција на РСМ и со климатските промени во светот и во Р С. Македонија.

” Не е важно за мене за младите е важно да си отидат од Македонија во некоја од земјите во Европа. Зашто и треба нешто да научат како е таму.

” Кога некој ќе отиде таму, кажува на семејството како е во Европа, тие таму најубаво знаат како им е, не треба да слушаат вести.

” Сите треба да не интересира да ни биде чисто околу нас и да не ги шират оштров ама еве видише во какви ѓубришта живеете, секаде ѓубре, никој не го чисти..

” Никој не го интересира како да куйме дрва а сите ни викаат не го горат ѓубре во ѓечките. И јас не сакам да горам ѓубре ама немам избор.

” Важно е да ги чистиме воздух но никој ништо не прави за тоа, нишу државата нишу луѓето.

Мотивираност за препознавање и за справување со дезинформации

На прашањето дали, ако има обука за успешно препознавање и за справување со дезинформации, би сакале да ја следат, неколкумина потврдија со главата, но не оддаваа впечаток дека знаат за што всушност станува збор. Истото може да се каже и за реакцијата на прашањето колку им е важно да знаат умешно да ги препознаваат и да се справуваат со дезинформациите. Една учесничка само рече:

” Треба да бидеме информирани што се случува во државата, тука живеете.

Перципирани бариери за препознавање и за справување со дезинформации

Во овој последен дел од прашањата, им беа поставени прашања дали сметаат дека ако се неинформирани, не знаат и немаат искуство за некоја тема (им беше даден примерот со социјалната помош што им е најважна) лесно можат да бидат изложани, како и тоа дали, ако се незаинтересирани, лесно би можеле да бидат изложани од медиумите. Во дискусијата се вклучија две учеснички. Не сметаат дека можат да бидат изложани од медиумите зашто информациите си ги проверувале меѓу себе, па и не следеле многу медиуми за да бидат изложани.

” Се и сешто се зборува на телевизии, ама кој ги слуша?
Никој не го интересира ништо.



Заклучоци од дискусијата во фокус-групата

Интервјуата со лицата од социјално ранлива категорија од фокус-групата ја потврдија и во исто време дадоа дополнителен увид за претпоставката дека за нив медиумската писменост не е приоритетна. Може да се заклучи дека 80 % од интервјуираните примателки на социјална помош воопшто не следат вести, а и оние кои следат ги следат вестите поврзани со социјалната помош (кога ќе се доделува, дали има покачување и сл.). бидејќи најголемиот број од нив се неписмени, без никакво образование и се перципираат себеси како недоволно способни да работат освен да ги чуваат децата, а својата потреба за спознавање ја задоволуваат преку социјалните контакти со оние на кои им веруваат. Не го разбираат концептот на манипулација од страна на медиумите, но малкумина од нив сметаат дека не се зборува вистината на вестите.

Познавањето на медиумите е многу скромно, но сепак знаат дека постојат повеќе телевизиски куќи. Најчесто гледана е ТВ Сител. Во однос на познавањето на актуелните теми од општествено значење како процесот на интеграција во ЕУ и климатските промени, најголем број учеснички (8 од 12) знаат за Европската Унија; речиси сите знаат дека РСМ сака да влезе во ЕУ; ни една не знаеше кој е преговарач. Слично и за темата за климатските промени, имаат многу скромни познавања.

Постои свесност за дезинформациите и нејасна желба да научат како да ги препознаваат (на прашањето дали би учествувале во таква обука, неколку од нив скромно потврдија со кимнување). Може да се каже дека оваа група на социјално ранливи лица се под висок ризик на влијанието на дезинформациите поради нивната неписменост, невработеност и оттаму, поради неможноста да се вклучат во општествените случувања во кои би ги ангажирале своите сознајни капацитети, како и со многу ниска мотивираност да учат работи што не се директно поврзани со нивните приоритетни потреби. Предизвикот за оваа социјално ранлива група, која поради оваа состојба е подложна на дезинформации, е наоѓањето начин како да се подигне нивото на нивната мотивираност за учење како безбедно да стигнат до точни и проверени информации за прашања од општествено значење. Сумирајќи ги податоците добиени од интервјуата во фокус-групата составена 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

6.12 Сумирани резултати и заклучоци

ОПИС НА ПРИМЕРОКОТ/независни променливи

СТУДЕНТИ

Превладуваат женски 82.9 %.

Македонците се 61.1 %, а Албанците 35.2 %.

67% од студентите се од урбана средина, останатите од рурална

Општи податоци за медиумска/
дигитална писменост

Речиси една третина од испитаните студенти (30.6 %) одговориле потврдно – дека биле вклучени во некоја програма замедиумска или дигитална писменост, а 69.4 % од студентите се изјасниле дека не биле вклучени.

Следење интернет-вести

На прашањето дали и колку често студентите следат вести на интернет (на компјутер, телефон, таблет...), најголемиот број одговориле потврдно. Само 3 % од студентите вклучени во истражувањето воопшто не следат вести на интернет.

Користење компјутер

Повеќе од три четвртини од испитаните студенти, или 83.4 %, користат компјутер, и тоа 41.7 % еднаш до двапати во неделата, 17.4 % – 3 до 6 пати, а 24.3 % секој ден. Секој шести студент воопшто не користи компјутер.

ПЕНЗИОНЕРИ

Превладуваат машки 64.3 %.

Македонците се 71.4 %, 23.5 % се Албанци.

56 % се од Скопје, останатите се надвор од Скопје.

Општи податоци за медиумска/
дигитална писменост

Групата испитаници пензионери во најголем дел, или 79,6 % од нив, не учествувале во некоја програма за медиумска/дигитална писменост.

Следење интернет-вести

Навиката за следење вести преку дигиталните средства е присутна кај скоро 70 % од испитаниците, при што 48.9 % следат често, додека 27.6 % ретко.

Користење компјутер

35.7 % од испитаниците речиси и не користат компјутер, а скоро исто толку (34.7 %) користат често или секој ден.

Писменост за вести

Скала 1

Потреба за спознавање –
автоматско наспроти свесно
обработување на информациите

Кај студентите, средната вредност на вкупниот скор на скалата за потреба за созновање е 17,28 поени. На секое тврдење, а последователно и на сумарниот скор на Скалата за потребата за спознавање, испитаниците се нешто малку над просекот. Во најголем процент студентите ја бираат средната алтернатива. Кај пензионерите, средната вредност на вкупниот скор на скалата за потребата за спознавање е 15,31 поени. Оваа вредност укажува дека потребата за спознание кај пензионерите е просечна. Средната вредност на вкупниот скор на скалата за потреба за спознавање кај студентите е повисока од онаа на пензионерите со статистичка значајност.

Скала 2

Локус на контрола во однос на
медиумите

Кај студентите, како и за првата скала, податоците зборуваат дека на секое тврдење, а последователно и на сумарниот скор на Скалата за локус на контрола во однос на медиумите, испитаниците се над просекот, освен за третото тврдење, кое гласеше: „Ако сум погрешно информиран/а од медиумите, јас сум одговорен/на“. Кај пензионерите, средната вредност на вкупниот скор на скалата за локус на контрола во однос на медиумите е 21,52. Оваа вредност укажува дека локусот на контрола е над просекот. Средната вредност на вкупниот скор на оваа скала за студентите е помала од онаа на пензионерите со статистичка значајност.

Скала 3

Знаење за медиумите

Примерокот студенти на оваа скала се под теорискиот просек. Најмногубројни се оние испитаници кои имаат сумарен скор од 5 или 6 од можни 13 точни одговори на скалата 3. 80 % се вкупно студенти кои имаат од 3 до 7 точни одговори. Само еден испитаник знаел 12 од 13 точни одговори. Просекот точни одговори на целиот примерок студенти во ова истражување е 5.08 точни одговори.

Просекот точни одговори на целиот примерок пензионери во ова истражување е 4.29 точни одговори на скалата 3, што секако значи дека се под теорискиот просек (6.5). Најголем дел од пензионерите имаа вкупен скор, односно точно одговориле само на четири или на пет прашања – 20 % со 4 точни одговори, односно 18 % со 5 точни одговори.

Средната вредност на вкупниот скор на оваа скала за студентите е повисока од онаа на пензионерите со статистичка значајност.

Индекс на медиумска писменост

Индексот на писменоста за вести е малку над просекот и кај студентите и кај пензионерите. Студентите и пензионерите не се разликуваат во индексот на писменоста за вести.

МОТИВАЦИЈА ЗА СЛЕДЕЊЕ ВЕСТИ

Екстринзичка и интринзичка мотивација за следење вести

МОТИВАЦИЈА ЗА УЧЕЊЕ за дезинформациите

Студентите учесници во истражувањето имаат среден сумарен скор = 5.30, нешто малку под просекот (6) на првата скала (скала за надворешна мотивација), а исто толку малку над просекот= 6.30 на втората скала (скала за внатрешна мотивација).

Кај пензионерите, поголем е сумарниот просечен скор на внатрешната мотивација за вести, отколку на надворешната, односно за внатрешната мотивација е скоро 8, а за надворешната скоро 7.

Средните вредности на вкупниот скор и на екстринзичката и на интринзичката мотивација за студентите се пониски од оние на пензионерите со статистичка значајност.

Студенти: на секое тврдење, а последователно и на сумарниот скор на Скалата за учење за дезинформациите, испитаниците се над просекот. Бројките зборуваат дека, во најголем процент, студентите ја бираат алтернативата: „Многу сум мотивиран/а и многу ми е важно да знам“ на секое од трите тврдења. Зборувајќи општо за целиот примерок студенти, постои натпросечна мотивација за учење како да се препознаваат дезинформациите.

Слично како и студентите, и групата пензионери од примерокот се мотивирани за надградување на вештините за препознавање и за справување со дезинформациите.

Нема статистички значајна разлика меѓу студентите и пензионерите во однос на мотивираноста за препознавање дезинформации.

Свесност за бариерите во процесот на препознавањето дезинформации

Бариери да се разликува вистинита од лажна вест.

Средните вредности на секоја препознаена бариера зборуваат дека поголем број студенти, исто како и пензионери, се сложуваат во поголем степен дека емоциите предизвикани од некоја вест, како и недоволното искуство и немањето интерес за темата на веста, а особено недоволното знаење, може да претставуваат бариера да се разликува точна од лажна вест.

Нема статистички значајна разлика меѓу студентите и пензионерите во однос на познавањето на бариерите за препознавање на дезинформациите.

Препознавање знаци за дезинформации

Препознавање знаци за дезинформации во интернет-вести

Нема испитаник студент што ги препознал сите знаци на лажна вест во една или во повеќето интернет-вести. Во однос и на сите 3 интернет-вести – најголем е бројот на студенти кои не успеале да препознаат ниту еден точен знак за лажна вест.

Само на последното квиз-прашање се пронајдени сите 9 знаци на лажна вест од еден пензионер. Најголемиот дел од пензионерите не препознале ниту еден или препознале само еден знак на лажна вест.

Информираност, специфични знаења за општествено важни теми

Познавање на процесите на европската интеграција

Студенти: Нема испитаници кои одговориле точно на сите прашања; половината испитани студенти немаат ниту еден точен одговор; со еден точен одговор се 37 % од студентите.

Пензионери: Иако нешто подобри во однос на групата студенти, пензионерите имаат многу слаби познавања за процесот на европска интеграција. На сите пет прашања над 64 % одговориле неточно.

Тројца од пензионерите ги знаеле одговорите на сите прашања, но 65 % од пензионерите не знаеле ниту еден точен одговор или само на едно прашање.

Средната вредност на вкупниот скор за студентите е пониска од онаа на пензионерите со статистичка значајност.

Познавање на темите поврзани со климатските промени

Студенти: Процентот испитаници кои одговориле точно на сите прашања е 1.6 %. Речиси 8 % се студенти кои немаат ниту еден точен одговор; најмногубројни се оние кои имаат 3 точни одговори, а нивниот процент изнесува 37.9 %. Три четвртини се испитаниците кои имаат од 2 до 4 точни одговори. Споредено со одговорите на скалата за факти за Европската Унија, можеме да кажеме дека студентите се многу повеќе информирани и повеќе знаат за климатските промени отколку што знаат факти за нашето членство во европското семејство.

Пензионери: Средниот вкупен скор на ниво на сите прашања е 2.89, што значи дека во просек одговориле на речиси три прашања. Најмногу точни одговори дале на петтото прашање – 68 %, а по 61 % од пензионерите точно одговориле и на второто и шестото прашање. Ниту еден испитаник не одговорил точно на шесте прашања, а само 10 % од испитаниците одговориле точно на пет.

Нема статистички значајна разлика меѓу студентите и пензионерите на Скалата на знаење за климатските промени.

Заинтересираност за теми како европската интеграција и климатските промени и важноста на овие теми за индивидуата

Заинтересираноста и важноста на **студентите** за темите поврзани со климатските промени е поголема од заинтересираноста и важноста што ја придаваат на темите поврзани со европската интеграција.

Постои блага разлика во заинтересираноста на **пензионерите** за двете теми во корист на темата климатски промени, исто како и во важноста што ја имаат овие теми за нив.

Средните вредности на вкупниот скор и на заинтересираноста за двете теми и на важноста за испитаниците на двете теми за студентите се пониски од оние на пензионерите со статистичка значајност.

ДЕФИНИРАЊЕ НА КОНСТРУКТОТ ЗА МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ

СТУДЕНТИ

Конструкт на медиумската писменост

Кај студентите, писменоста за вести е поврзана со интринзичката мотивација преку локусот на контрола: оние кои сметаат дека ја имаат контролата врз информациите што ги примаат од медиумите ќе имаат и интринзичка мотивација за следење вести.

Писменоста за вести е поврзана со мотивацијата за учење/ едукација за дезинформациите преку потребата за спознавање и знаење за медиумите. Индивидуите кои се интелектуално љубопитни и имаат поголема потреба за спознавање и за вклучување во процесите на размислување, ќе бидат мотивирани за учење и за вложување во едукација за дезинформациите и ќе имаат поголеми знаења за медиумите.

Писменоста за вести е поврзана со свесноста за бариерите во препознавањето на дезинформациите преку потребата за спознавање и знаење за медиумите. Индивидуите кои се интелектуално љубопитни ќе имаат поголеми знаења за медиумите и ќе бидат посвесни за постоењето бариери во процесот на препознавањето дезинформации.

Интринзичката мотивација, по својата природа, е поврзана со мотивацијата за учење и со свесноста за постоење бариери. Високо внатрешно мотивирани луѓе за следење вести ќе бидат и посвесни за сите пречки кои можат да се јават во процесот на препознавањето дезинформации.

ПЕНЗИОНЕРИ

Конструкт на медиумската писменост

Поврзаноста на компонентите на медиумска писменост кај пензионерите по многу нешта е слична како онаа кај студентите, што уште еднаш зборува за реално постоење на еден ваков сложен конструкт на меѓузависни променливи којшто би можел да се нарече „медиумска писменост“.

Дополнително е вклучувањето на екстринзичката мотивација (од надворешни побуди) за следење вести во овој конструкт.

Писменоста за вести преку локусот на контрола е поврзана и со интринзичката и со екстринзичката мотивација. Повозрасните и старите лица кои сметаат дека самите тие ги контролираат информациите од медиумите ќе бидат како интринзички, така и екстринзички помотивирани да следат вести.

Локусот на контрола, во овој конструкт на медиумска писменост, кај пензионерите добива централно место. Локусот на контрола е обединувачка компонента што ги спојува сите останати компоненти. Кај пензионерите како сè да е во рацете на ставот дека индивидуата е таа што одлучува дали, колку и како ќе биде информирана. Кога се има ваков став, тогаш ќе се има и мотивација за учење за дезинформациите, ќе се биде и повеќе свесен за бариерите, ќе се биде и екстринзички и интринзички мотивиран да се следат вестите. Писменоста за вести е поврзана со свесноста за бариерите во препознавањето на дезинформациите преку знаењето за медиумите: индивидуите кои имаат поголеми знаења за медиумите ќе бидат посвесни за постоењето бариери во процесот на препознавањето дезинформации.

ТЕСТИРАЊЕ НА МОДЕЛОТ ЗА ВЛИЈАНИЕТО НА МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ

Креирање 2 групи испитаници според нивната медиумска писменост

СТУДЕНТИ

Кај студентите, во првата група припаднаа испитаниците кои се со поголема писменост за вести, оние кои се интринзички мотивирани да следат вести, високомотивирани да учат да препознаваат дезинформации, како и оние кои се свесни за постоењето бариери во процесот на препознавањето на дезинформациите. Во втората група припаднаа испитаниците кои се со помала писменост за вести, оние кои имаат помала интринзичка мотивација да следат вести и кои се помалку мотивирани да учат да препознаваат дезинформации, како и оние кои се помалку свесни за постоењето бариери во процесот на препознавањето на дезинформациите.

ДОКАЖУВАЊЕ МОДЕЛ

Кај студентите се покажа значајна разлика помеѓу овие две групи и во умешноста за препознавање дезинформации, како и во нивоата на знаење, на заинтересираност за важни општествено-политички теми. Групата со повисока медиумска писменост во просек навистина ќе препознава повеќе знаци за дезинформации во интернет-вестите во споредба со групата со пониска медиумска писменост. Групата со повисока медиумска писменост ќе покаже и поголеми знаења, како и поголем интерес за општествено важни теми. Со ова се докажа претпоставениот модел на препознавање дезинформации.

ПЕНЗИОНЕРИ

Кај пензионерите се направи истата класификација, но кај нив беше внесена и екстринзичката мотивација со оглед на тоа дека и таа корелираше со една од компонентите на писменоста за вести. Во првата група припаднаа испитаниците кои се со поголема писменост за вести, кои се интринзички, но и екстринзички мотивирани да следат вести, високомотивирани да учат да препознаваат дезинформации, како и оние кои се свесни за постоењето бариери во процесот на препознавањето на дезинформациите. Во втората група припаднаа испитаниците кои се со помала писменост за вести, оние кои имаат помала интринзичка, но и екстринзичка мотивација да следат вести и кои се помалку мотивирани да учат да препознаваат дезинформации, како и оние кои се помалку свесни за постоењето бариери во процесот на препознавањето на дезинформациите.

ДОКАЖУВАЊЕ МОДЕЛ

Кај пензионерите не се покажа значајна разлика помеѓу овие две групи во умешноста за препознавање дезинформации, но се покажа разлика во нивоата на знаење и заинтересираност за важни општествено-политички теми. Пензионерите и со повисока и со пониска медиумска писменост еднакво неуспешно ќе ги препознаваат знаците за дезинформации. Сепак, тие со повисока медиумска писменост ќе покажат и поголеми знаења, како и поголем интерес за општествено важни теми. Со ова половично се докажа претпоставениот модел на препознавањето дезинформации кај пензионерите.

7.

ОДГОВАРАЊЕ НА ИСТРАЖУВАЧКИТЕ ПРАШАЊА

И повторно Адвокатот на Гаволот...

АГ: Сега на крај, кога го заокруживме целиот истражувачки процес, што можеме да кажеме: колку успешно може да се мери писменоста за вести?

И: Тестирањето на метричките карактеристики на трите скали кои во теоретскиот модел се главни компоненти на писменоста за вести (потребата за спознавање, локусот на контрола и знаењето за медиумите) покажа дека трите скали се интерно конзистентни, определени од еден фактор и дискриминативни. Дополнително, корелацијата на истите со останатите компоненти покажа дека тие се и валидни.

АГ: Што би значело тоа?

И: Тоа значи дека трите скали адекватно ја „мерат“ писменоста за вести на нашата популација.

АГ: Дали писменоста за вести е поврзана со мотивацијата за следење вести?

И: Да, само овде треба да се биде попрецизен. Кај студентите, писменоста за вести е поврзана само со интринзичката мотивација за нивно следење. Притоа, не станува збор за индексот на писменост на вести, туку само за една компонента, а тоа е локусот на контрола. Кај пензионерите, писменоста за вести (повторно само локусот на контрола како една од нејзините компоненти) е поврзана и со екстринзичката и со интринзичката мотивација.

АГ: Како тоа? Зошто е тоа така? Нели во истражувањето кое беше релевантно за вас се докажа дека писменоста за вести е поврзана само со интринзичката мотивација?

И: Релевантното истражување што го споменував е исто така со млади. Кај повозрасните веројатно се вклучува и екстринзичката мотивација. Тие следат вести и кога гледаат корист од тоа, следат вести и зашто така треба. Кај младите не е истиот механизам!

АГ: И ова со локусов на контрола не ми е јасно. Значи, мотивацијата, било екстринзичка било интринзичка, за следење вести не е поврзана со индексот за писменост за вести, туку само со една од нејзините компоненти – локусот?!

И: Да, тоа е всушност сосема очекувано. Внатрешниот локус на контрола е основа за активизам, психолозите тоа многу добро го знаат, а научната литература го докажала тоа! Луѓето што веруваат дека медиумите ги владеат нив очекувано ќе заземаат попасивна улога. Додека, пак, оние што веруваат дека имаат моќ врз информациите и медиумите, очекувано ќе бидат и поактивни и помотивирани да следат вести.

АГ: Дали писменоста за вести е поврзана со мотивацијата за учење што се дезинформации?

И: Дааа, и кај студентите и кај пензионерите, висока корелација, цврста поврзаност!

АГ: Што би значело тоа?

И: Писменоста за вести значи и мотивација за учење, кратко и јасно, нема голема наука тука!

АГ: Што може да донесеме како заклучок од овие две поврзаности (и со мотивацијата за следење и со мотивацијата за учење)?

И: Дека писменоста за вести е секогаш поврзана со активациска компонента. Медиумски писмен човек е писмен за вести и сака да знае и да учи и да се едуцира за дезинформациите. А локусот на контрола е особено важна компонента за оваа активациска компонента. Тоа е, всушност, основата за мотивацијата. Не залудно во дефиницијата за медиумска писменост е ставен дел што ја истакнува оваа активациска компонента, овој порив за преземање акции во врска со тоа, не залудно!

АГ: Дали писменоста за вести е поврзана со свесноста за постоењето бариери во процесот на препознавањето дезинформации?

И: Кратко и јасно: да! Колку повеќе е некој писмен за вести, толку е посвесен за постоењето на бариерите во процесот на препознавањето дезинформации.

АГ: Дали може сега да се зборува за постоење конструктивни за медиумска писменост составен од четири компоненти?

И: Да, секако дека може. Затоа и беше направена кластер-анализата. Врз основа на овие четири компоненти (писменоста за вести, мотивацијата за следење вести, мотивацијата за едукација за дезинформации, свесноста за бариерите) испитаниците беа поделени во две групи и се бараа разликите меѓу нив. Видете ги профилите. Тие навистина се разликуваат по сите параметри. Значи навистина постои тој конструкт на медиумска писменост, составен од тие четири меѓузависни компоненти. И тој конструкт е круцијален во процесот на препознавањето и справувањето со дезинформациите!

АГ: Дали медиумската писменост влијае врз умешноста за препознавање дезинформации во интернет-вести? Дали моделот за препознавање дезинформации што го предложивте е успешен во оваа смисла? Има ли тој апликативна и употребна вредност? Наука заради наука не ни е потребна!

И: Кај студентите да, кај пензионерите не.

АГ: Што би значело ова конкретно?

И: Моделот се тестираше токму заради неговата употребна вредност. Моделот е успешен, се покажа дека кај студентите, групата со повисока медиумска писменост во просек навистина ќе препознава повеќе знаци за дезинформации во интернет-вестите во споредба со групата со пониска медиумска писменост, како што ќе покажува и поголеми знаења, и поголем интерес за општествено важни теми. Пензионерите и со повисока и со пониска медиумска писменост еднакво неуспешно ќе ги препознаваат знаците за дезинформации. Сепак, тие со повисока медиумска писменост ќе покажат и поголеми знаења, како и поголем интерес за општествено важни теми.

АГ: А што не функционираше кај пензионериите???

И: Кај пензионерите овој модел функционираше половично. Медиумската писменост и кај нив значи писменост за вести, силни активациски механизми и свесност за бариерите за препознавањето дезинформација. Таму проблемот е друг. Нема пензионери кои умеат да препознаваат дезинформации. Сите еднакво се неуспешни во препознавањето дезинформации. Нивната дигитална неписменост, нивното непознавање на тоа како функционира и кои се можностите што ги нуди киберпросторот ги прави ранливи на дезинформации во тој простор. Тие следат вести на интернет, некои од нив и секојдневно користат компјутери, но не умеат да препознаат знаци за дезинформации.

АГ: Дали медиумската писменост значи и добра информираност за актуелни, општествено-политички теми?

И: Да! И кај студентите и кај пензионерите, големо ДА!

И кај помладите и кај повозрасните, медиумската писменост значи поголема информираност за важни теми за нашата држава, но и за светот; такви теми се европската интеграција на РСМ

и климатските промени. Оттука, тоа го гледаме како податок што зборува дека медиумската писменост значи и одговорност да се биде добро информиран, а одлуките да се донесуваат врз добра и точна информираност. Само тогаш однесувањата на луѓето, во реалниот и во киберпросторот, ќе значат активно и партиципативно, но и критичко граѓанство.

АГ: Кои се демографските фактори што се во релација со писменоста за весџи?

И: Полот, местото на живеење (урбана/рурална) кај студентите. Само местото на живеење кај пензионерите. И, пред што било понатаму да ме прашате за тоа, би кажале дека заклучувањето за демографските фактори врз основа на пригоден примерок е многу ограничено. Тука ќе бидат потребни други истражувања на репрезентативен примерок според главните демографски податоци. Некои насоки се покажаа како важни и ова само треба да биде предизвик за следни истражувања. Сепак, од овие податоци не би ваделе „големи“ заклучоци.

АГ: Дали медиумската писменост е поврзана со дигиталната писменост?

И: Во ова истражување не се испитуваше дигиталната писменост, се поставија само прашања за некои аспекти од навиките за користење компјутер, следење на интернет-вести и учество во обука за медиумска и/или дигитална писменост. Само кај студентите вклучувањето во обука за медиумска/дигитална писменост значи и поголема писменост за вести. Кај пензионерите тоа не е случај. Нема поврзаност на писменоста за вести со честото користење на компјутер, ниту со почестото следење вести на интернет. Значи, колку и да се следат интернет-вести, колку и да се користат компјутерите, тоа само по себе не придонесува за поголема писменост за вести. Овој податок ја истакнува важноста на обуките за медиумска писменост и, потесно, за писменоста за вести. Но, и тие треба да се добро конципирани, адекватни за целната група на луѓе. Очигледно, иста обука за медиумска или дигитална писменост нема да биде потребна, ниту успешна за младите и за повозрасните. Да не зборуваме, пак, за жените Ромки, примателки на социјална помош! Обуките за писменост за вести треба да бидат крајно приспособени на потенцијалите, на потребите и на способностите на индивидуите за кои се наменети.

АГ: И, сега? Како едноставно би се одговорило на главното истражувачко прашање? Кои се индивидуалните фактори, мотивација и бариери за прејознавање на знациите за дезинформации? Само, ве молам, едноставен одговор! Немам корисџи од сложени одговори. Тоа е знак дека работиите не се знааџи во сушџина!

И: Фактори (индивидуални, на секој поединец) за успешно препознавање на дезинформациите се: писменост за вести, односно потребата за спознавање, локусот на контрола во однос на медиумите и знаење за медиумите.

Мотивите се: мотивација за следење вести (може да биде и екстринзичка и интринзичка) и мотивација за учење (едукација) за дезинформации.

Бариерите се: несвесност за постоење пречки во процесот на препознавање. Бариера е незнаење дека емоциите може да бидат пречка, незнаење дека недоволното знаење, недоволниот интерес и важност за темите за кои се информира во медиумите можат да бидат пречка да се препознае невестинитата вест.

АГ: Аха! Сега ми е јасно!

За да може некој успешно да џи прејознава знациите за дезинформации, тој мора да биде писмен за весџи, што би значело да биде интелектуално џубоитен, да сака да размислува; да има сџав и чувствиво дека тој е оној што џи контролира информациите од медиумите и дека од неџо зависи дали и колку ќе биде добро информиран; и да знае како функционирааџи медиумите. Освен тоа, џтреба да има развиена активациска комџоненџа, што би значело да биде мотивиран да следи весџи (и екстринзички и интринзички, но џожелно е интринзички), џтреба да сака да учи што се тоа дезинформации и како влијааџи џие. На крајот, тој што успешно џи прејознава дезинформациите џтреба да е свесен за џостоењето на сџите бариери во процесот на прејознавањето дезинформации, зашто во моментот коџа се сџанува свесен за бариериите, џие, бариериите, џресџанувааџи да бидаџи бариери! Свесносџа за џроблемиите е џрвот џе чекор кон нивно решавање.

ОГРАНИЧУВАЊА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО



Ограничување во однос на примерокот. Тој е пригоден, па несразмерноста во дистрибуцијата според полот и местото на живеење, урбана/рурална средина (иако во статистичката обработка тие ограничувања се надминати со употреба на непараметриска статистика), е очигледна и не дава простор за генерализации на општа популација или сегментирана популација.



Ограничување во однос на задавање на прашалникот. Оригиналниот начин за прибирање на податоците (онлајн прашалник) не е сеопфатен, во однос на сите испитаници, поради нивните карактеристики или животни околности или состојби, особено за некои категории испитаници (пензионери над 70 години, социјално ранливи категории) кои немаат технички услови за да одговорат на онлајн верзија. Оттаму и голем дел од истражувањето се спроведе во живо, теренски, со одговарање на печатена верзија на прашалникот.



Прашалникот беше преземен од истражувачи од друга средина и приспособен на нашите услови. Фазата на пилотирање, односно тестирање на сите метриски карактеристики на така приспособениот прашалник за нашата популација беше прескокната. Иако и во ова истражување метриските карактеристики на тестовите беа солидни, сепак, при повторна примена на инструментот, особено ако се прави врз репрезентативен примерок, препорачливо е да се направи тестирање и приспособување.



За ограничување на истражувањето може да се смета и тоа што како предмет на истражувањето беа земени само променливите од аспект на индивидуата, а не и променливите кои произлегуваат од содржината на вестите. Тогаш би се добиле информации уште за некои потенцијални фактори кои би можеле да влијаат врз препознавањето на дезинформации. Но, од друга страна, пак, тоа дозволи да се оди во длабочина на добиените наоди и во подетална анализа на тие наоди – на факторите кои произлегуваат од индивидуата, што беше и главен интерес.



ПРЕПОРАКИ

Општи препораки

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



Спецификите на групата на која ѝ се наменети активностите – возраста, нивото на едукација, од каде потекнуваат, но и психолошките фактори што учествуваат во медиумската писменост (локус на контрола, потреба за спознавање, мотивација).



Освен содржината на активностите, од клучно значење е пристапот на работа којшто треба да биде таков да ја ангажира целната група, да вклучува искусствено учење, да се поттикнува развивањето на личната одговорност, како и свесноста за сопствената улога во контрола на информациите што се добиваат од медиумите. Многу поважен е пристапот на работа отколку самите содржини на активностите.



Бидејќи знаењето за медиумите и кај групата пензионери и кај групата студенти не беше доволно развиено, двете групи се податливи за разновидни едукативни активности. Притоа, двете групи се мотивирани да бидат умешни во препознавањето на дезинформациите, но мотивацијата е од различна природа: студентите сакаат да имаат вештини, да умеат да ги применат во практиката, додека пензионерите сакаат да бидат добро теориски подготвени. Преведено, на пример, во концепт на едукативни активности во облик на обука, за студентите многу покорисни би биле методите на учење во кои ќе бидат директно ангажирани – работа врз конкретни проектни задачи, односно учење преку правење, искусствени работилници, низ кои ќе може да споделат свои искуства и на тој начин да ги систематизираат и да ги спојат со теоретските сознанија. За пензионерите кај кои главната мотивација е т.н. екстринзичка, односно за оние кои следат вести пред сè зашто треба да следат, зашто „поинаку не може да биде“ и притоа, на тој начин го имаат чувството на контрола врз она што го слушаат на вестите, а воедно се високо мотивирани да бидат обучени како да препознаваат знаци на дезинформации, обуките треба да вклучуваат објаснувања како тоа ќе им користи во секојдневието. Обуките за пензионерите конципирани повеќе како предавања и дискусии низ кои ќе ја задоволат потребата за личен локус би имале поголем ефект. Куси едукативни материјали исто така би имале ефект кај пензионерите. Вон наодите, но сепак сознанија добиени посредно преку контактите со пензионерите за време на спроведувањето на истражувањето, забележана е и големата потреба за социјална интеракција меѓу нив, така што е добро во дел од обуките да има и активности што би ја поттикнале социјалната интеракција меѓу нив на помалку формален начин, а би имало позитивен повратен ефект врз процесот на учење (не случајно членуваат во пензионерски здруженија).



За друг вид активности, на пример, за подигнување на свеста за препознавање на дезинформациите, исто така е препорачливо сите промотивни материјали (електронски, видео, аудио итн) да бидат различни за двете групи.



Свеста за сопствените емоции при примањето на информациите е важен чинител кон постигнување поголема свест и при препознавањето на лажните вести, односно дезинформациите. Оттаму, при организирање едукативни активности за медиумска

писменост што вклучува и препознавање дезинформации, пожелно е да се вклучат и делови што ќе се осврнат на тн. „емотивно обоени“ зборови или зборови со силен емотивен набој, како што се придавки што опишуваат карактер или имаат основа во именките што означуваат емоции (на пример, налутен, исплашени, себичен итн.), глаголи што изразуваат чувства (на пример, се плашам, се радувам, се препукуваат итн.), социјални изрази како „добрите стари времиња“ или „како што е општо познато“, предлози како „никогаш“, „секогаш“ и слично и нивното влијание врз перцепцијата и разбирањето на информацијата или на веста. На пример, може да се вклучат вежби во кои ќе се анализираат текстови во кои има зборови со емотивен набој паралелно со текстови без такви зборови и да се споредат перцепциите на оние учесници кои анализирале текстови со зборови со емоционален набој и учесници кои анализирале текстови за истата вест без употреба на такви зборови. Освен вакви вежби, потребни се и искусствени вежби низ кои учесниците (и студенти/млади и пензионери) ќе стануваат посвесни за сопствените емоции и за поврзаноста на емоциите со верувањето или со неверувањето во веста.



Во обуките за медиумска писменост што вклучува препознавање дезинформации, пожелно е да се вклучат и вежби/активности за правопис, за обрнување внимание кон печатни грешки во текстовите. Истражувањата покажуваат дека еден од знаците за неточна вест е правењето чести печатни грешки, честото користење големи букви при пишување зборови, прекумерно користење интерпункциски знаци како што се извичниците и сл. И реномираните и веродостојни медиумски организации прават грешки. Сепак, ако една статија е преполна со граматички или со печатни грешки, тоа е знак дека станува збор за лажна вест. Доколку медиумот не успева да ги задоволи основните јазични стандарди, се доведуваат во прашање неговите способности за објективно известување, како и за проверка на фактите.



Пожелно би било во едукативните активности да се вклучат и содржини што ги јакнат комуникациските вештини на учесниците. Под комуникациски вештини подразбираме повеќе вештини, вклучително и перцепција, влијанието на претходното искуство врз перцепцијата, вербална и невербална комуникација и во говорената и во писмената комуникација, внимателно слушање/читање, неопходноста од слушање или од наоѓање доволен број факти и податоци пред носење мислење или став, одлука, консензус и слично. Подобри комуникациски вештини се основа за подобро разбирање на информациите, на вестите, како и на луѓето.



Препораки поврзани со наодите



Тестирање на писменоста на вести – Се препорачува, пред започнување 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 писменост за вести и соодветно насочување на едукативните содржини и цели. Тоа би значело дали треба повеќе да се обрне внимание на потребата за спознавање, на развивање на локусот на контрола или, пак, е неопходно поголем акцент да се стави врз знаењата за медиумската индустрија.



Развивање на потребата за спознавање. Препораки за вид на активности, задачи и содржини: 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. Примери за вакви активности се: загатки или сложувалки, решавање крстозбори, судоку, пишување стории за определено прашање, решавање проблемски ситуации, вежби со силогизми³¹, задачи од типот „продолжи ја низата“ итн. Овој вид задачи може да се користат како вежби за загревање, за енергизирање, за паузирање, не само како главни активности.



Развивање на внатрешниот локус на контрола во однос на медиумите. Препораки за вид активности, задачи и содржини чија цел е да се развие внатрешниот локус на контрола – тенденција да се мисли дека личноста е таа од која зависи дали и колку таа ќе биде информирана. Во овој контекст, треба всушност да се научат две работи важни за развивање на внатрешната контрола: лична одговорност – верување дека сè што ни се случува е резултат на личните избори и одлуки и желба за постојано учење (отворен ум наспроти затворен ум). Активностите треба да развиваат чувство дека одговорни за изборите сме самите ние, а не другите; фокусирање врз решението, а не врз проблемот; поставување остварливи цели; прифаќање на можностите што може да изгледаат застрашувачки; грешките да се сфаќаат како можности за учење; продолжување понатаму по негативни искуства наместо „заглавување“ во нив и сл.



Едукација за медиумите, за нивната структура, функционирање и влијание врз луѓето. Препораките одат во насока: на интересен начин да се претстават работите важни за разбирањето како функционираат медиумите. Тука може да се спроведат различни активности, како изработка студии на случај, учење со играње улоги (новинар, уредник, сопственик на медиум итн.), и други креативни и интерактивни начини на кои ќе се запознаат на кој начин работат медиумите.



Развивање интринзичка мотивација – според сознанијата од науката, за да се развие оваа мотивација, треба средината за учење да биде таква што ќе промовира:

- ▶ 1. Самостојност: луѓето треба да веруваат дека имаат избор, да имаат удел во тоа што се прави. Личниот успех е суштината на поставените цели – целите треба да бидат поставени така што луѓето ќе препознаат дека тие цели ги водат кон нивен личен успех;
- ▶ 2. Поврзаност: луѓето имаат потреба да изградат длабоки врски со другите;
- ▶ 3. Чувство на компетентност – развивање соодветни вештини и можност за нивна примена; за ова е неопходно да им се дадат сите расположливи ресурси за учење, наместо да се постават цели ориентирани кон резултати, треба да се постават цели насочени кон учењето (целта да биде учење, а не оценка), наместо да се поставуваат прашања од типот „што постигна денес?“ треба да се праша „како порасна денес и што ти е потребно за растот утре?“

31 Видови на логичко заклучување, на пример ако A = B, а B = C, тогаш A = ?



Развивање мотивација за учење за дезинформациите – оваа препорака е тесно поврзана со развивање на свесноста за бариерите во препознавањето дезинформации; и овде се препорачува учење преку истражување и интеракција; претставување на моќта на дезинформациите преку разоткривање на нивната моќ и влијание врз животот на луѓето, преку примери од реалноста, повикување и споделување лични искуства и сл.



Развивање на свесност за постоењето бариери во процесот на препознавањето дезинформации – од клучно значење е развивањето критичко мислење, но и развивањето емоционална писменост и компетентност.



Развивање на знаењата и на свесноста за мисловните (когнитивните), социјалните и емоционалните процеси што ги прават дезинформациите привлечни, а луѓето ранливи да формираат погрешни верувања и да донесат погрешни заклучоци.

- ▶ Во однос на когнитивните (мисловните) процеси, треба да ја разберат разликата меѓу интуитивното и аналитичкото мислење. При проценување на вистината, луѓето честопати се пристрасни и повеќе ѝ веруваат на интуицијата („мрзеливо“ рамислување) отколу што добро промислуваат. Оттаму, за да се поттикнат сознајните (когнитивните) процеси, активностите и содржините што би се спроведувале треба да бидат осмислени на начин што ќе бара од луѓето да промислуваат пред да донесат некаков суд, мислење или одлука. Уште една важна работа за когнитивните процеси е знаењето и свесноста за ефектот на илузиска вистина, односно за оценување на повеќепати повторуваните изјави како вистинити во споредба со новите изјави. Знаци на ефектот на илузиска вистина се: познатоста на веста (знак дека пораката/веста е претходно видена); леснотијата на разбирање (луѓето имаат тенденција да претпочитаат работи што се лесни за разбирање); и кохерентноста на референциите за изјавите во нашата меморија (повторуваните изјави покохерентно се поврзани во меморијата).
- ▶ Во однос на социјалните процеси, секоја активност треба да биде насочена кон развивање на свеста за следното: општо земено, пораките се поубедливи кога доаѓаат од извори што се сметаат за кредибилни, луѓето имаат тенденција да им веруваат повеќе на припадници на „својата“ група отколку на „надворешните“, без разлика на компетентноста; исто така, имаат тенденција да им веруваат повеќе на експертите и на политичките елити. Многу често изворот на информацијата се превидува, се игнорира или, пак, се заборава да се обрне внимание на него. За онлајн вестите, на пример, откриено е дека банерот со логото на којшто е наведен издавачот (реномиран медиум или сомнителна веб-страница) ниту ја намалува вербата во дезинформацијата, ниту пак ја зголемува во точната вест, односно не игра никаква улога зашто не се користи како знак за препознавање. Кога читаат онлајн информации, поединците имаат тенденција да го занемаруваат квалитетот на медиумот и да ја оценуваат вистинитоста првенствено врз веродостојноста на содржината.
- ▶ Емоционалната содржина на информацијата исто така влијае врз формирањето погрешни верувања. На пример, пораките што поттикнуваат страв од некаква повреда можат да бидат успешни во менувањето ставови и однесување доколку примачите на пораката сметаат дека може да ја избегнат повредата. Луѓето ја разбираат поврзаноста меѓу емоциите и убедливоста, па така честопати, кога сакаат неког да убедат во нешто, тие природно почнуваат да користат емотивен јазик. Емоциите може да бидат убедливи бидејќи им го одвлекуваат вниманието на читателите од оние знаци кои укажуваат на дезинформација, како што е кредибилноста на изворот. Дополнително, емоционалната состојба на примачот на пораката исто така може да влијае врз оценката дали е информацијата точна или не. Луѓето имаат тенденција да се потпрат врз тоа како се чувствуваат во врска со некоја информација при оценувањето на нејзината точност, и токму тоа ги прави подложни на дезинформација. Кога луѓето се поттикнувани да

се потпрат врз своите емоции преку употреба на емотивен јазик (почесто користење зборови со емотивен набој), тоа ја зголемува нивната ранливост кон дезинформации. Побудувањето различни емоционални состојби – добро расположение, тага, лутина, социјална исклученост – се знаци за дезинформација.



Спроведување дополнителни истражувања – 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 прашања. Имено, „кусиот пат“ до вистината може да произлегува од личниот став и поглед на светот на луѓето или, пак, од политичката определба. Предложеното дополнително истражување може да се спроведе повторно на двете возрасни групи со испитување на ставовите, вредносниот систем и верувања на испитаниците и нивната поврзаност со знаењата и со заинтересираноста за различни теми од општествено значење.

Препораки за активности со социјално ранливите групи



Во однос на групата Роми приматели на социјална помош, и покрај ниското ниво на образование, сепак впечатокот е дека тие имаат доволна свест, одредена потреба за знаење, како и „здраворазумско“ заклучување, па може да бидат податна група за обука доколку се приспособат содржините на обуката во насока на подигнување, пред сè, на општата медиумска писменост, кон интересите на оваа група. Може да се почне со мал пилот-проект, во соработка со Дневниот центар за деца на улица, кој има долгогодишно искуство во работа и едукација и со родителите на децата штитеници и може да послужи како пример за подигнување на свеста за дезинформации и за други социјално ранливи категории. Пожелно би било активностите со оваа целна група, барем на почетокот, да се изведуваат во средината во која живеат поради чувството на сигурност кај оваа група.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

APA Dictionary of Psychology. Locus of control. American Psychology Association. Retrieved February 08, 2023 <https://dictionary.apa.org/locus-of-control>

APA Dictionary of Psychology. Need for cognition. American Psychology Association. Retrieved <https://dictionary.apa.org/need-for-cognition>

Alan Turing Institute. Understanding vulnerability to online misinformation. (2021). Retrieved February 11 <https://www.comm.ucsb.edu/people/w-james-potter>

Digital and Media Literacy: A Plan of Action (2010). Aspen Institute. Retrieved December 25, 2023 https://www.aspeninstitute.org/wp-content/uploads/2010/11/Digital_and_Media_Literacy.pdf

Disinformation and freedom of expression. (2021). Association of Progressive Information. Retrieved January 26 <https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Issues/Expression/disinformation/2-Civil-society-organisations/APC-Disinformation-Submission.pdf>;

Ecker, U.K.H., Lewandowsky, S., Cook, J. et al. The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nat Rev Psychol* 1, 13–29 (2022). <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>

Fanning, W. (1911). Promotor Fidei. In *The Catholic Encyclopedia*. New York: Robert Appleton Company. Retrieved February 05, 2023 from New Advent: <http://www.newadvent.org/cathen/12454a.htm>

Institute for Public relations. (2020). Help Stop the Spread of Disinformation. Retrieved January 26 <https://instituteforpr.org/wp-content/uploads/Identify-Disinformation-v5.pdf>

Making sense of media. Ofcom. Retrieved January 20, 2023 <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research>

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 Merriam-Webster's Unabridged Dictionary. (n.d). Disinformation. Retrieved February 02, 2023 from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/disinformation>

Nagel, T. W. S. (2022). Measuring fake news acumen using a news media literacy instrument. *Journal of Media Literacy Education*, 14(1), 29-42. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2022-14-1-3>

Oxford Reference. Intrinsic motivation. Retrieved January 8, 2023 <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/acref/9780191843273.001.0001/acref-9780191843273-e-161?rsk=br9xbr&result=2>

Psychology. Need for cognition. Retrieved January 14, 2023 <http://psychology.iresearchnet.com/social-psychology/personality/need-for-cognition/>

Tools of Disinformation: Inauthentic Content. Retrieved January 17, 2022 https://www.cisa.gov/sites/default/files/publications/mdm-inauthentic-content-product-english_508.pdf

Институт за комуникациски студии. Извештај од истражување на способноста на граѓаните за препознавање и справување со дезинформации. (2022). Retrieved January, 23, 2022 <https://iks.edu.mk/istrazuvanja-analizi/izveshtaj-od-istrazhuvanje-na-sposobnosta-na-gragjanite-za-prepoznavanje-i-spravuvanje-so-dezinformacii/>

Петковски, Љ. Пандемија или инфодемија? Критичкото размислување и теориите на заговор во време на пандемија. (2020) Retrieved December, 23, 2022 <https://metamorphosis.org.mk/wp-content/uploads/2021/08/kritink-3-pandemija-ili-infodemija.pdf>

Речник на медиумската писменост, Институт за комуникациски студии. Скопје 2023 г

Спасовска, С. И др. (2013). Прирачник за развој на социјалните услуги за ранливите групи во локалните заедници. Министерство за труд и социјална политика. Retrieved January 11, 2023 https://www.mtsp.gov.mk/WBStorage/Files/piracnik_socijalni_usligi.pdf

Трпевска С., (2020). Мапирање на нивоата на медиумска писменост во Република Северна Македонија кај популацијата на возраст над 16 години. Организација за безбедност и соработка во Европа – Мисија во Скопје, Скопје.

Демографски податоци

Универзитет/Факултет (прашање за студенти)

Возраст (во години)

Пол/род

Етничка припадност

Највисоко завршено ниво на образование

Урбана/рурална средина

Дополнителни независни променливи

Дали некогаш сте биле вклучени во програми за медиумска или дигитална писменост?

Дали читате/следите вести на интернет (на компјутер, телефон, таблет...)?

Колку често користите компјутер?

Скала 1 Потреба за спознавање

(Петтостејена скала од Ликертов тип при што 1 е „Воопшто не се согласувам“, а 5 е „Целосно се согласувам“)

Не сакам да имам многу за размислување.

Се обидувам да избегнувам ситуации што бараат длабоко промислување на нештата.

Преферирам да правам нешто што бара размислување во однос на нешто што не бара многу мислење.

Повеќе сакам сложени отколку едноставни проблеми.

Напорното и подолго размислување за некоја работа не ми причинува задоволство.

Скала 2 Локус на контрола во однос на медиумите

(Петтостејена скала од Ликертов тип при што 1 е „Воопшто не се согласувам“, а 5 е „Целосно се согласувам“)

Ако сум погрешно информиран/а од медиумите, од мене зависи колку брзо ќе ги добијам точните информации.

Јас ја имам контролата врз информациите што ги добивам од медиумите.

Ако сум погрешно информиран/а од медиумите, јас сум одговорен/на.

Врз моите сознанија за светот најмногу влијае она што јас самиот/самата правам.

Кога проверувам различни извори на вести, можам да избегнам да бидам погрешно информиран/а.

Доколку преземам соодветни активности, ќе останам информиран/а.

Скала 3 Знаење за медиуми

(Скала со понудени одговори и еден шочен одговор)

Во чија сопственост се најголемиот број медиуми во Македонија?

Во сопственост на приватни компании/Во сопственост на државата (власта)/Непрофитни компании/Не знам

Дали на новинарите/репортерите во Македонија им треба лиценца при вработувањето и од кого?

Агенцијата за аудио-визуелни комуникации/Стопанска комора на Македонија/ Здружение на новинари/ Новинарите нема потреба да имаат лиценца/Не знам

Кои од медиумите не зависат првенствено од реклами за финансиска поддршка?

МТВ/Сител/Канал 5/Алфа/24 Вести/Телма/Алсат/Клан/Шенија/Нова Македонија/Слободен печат/Лице в лице/Не знам

Која е главната разлика меѓу интернет-страниците како, на пример, Time.mk и интернет-страниците како, на пример, Канал 5?

Time.mk нема новинари што известуваат, додека Канал 5 има/Time.mk известува за светот, а Канал 5 за Македонија/Time.mk има поголем број уредници отколку Канал 5/Не знам

Кој има најголемо влијание кои вести ќе бидат прикажани на телевизиите?

Поединечни новинари/Презентерот, лицето што ги чита вестите/Камерманот/Главниот уредник или продуцентот/Не знам

Какво е известувањето за сите етнички ентитети во земјата во вестите?

Точно го одразува процентот на етничките заедници во вкупното население на Македонија/ Недоволно го одразува процентот на етничките заедници во вкупното население на Македонија/Прекумерно го одразува процентот на етничките заедници во вкупното население во Македонија/Не знам

Врз што обично се фокусира известувањето за изборните кампањи во вестите?

Кој од кандидатите или партиите води/Продлабочена анализа на ставовите на кандидатите/Образованието на кандидатите/Не знам

Што обично подразбираат луѓето кога ги критикуваат медиумите за необјективност?

Новинарот ги дава само фактите за веста/Новинарот го внесува и своето мислење за веста при известувањето/Известувањето на новинарот премногу се заснова врз мислењето на луѓе со неутрални ставови/Новинарот не ја кажува јасно целта на веста /Не знам

Чија работа е пишувањето соопштение за медиуми?

Новинар од МТВ /Портпарол на Алкалоид /Адвокат на Пивара Скопје/Главниот уредник на дневникот на Телма/Не знам

Што мислат луѓето за ефектот на медиумите?

Медиумите имаат поголем ефект врз нив самите отколку врз другите луѓе/Медиумите имаат поголем ефект врз другите луѓе отколку врз нив самите/Медиумите имаат исти ефекти врз нив како и врз другите луѓе/медиумите немаат никаков ефект врз никого/ Не знам

Каква тенденција да мислат за светот имаат луѓето кои гледаат многу вести?

Светот е понасилен и поопасен отколку што навистина е/Светот е помалку насилан и опасен отколку што навистина е/Светот е точно толку опасен и насилан колку што всушност е/Не знам

Што мислат луѓето за темата за која се известува многу во вестите?

Поверојатно е да мислат дека таа тема е важна/Помалку веројатно е да мислат дека веста е важна/ Ниту повеќе ниту помалку е веројатно да мислат дека веста е важна/Не знам

Какво е можниот ефект од рекламите во медиумите?

Вестите ќе ги поттикнат луѓето да купуваат работи што не им требаат/Вестите може да нагласат работи што не се навистина важни/Сè погоре кажано/Ништо од погоре кажаното. Нема ефекти/ Не знам

Скала на екстринзичка мотивација

(Пејшосџејена скала од Ликерџов џиј ѝри шџо 1 е „Воојшџо не се соџласувам“, а 5 е „Целосно се соџласувам“)

Не гледам некаква корист од вестите за мене

Следам вести зашто треба да следам

Скала на интринзичка мотивација

(Пејшосџејена скала од Ликерџов џиј ѝри шџо 1 е „Воојшџо не се соџласувам“, а 5 е „Целосно се соџласувам“)

Следам вести за мое добро

Следам вести зашто сакам

Скала на мотивација за учење што се дезинформации

(Петтосејена скала од Ликертов шти при што 1 е „Воопшто не сум мошворан“, а 5 е „Прмногу сум мошвиран“)

Мотивираност да се присуствува на обука/тренинг/работилница за успешно препознавање и справување со дезинформации

Мотивираност за самостојно надградување за успешно препознавање и справување со дезинформациите

Важност на индивидуата умешно да ги препознава и да се справува со дезинформациите?

(Петтосејена скала од Ликертов шти при што 1 е „Воопшто не е важно за мене“, а 5 е „Многу е важно за мене“)

Скала на свесност/критичност за бариерите во процесот на препознавање и справување со дезинформациите

(Петтосејена скала на согласност од Ликертов шти при што 1 е „Воопшто не се согласувам“, а 5 е „Целосно се согласувам“)

Емоциите што се предизвикани од некоја вест може да бидат бариера да се разликува точна од лажна вест

Недоволното знаење за темата во веста може да биде бариера да се разликува точна од лажна вест

Недоволното искуство поврзано со темата во веста може да биде бариера да се разликува точна од лажна вест

Немањето интерес за темата во веста може да биде бариера да се разликува точна од лажна вест

СПЕЦИФИЧНИ ЗНАЕЊА И ИНТЕРЕС ЗА ТЕМИ ОД ОПШТЕСТВЕНО ЗНАЧЕЊЕ

Скала на знаење за европската интеграција на Македонија

(Скала со понудени одговори и еден шочен одговор)

Кој е главниот преговарач на Македонија со ЕУ?

Димитар Ковачевски/Бујар Османи/Бојан Маричиќ/Не знам

Кога Македонија го стекна статусот држава кандидат за членство?

Декември 2004 година/Декември 2005 година/Декември 2007 година/Не знам

Кога се одржа Меѓувладината конференција за Македонија?

19 јули 2020 година/19 јули 2022 година/19 јули 2021 година/Не знам

Што претставува Фронтекс?

Европска информативна агенција/Европска агенција за гранична и крајбрежна стража/Европска агенција за медијација при преговорите/Не знам

Што е целта на скринингот?

Да го оцени степенот на подготвеност на земјите кандидати/Да ги подготви земјите за преговорите за влез во ЕУ/Двете/Не знам

(Скала со ѝонудени одговори и еден ѝочен одговор)

Кои се причините за климатските промени?

Природни влијанија/Човечки активности/Двете/Не знам

Што се климатските промени?

Климатските промени се природен феномен што се случува на одредени временски периоди/
Климатските промени се природен феномен што се случува на одредени временски периоди како резултат на природни активности, но и поради зголемени човекови активности/Климатските промени се природен феномен што се случува на одредени временски периоди и врз нив не можеме да влијаеме/
Не знам

Како делува ефектот на стаклена градина?

Стакленичките гасови ја рефлектираат енергијата од сонцето и на тој начин се затоплува Земјата/
Стакленичките гасови ја апсорбираат енергијата од сонцето за да ја забават или да ја спречат топлината да избега во вселената/Стакленичките гасови директно ги загреваат океаните и предизвикуваат драматични временски услови/Океаните ги апсорбираат стакленичките гасови, што предизвикува температурите на Земјата постојано да растат/Не знам

Дали Македонија има стратегија за климатска акција?

Да/Не/Не знам

Кое министерство е одговорно за креирање политики за климатските промени?

Министерство за животна средина и просторно планирање/Министерство за економија/Министерство за транспорт и врски/Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство/Министерство за здравство/Министерство за образование/Министерство за финансии/Не знам

Дали климатските промени се исто што и загадениот воздух?

Сосема различни појави со загадувањето на воздухот/Исто што и загадување на воздухот/Тесно се поврзани со загадувањето на воздухот, но се различни појави/Не знам

Заинтересираност за теми поврзани со европската интеграција на Македонија

(Пејѝосѝейена скала од Ликерѝов ѝиѝ ѝри ѝѝо 1 е „Вооѝѝо не сум заинѝересиран/а“, а 5 е „Мноѝу сум заинѝересиран/а“)

Заинтересираност за теми поврзани со климатските промени во Македонија

(Пејѝосѝейена скала од Ликерѝов ѝиѝ ѝри ѝѝо 1 е „Вооѝѝо не сум заинѝересиран/а“, а 5 е „Мноѝу сум заинѝересиран/а“)

Важноста на темите како европската интеграција на Македонија

(Пејѝосѝейена скала од Ликерѝов ѝиѝ ѝри ѝѝо 1 е „Вооѝѝо не се важни за мене“, а 5 е „Мноѝу се важни за мене“)

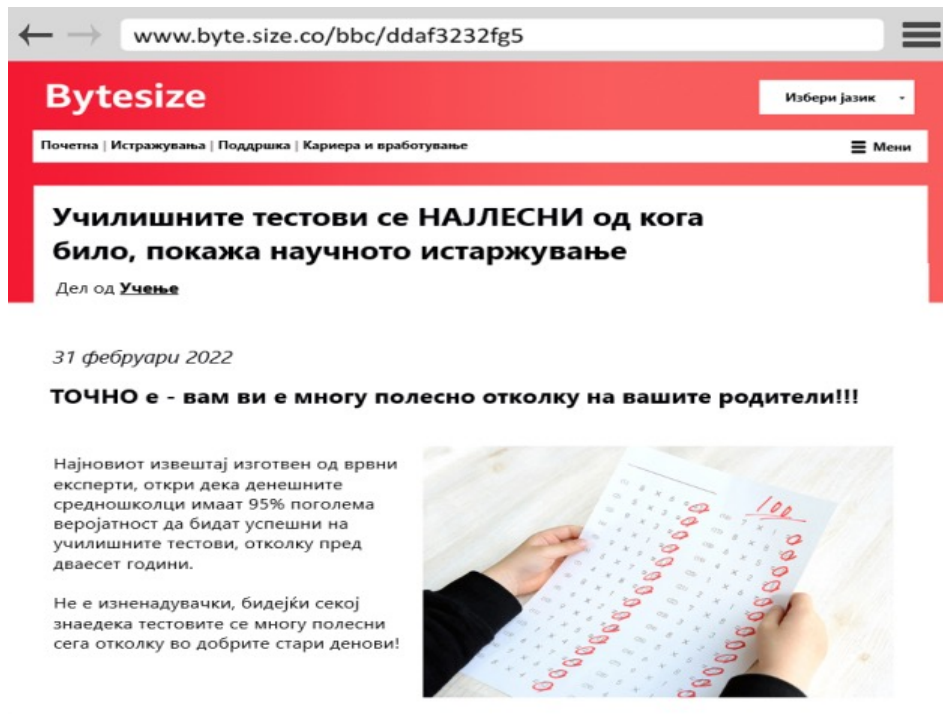
Важноста на темите како климатски промени во Македонија

(Пејѝосѝейена скала од Ликерѝов ѝиѝ ѝри ѝѝо 1 е „Вооѝѝо не се важи за мене“, а 5 е „Мноѝу се важни за мене“)

КВИЗ-ПРАШАЊА

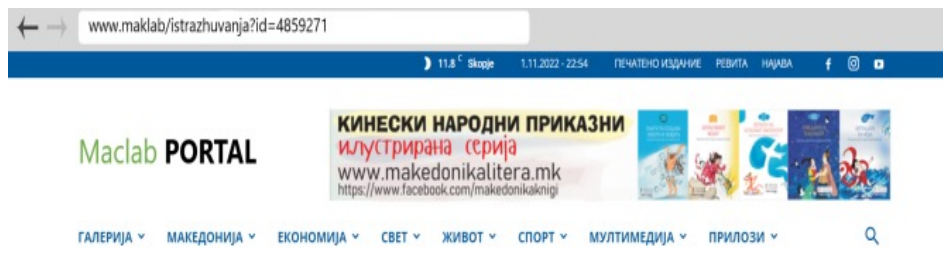
Можете ли да ги препознаете знаците на лажната вест?

1. Интернет-вест на тема образование



The screenshot shows a news article on the Bytesize website. The URL in the browser is www.bytesize.co/bbc/ddaf3232fg5. The article title is "Училишните тестови се НАЈЛЕСНИ од кога било, покажа научното истражување" (School tests are the EASIEST since when ever, showed the scientific research). The author is "Дел од Учење" (Part of Learning). The date is "31 февруари 2022". The main headline reads "ТОЧНО е - вам ви е многу полесно отколку на вашите родители!!!" (IT IS TRUE - it is much easier for you than for your parents!!!). The text states that a new report from top experts has discovered that today's secondary school students have a 95% chance of being successful in school tests, compared to two centuries ago. It notes that it's not surprising because everyone knows that tests are much easier now than in the past.

2. Интернет-вест на тема европската интеграција на Македонија



The screenshot shows a news article on the Maclab Portal website. The URL is www.maklab/istrazhuvanja?id=4859271. The page includes a navigation menu with categories like "ГАЛЕРИЈА", "МАКЕДОНИЈА", "ЕКОНОМИЈА", "СВЕТ", "ЖИВОТ", "СПОРТ", "МУЛТИМЕДИЈА", and "ПРИЛОЗИ". The article title is "ЕУ интеграциите се погрешен пат за Македонија" (EU integrations are the wrong path for Macedonia). The sub-headline is "КАКО НИКОГАШ ДОСЕГА ГРАЃАНИТЕ СЕ РАЗОЧАРАНИ, ПОКАЖУВА ПОСЕЛДНАТА АНКЕТА" (HOW AS NEVER BEFORE CITIZENS ARE DISAPPOINTED, THE LATEST SURVEY SHOWS). The article text discusses a survey conducted by a research agency, stating that 80% of citizens are dissatisfied with the current situation, while only 18% believe the path is correct. It also mentions that 95% do not believe the current economic situation will improve in the next 2-3 years, and 83% of respondents believe that EU integration is the wrong path.

ЕУ интеграциите се погрешен пат за Македонија

КАКО НИКОГАШ ДОСЕГА ГРАЃАНИТЕ СЕ РАЗОЧАРАНИ,
ПОКАЖУВА ПОСЕЛДНАТА АНКЕТА

Последната анкета спроведена од позната агенција за испитување на јавното мислење покажа дека дури 80% од граѓаните се незадоволни од состојбата во која се наоѓа земјата. Само 18% од граѓаните го одбрале одговорот дека „земјата се движи во добра насока“, а 95% не веруваат дека нивната економска состојба ќе се подобри во наредните 2-3 години во процесот на европската интеграција. Напротив, 83% од испитаните граѓани го бираат одговорот дека животот ќе стане „неподнослив“.

Наспроти поговорот дека „надежта последна умира“, се чини дека граѓаните веќе имаат изгубено секаква надеж дека состојбата во Македонија ќе биде подобра.



3. Интернет-вест за климатските промени

Liber.mk
...први во Македонија

18.10.2022

МАКЕДОНИЈА БАЛКАН СВЕТ LIFE ЗАБАВНА ЕКОНОМИЈА КУЈНА АНАЛИЗА СКОПЈЕ ЗА ПОЧЕТНИЦИ

Демонстрации на скопските улици кои ќе повикаат на одговорност за климатските промени

31 ноември 2021

Скопските метеоролози за денеска предвидуваа страшна прогноза со поројни дождови, но и покрај временските услови илјадници илјадници демонстранти се собраа во близина на местото на климатскиот самит на ОН. Тие ќе маршираат низ главните улици.

Се очекува вкупно 50.000 луѓе да повикат на поамбициозна акција за климатските промени на крајот на првата недела од конференцијата, на која присуствуваа светските лидери во понеделникот и вторникот. Целиот овој период ГЛАСНИТЕ критичари ги обвинуваат политичарите дека повеќе зборуваат отколку што дејствуваат бидејќи не ги исполнија ветувањата од КОП во Париз во 2017 година, кога првпат ветија дека ќе ги намалат емисиите на стакленички гасови во нивните земји. Политичарите за нив се со очи ширум затворени за ваква ВАЖНА работа, како што се климатските промени.

На протестите се присутни многу познати невладини организации.

