

Зоран МАТЕВСКИ

## МАСМЕДИУМИТЕ И СОЦИОЛОШКИТЕ СОЗНАНИЈА ЗА РЕЛИГИЈАТА

Инволвирањето на масмедиумите во образовниот систем е еден од клучните фактори во напорите да се иновира наставата во сите нејзини сегменти. Образовната функција на масмедиумите се остварува преку своевидниот процес на комуникација со информациите, фактите, податоците, вредностите, општествените норми и културни содржини, со кое се остварува пренесувањето на севкупните сознанија и целокупното културно наследство од една генерација на друга.

Преку масмедиумите се пренесуваат „наследени“ сознанија за религијата од научен карактер. Од една страна се добиваат сознанија за актуелни настани, а од друга посредно се пренесуваат определени проверени фактички сознанија за религијата од социолошки карактер. Овој тип искази коишто се добиваат преку масмедиумите ги информираат и поучуваат учениците. Во тој случај може да се дојде до несогласување на она што се добива како порака во информациите на масовните медиуми и она што во вид на сознанија се добива од наставниците во формалното образование. Оваа појава во социологијата се нарекува когнитивна дисонанца. Когнитивната дисонанца е плодна почва за развивање на проблемска ситуација на часот. Таа кај учениците буди чувство за критичко преиспитување на сите осознани „вистини“ за религијата како социолошки феномен и ги тера самите да ја разрешат сознајната дисонаца<sup>1</sup>, во која свесно или несвесно запаѓаат.

Во таа смисла се поставува основната дилема дали и колку сознанијата за религијата што се добиваат преку средствата за масовна комуникација надвор од училишните клупи, можат да се „вратат“ внатре во училницата и да се искористат за изведување на една креативна и недогматизирана настава.

Во тој контекст се поставува едно клучно прашање. Колку сознанијата добиени од масмедиумите за религијата како социолошка категорија корелираат со сознанијата за оваа социолошка категорија, но кои овој пат учениците ги добиваат од наставникот и учебниците предвидени со наставниот план и програма за социологија. До колку постојат разлики во тие два типа на сознанија, тогаш се поставува плодна почва за промовирање на скандалот како основен метод во изведувањето на наставата.

---

<sup>1</sup> Автор на теоријата на когнитивна дисонанс е Леон Фестингер, кој ја проучувал и ја применил во подрачјето на менувањето на ставовите.

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

Различните средства за масовна комуникација (печатот, радиото, телевизијата) даваат најразлични облици на сознанија за религијата како општествен феномен.

Карактеристично за печатот е што тој информира за настани од областа на религијата кои се во фокусот на интересирањето и се наоѓаат во блиска временска перспектива. Дури и кога зборува за настани и личности од минатото, тие се во дослук со актуелните општествени настани. Исто така, многу значајна карактеристика е и сестраноста на содржините од областа на религијата кои се среќаваат на страниците на дневниот и периодичниот печат. Од сите средства за масовна комуникација, најпрво во печатот се расчистуваат сите теоретски и идеолошки контроверзи и дилеми.

Радиото во основа ја надополнува едукативната функција на масмедииумите што ја започнува печатот. Радиото му се обраќа на широкиот аудиториум кој има различно образовно ниво и различен степен на предзнаења за определена научна област, во случајов - религијата. Поаѓајќи од тоа, емисиите се со широка лепеза на информации за религијата, со што се постигнува извесна рамнотежа во тие емисии. Научните анализи и коментари мора да се врзат со емисии од забавен карактер. Тоа значи образовните и забавните содржини треба да се испреплетуваат, за пораките од образовните програми да стигнат и до оние слушатели со пониско образовно ниво<sup>2</sup>. Исто така, овој тип на слушатели мора да се поттикне да ги слуша тие содржини и да се заинтригира за определениот проблем кој се актиелизира. Тоа се постигнува преку вклучување на гледачите во емисијата и слушателот, иако неспремен и неук за определен проблем, се појавува во улога на испитувач. На тој начин, публиката се поттикнува на полемика со новинарите и нивните гости во студиото.

Телевизијата како масовен медиум настанала најдоцна и таа се надоврзува на печатот и радиото. Таа е своевиден спој на стрипот, радиото и филмот. Во однос на другите медиуми, телевизијата е најбрза, најеластична и најажурна во пласирањето на информациите. Нејзина-

<sup>2</sup> Види: Зборник, *Aspekti radija*, Sarajevo, 1978, str. 277.

та технологија ѝ помага директно да присуствува на самото место на настаните и оттаму да информира во живо. Таа не е документ, туку жив соучесник со настаните. Користејќи ги сите свои предности, таа создава најавтентична претстава за настаните од областа на религијата. Кај публиката владее мислење дека на нејзините програми оди само она што е значајно и дека до колку некој религиски настан не се објавил на телевизија „како и да не се случил“. Телевизијата се јавува како мерило за важноста на настаните. Таа на некој начин ги обединила во себе сите претходни медиуми и ја приграбила целокупната публика. На телевизијата се надградува и видеото кое овозможува која и да било ТВ емисија да се снимат и да се гледа во кое било време. На крајот од овој дел да ја истакнеме неспорната и голема улога на телевизијата во областа на образованието. Тогаш зборуваме за таканаречената гносеолошко-едукативна функција на телевизијата. Во воведувањето на оваа образовна технологија во системот на образование, телевизијата има првостепено значење. Таканареченото конвенционално училиште, училиште без телевизија, како интересен и екстерен фактор, нема шанси теоретски и практично да ги едуцира учениците за сите појави и процеси од областа на религискиот живот. Секаде во светот образованието е незамисливо без учество на телевизијата. Таа е агенс на позитивните промени во воспитно-образовниот процес.<sup>3</sup>

Во предвечерието на 21-от век, вредностите на ТВ медиумот во светот достигнуа таков квалитет и квантитет што станаа, безмалку, носечки столб на масовните комуникации. Постиндустриските општества од Запад, и покрај 30 годишното интензивно „ТВ озрачување“, сè уште не можат да се отргнат од „ТВ хипнозата“, па зависноста на популацијата од ТВ содржините е огромна.<sup>4</sup>

За да можеме да видиме какво е влијанието на средствата за масовна комуникација врз социолошките сознанија кај учениците од средното образование, неопходно е најпрво да ја видиме понудата што овие средства им ја пружаат на рецепиентите. Значи, пред да видиме дали и колку учениците ги читаат, ги слушаат и ги гледаат масмедиумите, најпрво ќе направиме една квантитативна и квалитативна анализа на содржините (за религијата) на масовните медиуми. Бидејќи рековме дека телевизијата е најзначаен медиум, ќе започнеме со анализа на религиските содржини присутни во ова средство за масовна комуникација.

---

3 Види: Bošnjaković, Mata, *Kulturna funkcija televizije*, Зарепб, 1984.

4 Види: Rannkine, Lj., *Bez značajnih granica*, Pregled, br. 223, 1983.

Содржини од областа на религијата беа емитувани во информативната програма низ најразличните нејзини програми (Вести, Дневник, Свет, Диоптрија, На тема, итн.)

Религијата, како општествен феномен, најчесто беше третирана во општообразовната програма на МТВ. Во рамките на оваа програма, религијата беше најчесто анализирана во следните емисии:

- „Триесет години автокефална Македонска православна црква“. Оваа емисија беше посветена на значајниот јубилеј (1967-1997) на МПЦ
- Културни традиции - 9 емисии: во оваа едиција карактеристична беше серијата „Стари македонски ракописи“ - 2 емисии. Главна цел беше да се прикажат стари ракописи пронајдени во Македонија кои се зачувале со помош на обичните луѓе и со залагањето на наши познати научни работници кои одат по напуштените стари села, цркви и манастири.

Во рамките на Училишната програма, религијата беше најчесто третирана во емисијата:

- „Културна ризница“ - Македонските манастири со своите богато украсени фасади и куполи, фрескоживописи, икони, предмети во резба, иконостаси, амвони, царски двери, певници, целиванија, како и икони од средновековниот период и преродбата, претставуваат богата културна ризница, што предизвикува голем интерес не само за културната јавност туку и пошироко. Голем е бројот на нашите манастири кои беа презентирани во оваа емисија. Како најзначајни ќе ги издвоиме сценаријата за манастирите: Св. Јоаким Осоговски, Св. Гаврил Лесновски и Св. Јован Бигорски.

Во рамките на Документарната програма на МТВ, религијата најчесто беше третирана во емисијата:

- „Враќање кон религијата (30 емисии по 30 минути). Феноменот враќање кон религијата во повеќе земји на Источна Европа и кај нас е суштината на која се задржа оваа, да ја наречеме, мини серија.

Научната програма на МТВ феноменот на религијата најчесто го третираше во рамките на одбележувањето на големиот јубилеј на МПЦ - 30 години од нејзината автокефалност (1967-1997)<sup>5</sup>.

Македонското Радио - Радио Скопје, Феноменот на религијата најчесто го третираше преку својата трета програма и тоа во емисиите:

- понеделник: ден резервиран за „Тема на вечерта“ (2-3 емисии);

<sup>5</sup> Анализата на содржините на МТВ е направена за периодот 1997-1998.

- вторник: „Цивилизациски теоретски вредности“ (2-3 емисии);
- среда: „Студии“ и „Филозофски размисли“. Секоја средна среда во месецот се емитуваше „Екс катедра“ (2-3 емисии) во кои се презентираа излагања или предавања на наши еми- нентни научни работници;
- четврток: презентирање на научните достигнуања и теоретски- те размисли во емисијата „Човекот и науката“. Емисијата „Порта“ ги отвораше брановите на Третата програма за белешките на светските патетисци.
- петок: „Реминисценции“, „Перспектива“;
- сабота: Ден посветен на музичкото творештво (духовна музика);
- недела: „Прозен медалјон“, „Поетска призма“.<sup>6</sup>

За анализа на религиските содржини во дневниот печат се реши- вме за весникот „Нова Македонија“, поаѓајќи од следните кванти- тативни и квалитативни претпоставки. Од квантитативен аспект гле- дано, тој дава многу повеќе информации од другите весници („Вечер“, „Дневник“ итн.). Тука лежи неговата најголема предност. Што се од- несува до квалитетот на информациите, сметаме дека овој весник за нијанса е во предност. Тоа особено важи за неговите многубројни ана- лизи и коментари од областа на религијата како социолошки феномен.

Религијата најмногу беше третирана во рубриката „Фелтон“ којашто се емитуваше секој ден. На оваа станица обично одеа написи во продолженија. Тоа се статии во кои се соопштуваше, објаснуваше и анализираше феноменот на религијата, а во повеќе наврати, се ба- раа и тенденции за неговото понатамошно опстојување и функциони- рање. Иако најголем дел од овие написи беа од историски карактер, сепак, добар дел од нив содржеа и написи кои ја третираа религијата во рамките на современото општество.

Религијата исто така беше третиран и во некои од таканарече- ните „Весник во весник“, кои излегуваа на страниците на „Нова Маке- донија“. Тоа особено беше изразено во рубриките:

- Во сабота „Сабота“ - оваа рубрика е од исклучително значење бидејќи даде богат материјал за религијата како социолошка категорија. Најмногубројни беа коментарите, но имаше и по некоја статија за особено актуелни настани од областа на ре- лигијата во земјата и светот. Религиските настани беа ставени под лупа и се трагаше по вистинските причинско-последични

<sup>6</sup> Анализата на содржините на Македонското радио е направена за периодот 1997-1998.

односи во рамките на современото македонско општество. Овде, во вистинската смисла на зборот, новинарите трагаа по вистината и ги бараа аргументите и „за“ и „против“. Тука со свои коментари се јавуваа најквалитетните новинари и уредници во редакцијата. Несомнено дека оваа рубрика на учениците им понуди највеќе социолошки сознанија за религијата. Во недела „Избор“ - во овој дел на весникот се даваше богат избор на статии и коментари, пренесени од дневни и периодични весници од светот. Така, од една страна, можеше да се види како другите весници гледаат на религиските настани во нашата земја и, од друга страна, тие написи да се споредат со оние во нашиот печат. Исто така, можеа да се најдат и анализи на актуелните религиски настани во останатите подрачја од земјината топка.

Досегашната анализа имаше за цел да ни покаже колку весникот „Нова Македонија“ нè информираше за религијата како социолошка категорија. Сепак, самата тематика на информациите не зборува доволно за степенот на информирање. За тоа се потребни и определени анализи за тоа како во 1997-1998 година било информирано во контекст на новинарски облик. Поради тоа, ќе се обидеме да направиме една анализа на квалитетот на информирањето. Сето ова ќе го направиме за религијата како посебна социолошка категорија:

Табела 1 *Внатрешна структура на информациите за религијата*

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

Информациите за религијата, главно, се остваруваат преку соопштувањето (39,7%) и објаснувањето (40,5%). Тоа се претежно вести и извештаи за определени верски празници, за животот и работата на МПЦ. Елементот анализа (16,2%) е најчесто застапен во фелтоните кои третираат определени прашања сврзани со феноменот религија. Објаснувањето е доминантен елемент во структурата на информациите за религијата. Тоа е така затоа што овој феномен

од општествениот живот е најчесто предмет на информирање во многубројните статии.

За понатамошна анализа да ја погледаме следната табела:

Табела 2 *Анализа на информациите за социолошките категории по степенот на нивната застапеност во информативниот весник „Нова Македонија“ за 1997-1998 година*

Социолошки категории	Број на информации	%
1. Политички и пошироки општествени настани	4.822	40,5
2. Економски живот	2.619	22,0
3. Култура	1262	10,6
4. Религија	671	5,6
5. Наука	954	8,0
6. Семејство	454	3,8
7. Општествени девијации	321	2,7
8. Образование на младите	804	6,8
Вкупно:	11.907	100,0

Од анализата на информативниот печат јасно се гледа дека информациите за религијата се со релативно висок процент. Информациите и анализите од областа на религијата (5,6%) се најчесто во деновите на религиските празници (јануари и април), но ги има сукцесивно и во текот на целата година.

За да видиме колку темите од областа на религијата се читани од страна на учениците, ќе ја погледнеме следната табела:

Табела 3. Кои најиниси и теми во дневниот и периодичниот печат ги читаша?

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

За религијата и верските прашања учениците најчесто читаат за време на најголемите христијански празници во јануари, април, мај и септември. Тоа се написите за Божиќ, Водици, Прочка, Велигден, Пресвета Богородица итн. Оттука најголем процент на зачестено читање за религијата се јавува кај „понекогаш“ (39,7%). Меѓутоа многу е висок процентот на често (20,3%) и многу често (23,3%) читање на написите, статиите, фељтоните и вестите од областа на религијата, што покажува висок интерес на учениците за оваа област од општествениот живот.

Исто така, според одговорите на учениците за значајноста на масмедиумите за нивните познавања за религијата како социолошка категорија, може да се донесе заклучок дека е висок процентот на оние што одговориле дека степенот на значајност е „значаен“ (40,7%) и „многу значаен“ (33,3%).

Сега ќе поминеме на клучното прашање. А тоа е:

**Во која мера се разликуваат социолошките сознанија што сте ги добиле преку наставата од оние што сте ги добиле од масмедиумите**



Табела 4.

Социолошки категории	СТЕПЕН НА РАЗЛИКИ					
	Многу се раз.	Се разл.	Малку се раз.	Не се раз.	б.о.	вкупно
Држава и право	60(20,0%)	70(23,3%)	89(29,7%)	73(24,3%)	8(2,7%)	300(100%)
Религија	56(18,7%)	57(19,0%)	83(27,7%)	96(32,0%)	8(2,7%)	300(100%)
Морал	49(16,3%)	65(21,7%)	75(25,0%)	100(33,3%)	11(3,7%)	300(100%)
Нација	58(90,3%)	60(20,0%)	65(21,7%)	105(35,0%)	12(4,0%)	300(100%)
Семејство	65(21,7%)	51(17,0%)	72(24,0%)	102(34,0%)	10(3,3%)	300(100%)
Општествена слоевитост	52(17,3%)	68(22,7%)	77(25,7%)	89(29,7%)	14(4,7%)	300(100%)
Политички партии	46(15,3%)	74(24,7%)	92(30,7%)	78(26,0%)	10(3,3%)	300(100%)
Други општествени организации	34(11,3%)	60(20,0%)	110(36,7%)	87(29,0%)	9(3,0%)	300(100%)
Наука	48(16,3%)	49(16,3%)	82(27,3%)	110(36,7%)	11(3,7%)	300(100%)
Уметност	48(16,0%)	60(20,0%)	80(26,7%)	102(34,0%)	10(3,3%)	300(100%)
Општествени вредности	40(13,3%)	65(21,7%)	81(27,0%)	98(32,7%)	16(5,3%)	300(100%)
Процесот на производство	45(15,0%)	65(21,7%)	40(30,0%)	87(29,0%)	13(4,3%)	300(100%)
Професии	42(14,0%)	67(22,3%)	87(27,0%)	100(33,3%)	10(3,3%)	300(100%)
Бирократија и технократија	35(11,7%)	66(22,0%)	90(30,0%)	94(31,3%)	15(5,0%)	300(100%)
Интелигенција	53(17,7%)	60(20,0%)	76(25,3%)	98(32,7%)	13(4,3%)	300(100%)
Економски живот	58(19,3%)	73(24,3%)	59(19,7%)	93(31,0%)	17(5,7%)	300(100%)
Општествени девијации	76(25,3%)	39(13,0%)	52(17,3%)	120(40,0%)	13(4,3%)	300(100%)
Општествени промени	67(22,3%)	54(18,0%)	71(23,7%)	92(50,7%)	16(5,3%)	300(100%)

Од сево ова можеме да изведеме заклучок дека не постојат особени разлики меѓу сознанијата добиени од наставниците и оние добиени од масмедиумите. Таков впечаток се добива кога ќе се погледне табелата на прв поглед. Меѓутоа, не е така. Ако се погледне табелата подетално, ќе се види дека процентите на сите четири степени на разлики се многу блиски по своите вредности. Ретки се големите разлики по бројот на одговори „не се разликуваат“ и оној број на одговори „многу се разликуваат“. Во прилог на ова е и фактот дека прецентуалната застапеност на одговорите „се разликуваат“ и „малку се разликуваат“ е скоро идентична за најголем број социолошки категории. Кај поголем број на категории, процентуалната застапеност на одговори е многу блиска.

Во секој случај, можеме да констатираме дека постојат определени значајни разлики меѓу испитуваните два типа на сознанија. Тоа кај учениците создава своевидна когнитивна дисонанса. За голем број социолошки категории, главен фактор во поттикнувањето за решавање на когнитивната дисонаца е креативниот наставник, кој, решавајќи ја неа, заедно со учениците ја руши догматската и шематизирана настава.

Од сето она што погоре го констатиравме, можеме да ги извлечеме следните заклучоци.

## 1.

Масовната комуникација е една од суштинските карактеристики на современото демократско општество, во какво што впрочем живееме и ние. Масовните медиуми, на себе својствен начин, ги избегнуваат каналите на комуницирање и структурата на власта во сферата на образованието. Воспоставувајќи „директен“ контакт, тие на учениците им даваат определени социолошки сознанија за религијата како еден од најзначајните општествени феномени.

## 2.

Додека во блиско минато постоеше силен отпор спрема „упадите“ на масовните медиуми во автономноста на постојните образовни институции, сега сè почест е случајот на приспособување и искористување на новите медиуми и целокупната телекомуникациона технологија, со цел да се дообјаснат појавите и процесите од областа на религијата. Врз база на сето ова се оформуваат и структурираат социолошките сознанија на учениците за религијата стекнати преку мас-

медиумите. Иако овие воннаставни социолошки сознанија за религијата се автохтони по некои свои особености и карактеристики, тие сепак не се одвојуваат во целост од наставните социолошки сознанија за религијата. Напротив, и двата типа на сознанија за религијата (наставни и воннаставни) се испреплетуваат меѓусебно и секогаш одат заедно, надополнувајќи се едни со други.

### 3.

Сè повеќе се воспоставува заедничка спрега меѓу масмедиумите и наставата по прашањето за религијата како една од најзначајните социолошки категории. Масмедиумите служат за „набавка“ на современо знаење за религијата како општествен феномен, додека класичната настава е одговорна за пренос на наследството акумулирано со традицијата.

### 4.

Институционалната настава мора да се откаже од својот монопол во создавање на социолошки сознанија за религијата, сега кога средствата за масовна комуникација толку многу ја подобрија традиционалната училишна работа. Двата система за создавање на сознанија за религијата треба да функционираат во услови на натпревар, предизвикувајќи сомнеж и контрадикции во главите на учениците. Во таква настава се создаваат услови за активирање на сите творечки потенцијали на учениците кои стануваат активни субјекти во наставата по социологија.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Адамческа, Снежана, *Активна настава*, „Легис“, Скопје, 1996.
2. *Aspekti radija*, „Svetlost“, 1978.
3. Bošnjaković, Mata, *Kulturna funkcija televizije*, „Zavod za kulturu Hrvatske“, Zagreb, 1984.
4. Vreg, France, *Demokratsko kumuniciranje - prispevek i pluralistični paradigmi v komunikaciski znanosti*, „Založba“, Obzorje, Maribor, 1990.
5. Carey, John, *Platon za tastarutom*, sp. „Pregled“ br. 259, 1992.
6. *Culture and communication*, Editor Chief - Kenji Kitao, Yamaguchi Shoten, Kyoto, Japan, 1995.
7. Many, Voices, One world, *Communication and society - today and tomorrow*, „Unesco“, 1980.
8. *Рискове на прехода*, Редактор Николай Генов, „Национално и глобално развитие, София, 1994.
9. Schramm, W., *Mass communications*, „University of Illinois Press“, Illinois, 1975.

## SYMMARY

Zoran MATEVSKI

### MASS-MEDIA AND SOCIOLOGICAL KNOWLEDGE OF RELIGION

„Inherited“ knowledge about religion with scientific character has been transmitted by the mass media. People get knowledge of current events, but on the other hand, certain experienced factual knowledge of religion, which has sociological character is transmitted directly.

This text attempts to solve the basic dilemma: how big is the possibility of using the knowledge about religion, obtained by the means of mass communication - out of school, „back“ in the classroom. What is the possibility of using it in order to organize a creative and non-dogmatic teaching?

There is an improving unity between the mass media and teaching, when religion is in question, because it has been one of the most important sociological categories. Mass media are used as „suppliers“ of contemporary knowledge about religion as a social phenomenon, while classical teaching is responsible of transmission of the heritage accumulated with tradition.