

ТРАЈЧОВ, Кристијан

УДК: 316.774:003-028.31-053.6(497.7)

МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО РС МАКЕДОНИЈА

Апстракт

Причината поради која ќе ја истражувам оваа тема е проблемот што го имаат младите кога читаат вести и добиваат информации од медиумите. Секојдневно добиваат голем број информации и често се во ситуација да не знаат да разликуваат вистинити и лажни вести. Важноста на овој проблем е поврзана со тоа што ова општество треба да има медиумски писмена младина која ќе знае да разликува различни видови информации и која ќе знае да размислува критички и самостојно. Во рамките на тезата ќе се обидам да дадам објаснување за концептот на медиумска писменост, медиуми и информации во Република Северна Македонија, за законските прописи, регулаторните тела, како и за поврзаноста на младите со медиумската писменост.

Клучни зборови: медиуми, млади, социјални медиуми, лажни вести, интернет.

TRAJCHOV Kristijan

UDK: 316.774:003-028.31-053.6(497.7)

MEDIA LITERACY IN REPUBLIC OF NORTH MACEDONIA

Abstract: The reason I will explore this topic is the problem that young people have when reading the news and receiving information from the media. They receive a large amount of information every day and are often in a situation where they do not know how to distinguish between true and false news. The importance of this problem is related to the fact that this society should have a media-literate youth who will know how to distinguish different types of information and who will know how to think critically and independently. Within the framework of the thesis, I will try to give an explanation of the concept of media literacy, media and information in Republic of North Macedonia, about legal regulations, regulatory bodies, as well as about the connection of young people with media literacy.

Key words: *media, youth, social media, fake news, internet*

ВОВЕД

Медиумската писменост е способноста да се препознаат различните информации кои се примаат од медиумите и да се сфатат пораките што се испраќаат. Таа овозможува поврзаноста и интеракција помеѓу луѓето. Медиумската писменост претставува збир на квалификации кои овозможуваат меѓусебна интеракција и поврзаност меѓу луѓето преку споделување на информации и комуникација. Тоа

подразбира комуникација на соодветен начин, активно учество, споделување на содржини, соработка и вклучување. Лицето кое се смета за „описменето“ во светот на интернетот, својата личност, начинот на социјалното однесување и поглед на светот ги формира преку различни алатки за соработка и управување со информации. Многуге информации кои се наоѓаат на компјутерските екрани и на нашите мобилни телефони, во списанија и весници се емитуваат преку радио бранови. Токму тие пораки се со посредство, а луѓето се преплавени со нив секој ден¹. Луѓето, а особено младите, се постојано изложени на огромни количини на информации. Кај младите има огромни тешкотии да утврдат што е точно, а што не. Во оваа дигитална ера, секој има можност да објавува и станува сè потешко да се пронајде вистината без соодветна едукација. Никогаш претходно младите не биле во ваква интеракција со медиумите. Затоа, ако веќе младите се во ситуација толку многу време да поминуваат со медиумите и со примањето информации од нив, треба да знаат како функционираат медиумите, како влијаат врз нивните животи, но и да научат како правилно и ефикасно да ги создаваат медиумските содржини.

Поимот медиумска писменост

Медиумската писменост е способноста да се анализира, проценува и создава медиумската содржина во најразлична форма и на крај, да се користи токму таа содржина. Денеска, различните забавни, информативни и едукативни содржини содржат комбинации составени од слики, видеа, зборови и звуци, каде од нас се бараат вештини кои ќе ни помогнат да ги разбереме, процениме и користиме, но и да ги создаваме нашите пораки. Критичкото размислување е најважно (од сè) за да бидеме медиумски писмени и тоа е предуслов во носењето на исправни одлуки воопшто во сите сфери на општественото живеење.² Медиумската писменост уште претставува и средство за самозаштита и безбеден избор на медиумите, сè со цел самоизразување, како и активно граѓанско учество со морално добри и правно дозволени одлуки. Тоа е споменато и во членот 19 од Универзалната декларација за човековите права на ОН. Таму се гарантираат правото и слободата на мислење и изразување, каде е опфатено и правото да не се биде вознемируван за своето лично мислење. ООН смета дека медиумската писменост е предуслов луѓето да можат во целост да ги уживаат правата загарантирани во членот 19 од Универзалната декларација за човековите права. Оние граѓани кои се медиумски писмени за свесни за содржината што ја нашле, начинот на којшто ја користат, кој ја создал и со која цел. Освен тоа, тие ја користат содржината етички, паметно и ефективно. Најчесто треба да ги користат за преземање, чување, пристап и споделување на различни содржини за да ги задоволат индивидуалните и општествени потреби и интереси, да направат избор од содржини од различни институционални и културни извори, да комуницираат идеи, информации и мислења, да ги користат медиумите за изразување, како и за ефикасно остарување на своите демократски права и граѓански обврски. Медиумски писмени значи да бидеме способни да препознаеме дека нешто е невистинито и дека медиумите имаат какви било пораки кои влијаат на нас. Ако ги разбираме тие пораки, можеме да промениме како тоа влијае

¹ HBO Calidus, Метаморфозис, TechSoup Europe (2021). Медиумска Писменост на социјалните мрежи – Информативна брошура. <https://metamorphosis.org.mk/wp-content/uploads/2021/02/mediumska-pismenost-na-soczi%D1%98alnite-mrezhi.pdf>

² Висока школа за новинарство и за односи со јавноста (2018). Прирачник за медиумска писменост, за млади, за медиуми и за граѓански организации. <https://www.medium.edu.mk/attach/Priracnik-za-mediumska-pismenost-MK.pdf>

на нас. Исто така, медиумската писменост ни отвора можности за поцелосно и покреативно вклучување во онлајн (и офлајн) медиумскиот свет. Медиумската писменост, исто така, е вештина која ги вклучува и другите форми на писменост – лингвистичката (читањето и пишувањето), аудиовизуелната (визуелна писменост), како и дигиталната или информатичката писменост. Концептот на медиумската писменост постојано се надоградува и развива, заедно со развојот на платформите за комуникација и новите медиуми. Таа е инструмент за заштита на граѓаните, а особено на младите, инструмент за едукација, како и за активно учество во медиумската сфера. Преку медиумското образование, на младите им обезбедува подобри комуникациски вештини, способности и знаења за безбедно користење на медиумите, но и за критичко сфаќање на медиумските содржини. Таа им е од корист на младите и за да научат како да утврдат дали нешто е веродостојно или не, да препознаат различна гледна точка бидејќи секој пишувач има различна перспектива, да ја разберат целта на авторот и да сфатат што тој сака да постигне со објавување на одредена содржина. Таа исто така придонесува за ублажување на нееднаквоста преку едукација на лицата со ниски примања, постарите, лицата со инвалидитет. Воедно, нужен предуслов за секоја демократија е да има активен и добро информиран граѓанин. За тоа е потребно стекнување на вештини за активно учество во општествениот живот, свест и разбирање на процесите и системите во кои се движат медиумите за да придонесат за разбирање на различни прашања со кои се соочува општеството. Таа има и друга, исто така мошне важна страна. Таа нè учи на кој начин да создаваме медиумска содржина, како нашиот став и мислење да бидат подобро и погласно искажани. За разлика од порано, ние преку дигиталните медиуми можеме секојдневно да создаваме медиумски содржини.

Почетоци на медиумската писменост во РС Македонија

Медиумската писменост како поим во нашата држава е прилично нов и не многу познат термин за кој ретко или воопшто не се зборува. Ако ги запрашате граѓаните што претставува овој поим, ретки се оние кои се во состојба да го дефинираат поимот. Во јавноста ретко има дискусии за концептот на медиумска писменост, а слаб е и бројот на истражувања за тоа како граѓаните им пристапуваат на медиумските содржини, како ги „читаат“ и колку се во состојба критички да ја проценат таа содржина и да го искажат своето мислење преку медиумите. Првите чекори во однос на медиумската писменост се направени во медиумската сфера со самото донесување на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги во 2013 година кога првпат беше споменат поимот, но без дефинирање на неговото значење. Неколку години претходно (2009-2011) Македонскиот институт за медиуми преку истражување и подготвување на прирачник за наставници во основно и средно образование поврзан со медиумската писменост и организирање различни обуки, ќе биде првата невладина организација која ќе го отвори ова прашање. Нашата земја е сè уште на почетни позиции во однос на обидите за промоција на медиумската писменост, наспроти сите резолуции и препораки кои доаѓаат од ЕУ и од Советот на Европа.³

³ Висока школа за новинарство и за односи со јавноста (2016). Медиумската писменост во Македонија: алката што недостасува за активно граѓанство.
https://respublica.edu.mk/attach/Mediumska_pismenost_komplet_FINAL.pdf

Национална законска регулатива

Во нацрт-стратегијата за развој на радиодифузната дејност во Република Македонија во периодот од 2013-2017 година за првпат во законодавството е посветено внимание на медиумската писменост. Во тој документ се нагласува потребата за промовирање на медиумската писменост како еден од најголемите интереси на нашето општество, процес каде образовните институции треба да бидат вклучени со различни механизми за проверка на ефектите во наставната програма од медиумското образование, регулаторни тела, развивање на саморегулаторни кодекси каде се зборува за професионалните стандарди за зголемување на одговорноста кога се креираат медиумски производи, изработка на посебни програми со различни активности поврзани со медиумската писменост и различни проекти и иницијативи. Кога стапи на сила Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, медиумската писменост влезе во медиумската политика во државата и како резултат на самиот процес каде имаше усогласување на различните закони за медиуми со Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги каде истото беше регулирано во Законот со неколку членови. Законот е изменет во 2021 година, а медиумската писменост може да се пронајде во два члена. Во членот (6) каде се опишани надлежностите на ААВМУ, каде се напоменува дека Агенцијата треба да ја поттикнува медиумската писменост. Вториот случај каде се споменува медиумската писменост во Законот е членот (26) во делот за социјална инклузија и медиумска писменост Агенцијата е должна да презема активности за поттикнување на медиумската писменост во РС Македонија каде треба да соработува со здруженија на граѓани, невладини организации, образовни институции и други страни. Важно е да се спомене дека никаде во Законот не е пронајдена дефиниција или какво било објаснување за медиумска писменост. И Законот за радиодифузија кој е поранешен закон, и сегашниот Закон за медиуми (Закон за аудио и аудио-визуелни медиумски услуги), се однесуваат директно или индиректно на медиумската писменост. На пример, содржини коишто се несоодветни за деца, забрана да се емитува насилство или порнографска содржина, рекламирање за заштита на медиумските потрошувачи, борбата против медиумската концентрација, како и плурализмот на аудиовизуелните услуги, ја одразуваат потребата за медиумската писменост. Агенцијата има направено Програма за поттикнување на медиумската писменост во државата. Главните цели се подигање на свеста за концептите на медиумската писменост, разбирање на медиумската писменост од страна на граѓаните, подобри услови за демократско и граѓанско учество. После покрената иницијатива на Агенцијата во 2017 година, формирана е Македонската мрежа за медиумска писменост. Целта на формирањето е подобра соработка помеѓу различни актери во општеството што спроведуваат и креираат политики, различни проекти, активности и иницијативи од областа на медиумската писменост.⁴ Ниту МОН, ниту другите владини тела не направија чекори во интегрирањето на образованието за медиумската писменост во системот. Посебен ваков предмет во образованиот систем не постои, туку само одредени делови од медиумската писменост се инкорпорирани во различни теми на програмите. Во последниот извештај на ЕК за напредокот на државата (2022), во потточката за слобода на изразување истакнато е дека земјата има благ напредок, поточно дека државата вложува напор со граѓанските организации и медиумите за промовирање и унапредување на медиумската писменост, говор на омраза, закани и

⁴ Закон за аудио и аудио-визуелни медиумски услуги („Службен весник на Република Македонија“ бр. 184/13, 13/14, 44/14, 101/14, 132/14, 142/16, 132/17, 168/18, 248/18 и 27/19).

притисоци врз новинарите и медиумите, непрофесионално медиумско известување како и во борбата против дезинформациите.⁵

Младите и информирањето во РС Македонија

Младите луѓе не само што треба да ги стекнат вештините за медиумска писменост, туку треба да бидат и нејзини најголеми промотори. Тие се почесто се поврзуваат со медиумската писменост. Колку младите подобро ги познаваат медиумите и се запознаени со нивната работа и улога, толку полесно ќе ја разберат и својата улога, но и одговорноста за заштита на јавниот интерес. Но, кога станува збор за информирањето, се чини дека тие сакаат да се информираат брзо, а тоа значи дека брзо објавената информација не секогаш е и точна. Истражување спроведено од страна на Центарот за европски стратегии „ЕвроТинк“ и Фондација за интернет и општество „Метаморфозис“ во 2018 и 2019 година покажува статистички податоци за тоа преку кои видови медиуми најчесто се информираат. Очекувано, младите најчесто се информираат преку интернет, поточно 38,4 %, тука спаѓаат електронски верзии на телевизиите, информативни портали и дневни весници. Околу 32% од младите се информираат преку социјалните медиумите Фејсбук и Твитер. Телевизијата е следна со над 7%, а поразителен податок е дека само 1% од младите се информираат преку печатените медиуми. Од овој примерок, само тројца млади се информираат преку нив, а дури 21% од анкетираниите не се изјасниле за ова прашање. Во однос на тоа ако се земе само интернетот како средство за информирање, најчесто анкетираниите се информираат преку Фејсбук и Твитер, поточно 32,1%, од други интернет портали 22,2%, од електронски верзии на дневни весници 21,2%, а само 9,3% од нив преку електронски верзии на телевизиите.⁶

Длабински интервјуа

Личното искуство за феноменот медиумска писменост го споделија и тројца новинари преку длабински интервјуа кои зборуваа за тоа како нивните медиуми се борат против лажните вести, за можните решенија за намалување на лажните вести, како и за тоа дали помладата публика е повеќе склона на лажни вести за разлика од повозрасната категорија на граѓани. Тројцата новинари кои беа дел од овие длабински интервјуа се Теодора Новеска - Канал 77, Игор Стојанов – gose.mk и Мартин Колоски – Радио МОФ. Во прилог се поставените прашања, како и нивните одговори:

Како вашиот медиум се бори против лажните вести?

Новеска: - Ние како медиум посветуваме време и внимание на селекцијата на вести. Новинарите од информативна редакција се трудат што попрофесионално да ја извршуваат својата работа која е јавна дејност, преку почитување на професионалните начела во новинарството и принципите на етично работење.

⁵ Глигорова, М. (2022). Медиумска писменост: Потреба или неопходност во 21 век? https://respublica.edu.mk/wp-content/uploads/2022/06/mediumska-pismenost-potreba-ili-neophodnost-kairos-br1_mk.pdf

⁶ Центар за европски стратегии ЕвроТинк и Фондација за интернет и општество Метаморфозис (2018/19). Истражување – Критичкото мислење и медиумската писменост кај младите во Р.С.Македонија. https://metamorphosis.org.mk/izdanija_arhiva/istrazhuvanje-kritichkoto-mislenie-i-mediumskata-pismenost-kaj-mladite-vo-republika-severna-makedonija/

Стојанов: - Имаме уреднички тим којшто ги прибира сите информации пред да ги објави. Ние ги читаме и ги проверуваме тие информации пред објавување. Исто така, учествуваме во обуки, меѓународни семинари, организации и здруженија коишто обезбедуваат тренинзи и обуки за млади новинари и креатори на содржини. Имаме долгогодишно искуство и знаеме како да ги препознаеме лажните вести, но и како тие се креираат.

Колоски: - Борбата против лажните вести е постојана и може да се води на повеќе начини. Еден од нив е и примерот преку секојдневната работа во која на читателите им се сервираат вестите и темите кои се објавуваат, а кои се прецизни, точни и со што повеќе вклучени извори од повеќе страни.

Дали вашиот медиум има потпаднато под лажна вест, а таа да била и објавена?

Новеска: - Ние како национален медиум посветуваме повеќе време и внимание на селекцијата на вести и не ни се случило во етер да пуштиме лажна вест.

Стојанов: - Се има случено некој од новинарите да побара една лажна вест да биде објавена. Тоа беше веста дека имало доказ дека Македонците потекнувале од Александар Македонски. Никогаш ни се нема случено намерно да објавиме некаква вест којашто е лажна. Секогаш се стремиме кон тоа да го наведеме изворот на информирање.

Колоски: - Во секоја работа се случуваат и грешки, па така, сигурно дека во одреден момент и самиот медиум пренел одредена дезинформација или можеби и лажна вест. Но, она што е важно е кога ќе се воочи грешката, јасно потоа да им се даде до знаење на читателите за пренесената лажна вест или дезинформација за тие да бидат информирани точно за што се работи.

Кое е решението против лажните вести?

Новеска: - Магично решение против лажни вести нема. Ние новинарите треба да се трудиме што попрофесионално да ја извршуваме својата работа, да бидеме во чекор со светските трендови за пласирање вести, а државата треба да има стратегија за медиумска писменост и зошто да не дејствуваме да се воведат како изборен предмет во училиштата.

Стојанов: - Мислам дека нема решение против лажните вести. Тоа е исто како да се трудите да ја победете лагата. Сметам дека само може да биде ублажен нивниот ефект. Важно е ние да бидеме добро опремени за да можеме да сме повеќе отпорни, но целосно никогаш нема да можат да се спречат лажните вести. Ние треба да се стремиме кон тоа да создадеме критичен ум за да можеме да ги анализираме податоците коишто секојдневно стигаат до нас. Едно од решенијата може да биде создавањето на квалитетно новинарство коешто ќе биде отворено во смисла на објаснување на публиката како медиумите доаѓаат до информациите. Како пример може да се даде Истражувачката репортерска лабораторија која го објаснува целиот процес на создавање на една сторија. Со самото тоа се создава поголема доверба кај

публиката. Другото можно решение е изучување на медиумската писменост уште од најрана возраст.

Колоски: - Медиумската писменост е една од можеби „главните решенија“. Доколку читателите ги разбираат медиумите и критички ги восприемаат информациите тогаш нема толку лесно да потпаѓаат под лажни вести, а со нив постепено би се намалило и нивното создавање.

Каква е ситуацијата со лажните вести на локално ниво?

Новеска: - Тука сметам дека приказната има две страни, од една се локалните медиуми кои пласираат нормално локални вести, а од друга националните медиуми. Локалните медиуми имаат ограничени ресурси за работа, како човечки така и технички, па тоа често знае да се одрази на пласираните вести. Не мора да значи дека се „пуштаат“ лажни вести, но се случува да се пушти една од засегнатите страни, недопроверена вест и слично. Од друга страна, националните медиуми кои немаат дописници од поголемите градови во внатрешноста ризикуваат да преземат вест која е недопроверена и нецелосна.

Стојанов: - Поголем проблем на локално ниво, според мене, е корупцијата во медиумите наместо лажните вести. Лажните вести на локално ниво не се толкав голем проблем. На локално ниво најголема улога имаат пропагандата и дезинформациите.

Колоски: - Не сум сигурен дека можам да коментирам околу лажните вести на локално ниво, но во однос на порталите кои пренесуваат погенерални вести не би рекол дека ситуацијата е катастрофална. Лажни вести и дезинформациите се пренесуваат и преку медиумите, да, но генералното нивно ширење е позастапено преку анонимни страници на социјалните мрежи, кои можеби и не влегуваат во онаа перцепција на тоа како ги замислуваме медиумите, иако и тие претставуваат своевиден медиум.

Според искуствата на вашиот медиум или лично искуство, дали помладата публика е повеќе склона на лажни вести?

Новеска: - Не е нужно, но помладата публика е повеќе склона кон лажни вести. На дневно ниво сите ние, особено на социјалните мрежи, сме пренатрупани со најразлични информации, а вниманието кое го посветуваме на „следење“ вести, факт е дека постојано се намалува. Знаејќи го ова би рекла дека помладите генерации сакаат вести кои ќе им бидат понудени на едноставен начин, кои ќе бидат кратки и јасни. Од она што можам да забележам, младите генерално читаат наслови, па можеби одовде излегува и тоа дека тие се посклони кон лажни вести, но всушност тие се само недоволно информирани. Поради ова сите ние, медиумите, треба да бидеме во чекор со технологијата и побарувањата на младите, за да можеме да им ги понудиме вестите на начин на кој тие сакаат да ги читаат.

Стојанов: - Мислам дека помладата публика потешко се манипулира, иако тоа не значи дека е имуна. Заради самото тоа што имаат искуство во сурфањето на интернет, мислам дека тие не потпаѓаат на лажните вести како повозрасната публика која мисли

дека сè што е објавено мора да биде точно. Повозрасните порано читале вести од медиуми каде самите информации кои се објавуваат биле проверувани и контролирани, за разлика од денес. За мене позагрижувачка и повеќе опасна е пропагандата којашто е планирана, организирана, со јасна цел и јасен ефект.

Колоски: - Субјективно гледано, сметам дека младите покритично ги восприемаат вестите кои стигнуваат до нив, за разлика од повозрасните читатели. Но, треба уште многу да се работи и да се почне со едукација на младите од помала возраст, со цел да се подобри ситуацијата.

Анкета

Беше направен и краток анонимен анкетен прашалник, кој имаше за цел да испита група од 100 млади испитаници на возраст од 15 до 29 години. Целта на овој прашалник беше да се види ставот и мислењето на младите за медиумската писменост. Некои од наодите беа:

- Повеќе две третини од испитаниците поминуваат три или повеќе часови на социјалните мрежи;
- Половина од испитаниците биле изманипулирани со лажни вести;
- Повеќе од половина од испитаниците ги читаат само насловите на објавени медиумски содржини и на тој начин носат заклучок за веста;
- Најчести извори на информирање за домашните настани се информативните портали;
- Околу една третина од испитаниците не им верува на македонските медиуми, а како најчеста причина за недовербата е објавувањето на брзи и непроверени информации со цел да се профитира;
- Најголем дел од испитаниците сметаат дека медиумската писменост треба како предмет да се вметне во образованието.

ЗАКЛУЧОК

Согласно горенаведеното, може да се заклучи дека медиумската писменост кај младите е сериозен проблем во РС Македонија и неопходно е да се работи многу на ова поле. Критичкото размислување на младата популација во секоја држава е од особена важност. Младите сакаат за кратко време да бидат информирани без да ја проверат точноста на секоја вест. Ваквото брзање за што е можно повеќе поседување на информации доведува до погрешно размислување и перципирање за различни теми. Очигледно е дека македонските медиуми успеваат да ги измамат читателите со неколку реченици извадени од контекст и така тие да успеат да дојдат до профит, а читателот до погрешна информација. Сите чинители во општеството треба да бидат дел од овој процес кој треба да започне од образованието со учење на младите луѓе сами да си формираат мислење и да ја проверуваат секоја вест. Вметнувањето на медиумската писменост е одамна воспоставена практика насекаде во Европа и во светот. Во нашиот образовен систем, поимот медиумска писменост не е препознаен како дел од програмите за основно образование. Се поставува прашањето кога на медиумската писменост ќе и се даде поголем приоритет за изучување во образованието. Во целина, имаме слика која во моментот не влева никаков оптимизам. Потребно е што побрзо од

некаде да се почне и да се стори многу за воопшто да може да се зборува за оваа тема. Најпрво е потребно да се промовира поимот, а потоа и да се унапреди. Медиумската писменост повеќе од кога било досега, е неизоставен дел од нашето секојдневно функционирање.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

- HBO Calidus, Метаморфозис, TechSoup Europe (2021). Медиумска Писменост на социјалните мрежи – Информативна брошура. <https://metamorphosis.org.mk/wp-content/uploads/2021/02/mediumska-pismenost-na-soczi%D1%98alnite-mrezhi.pdf>
- Висока школа за новинарство и за односи со јавноста (2018). Прирачник за медиумска писменост, за млади, за медиуми и за граѓански организации. <https://www.medium.edu.mk/attach/Priracnik-za-mediumska-pismenost-MK.pdf>
- Висока школа за новинарство и за односи со јавноста (2016). Медиумската писменост во Македонија: алката што недостасува за активно граѓанство. https://respublica.edu.mk/attach/Mediumska_pismenost_komplet_FINAL.pdf
- Deutsche Welle (2022). <https://www.dw.com/mk/severna-makedonija-na-dnoto-spered-mediumska-pismenost/a-63422310>
- Закон за аудио и аудио-визуелни медиумски услуги („Службен весник на Република Македонија“ бр. 184/13, 13/14, 44/14, 101/14, 132/14, 142/16, 132/17, 168/18, 248/18 и 27/19).
- Глигорова, М. (2022). Медиумска писменост: Потреба или неопходност во 21 век? https://respublica.edu.mk/wp-content/uploads/2022/06/mediumska-pismenost-potreba-ili-neophodnost-kairos-br1_mk.pdf
- Центар за европски стратегии ЕвроТинк и Фондација за интернет и општество Метаморфозис (2018/19). Истражување – Критичкото мислење и медиумската писменост кај младите во РС Македонија. https://metamorphosis.org.mk/izdanija_arhiva/istrazhuvanje-kritichkoto-mislenje-i-mediumskata-pismenost-kaj-mladite-vo-republika-severna-makedonija/
- Висока школа за новинарство и за односи со јавноста (2018). Медиумската писменост во Македонија: Обид за имплементација во основното образование. <https://www.medium.edu.mk/attach/Mediumskata-pismenost-vo-Makedonija-obid-za-implementacija-vo-osnovno-obrazovanie-MKD.pdf>