

МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО МАКЕДОНИЈА:

АЛКАТА ШТО НЕДОСТАСУВА ЗА АКТИВНО ГРАЃАНСТВО

Истражувањето е дел од проектот
„Медиумска писменост во ера на наплив на информации: Коалиција за медиумска писменост“
финансиран од Европската Унија

ИЗВАДОК ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО

МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО МАКЕДОНИЈА:

АЛКАТА ШТО НЕДОСТАСУВА ЗА АКТИВНО ГРАЃАНСТВО

ЦЕЛОТО ИСТРАЖУВАЊЕ Е ДОСТАПНО НА
medium.edu.mk

Скопје, 2016 година

МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО МАКЕДОНИЈА: АЛКАТА ШТО НЕДОСТАСУВА ЗА АКТИВНО ГРАЃАНСТВО

Издавачи: Висока школа за новинарство и за односи со јавноста
Јурај Гагарин 17/1-1, Скопје, Македонија
www.medium.edu.mk
www.vs.edu.mk

За издавачите: Жанета Трајкоска

Уредници: Весна Шопар, Жанета Трајкоска
Автори: Весна Шопар, Тамара Ќупева и Александра Теменугова
Лектура: Татјана Б. Ефтимоска
Дизајн и техничка обработка: Љубен Димановски

Истражувањето „Медиумската писменост во Македонија: алката што недостасува за активно граѓанство“ е овозможено со финансиска поддршка на Европската Унија во рамки на проектот „Медиумската писменост во ера на наплив од информации: основање коалиција за медиумска писменост“ што го реализира Високата школа за новинарство и за односи јавноста во соработка со Институтот за различности во медиумите од Лондон, Велика Британија и со дневниот весник „Нова Македонија“. Наведените мислења на оваа публикација се мислења на авторите и не ги одразуваат секогаш мислењата на Европската Унија.

СОДРЖИНА

I ВОВЕД 6

II ЗАКЛУЧОК 8

III ПРЕПОРАКИ 14

I.

ВОВЕД

Истражувачкиот извештај ***Медиумската писменост во Македонија: алката што недостасува за активно граѓанство*** е пионерски потфат за мапирање на состојбата со медиумската писменост во земјата, којшто се обидува да ја пополни празнината од академски и применети истражувања, создадена наспроти практиките и препораките на Европската комисија и на УНЕСКО, што се интензивираа(т) последнава деценија.

Целта на ова истражување е да се укаже на важноста на медиумската писменост, која е неопходно да ја препознаат не само граѓаните туку и институциите, за да може таа да биде инкорпорирана и унапредувана во сите сфери од општеството. Во анализата се објаснува поимот медиумска писменост, и тоа не само од традиционалната перспектива – како да се снајде граѓанинот во налетот на мноштвото информации и притоа критички да ги перцепира, туку се обработува и современото толкување на овој концепт – употреба на медиумите како предуслов за активно граѓанство.

Истражувањето се фокусира врз три сегменти: 1. Медиумската писменост во средното образование, 2. Медиумската писменост и граѓанскиот сектор во земјата, и 3. Медиумската писменост и медиумите. Ваквиот истражувачки пристап се должи на потребата да се одговори на прашањата колку и како таа се практикува во образовниот процес, колку и како медиумите ја разбираат и ја промовираат медиумската писменост и колку и како граѓанските организации го препознаваат концептот на медиумска писменост како предуслов за едукација и за поттикнување на граѓанското учество. Во извештајот се дава анализа на нормативно-правното регулирање на медиумската писменост во земјата, пред сè низ призмата на Директивата за аудио и аудиовизуелни услуги на Европската комисија и на домашниот Закон за аудио и аудиовизуелни услуги.

Наодите од ова истражување ќе помогнат во утврдување на целите на претстојното вмрежување на граѓанските организации и медиумите, коешто ќе делува како *Коалиција за медиумска писменост* и ќе реализира различни иницијативи базирани врз основните принципи во оваа сфера: пристап, анализа, евалуација на медиумски содржини, но и креирање јасни, видливи и моќни информации од самиот граѓанин преку кои ќе умее да предизвика промена во општеството.

Истражувањето се реализира во рамките на проектот **„Медиумска писменост во ера на наплив од информации: основање коалиција за медиумска и информациска писменост“,** којшто го финансира Европската Унија

II.

ЗАКЛУЧОК

ЗА МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ

Медиумската писменост во светот одамна е препознаена како мошне значајна за развојот на демократијата. Таа е предуслов за партиципација на граѓаните во општествените процеси, за заштита на медиумските конзументи, а посебно на ранливите групи, како што се децата и младите, како и за премостување на дигиталниот јаз. Таа претставува основна вештина како за младите и за возрасните, така и за родителите, наставниците и медиумските професионалци во современото информатичко-комуникациско опкружување.

Од '80-те години на минатиот век, благодарение, пред сè, на активностите на УНЕСКО, медиумската писменост станува неизоставен дел од образованието (од развојот на наставните планови и програми), а последните две децении добива сè поголемо значење и во медиумската политика и медиумската регулатива. Тука посебно значење имаат бројните документи (резолуциите, препораките) на Советот на Европа и на институциите на Европската Унија, во кои медиумската писменост, пред сè, се поврзува со остварување на правото на слобода на изразувањето и со заштитата на медиумските конзументи. Но, во согласност со новите трендови во развојот на медиумската писменост, тежиштето се поместува од заштита на медиумските конзументи кон активен однос на граѓаните и нивното учество во комуникацијата, од една, како и промена на тежиштето од традиционалните медиуми (печатот, радиото, телевизијата) кон новите медиуми и информациски технологии (интернетот), од друга страна.

Денес медиумската писменост е клучна за „активно и целосно граѓанство", со цел спречување и намалување на ризикот од исклучување од животот (општествените и економските текови) во заедницата. И уште повеќе, како што се истакнува во препораките на Европската комисија за медиумската писменост во дигиталното општество (2009), „медиумски писменото општество во исто време е стимул и предуслов за плурализам и независност на медиумите, за изразување на различни мислења и идеи, на различни јазици кои претставуваат различни групи, и во општеството позитивно влијание врз вредностите на разновидност, толеранција, транспарентност, еднаквост и дијалог". Притоа, тргнувајќи од тоа дека медиумската писменост е една од основните компетенции потребна за развој на поединецот, но и на општеството во целина, државите ја имаат обврската континуирано да работат врз нејзиното унапредување со активно вклучување и соработка во овие процеси на различни актери, како што се надлежните државни институции (министерства, агенции, регулаторни тела) во сферата на образованието, културата, медиумите, ИКТ секторот, медиумската индустрија, а секако и граѓанските организации.

МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ ВО МАКЕДОНИЈА

Во Република Македнија медиумската писменост е речиси непозната категорија и досега сосем малку е сторено за нејзина промоција и имплементација. Првите скромни чекори се направени во медиумската сфера со донесување на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (декември 2013), кога „институционално" за првпат се нотира терминот медиумска писменост, но без дефинирање на неговото значење. Сепак, неколку години претходно (2009-2011) со ова прашање ќе се зафати невладиниот сектор (Македонскиот институт за медиуми), со спроведување на истражување, изготвување посебен прирачник за наставници за изучување на медиумската писменост (за основно и средно образование), организирање обуки за наставници и креирање посебна веб страница посветена на размена на искуства, информации и знаења од областа на медиумската писменост. Токму благодарение на овие активности, Република Македонија, гледано во регионален контекст (од земјите на бивша Југославија), ќе добие „статус" на земја која остварила значаен напредок во промоцијата на концептот на медиумската писменост и во однос на присуството на медиумското образование во образовниот систем.

Денес, речиси десет години од тие „скромни" обиди за промоција на медиумската писменост во Република Македонија, таа сè уште е на почетни позиции, наспроти сите препораки и резолуции кои доаѓаат, пред сè, од Европската Унија и од Советот на Европа. На тоа упатуваат емпириските сознанија добиени од истражувачките активности реализирани во повеќе сфери во општеството.

Најнапред, **во законодавството во Македонија**, единствен сегмент во којшто нормативно е регулирана медиумската писменост е медиумската сфера, но без нејзино јасно

дефинирање. Во Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги единствено се назначени ингеренциите на регулаторното тело – Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за промоција на медиумската писменост и должностите на јавниот радиодифузен сервис – Македонската радио-телевизија (МРТ) да создава и да емитува програми кои се однесуваат на поттикнување на медиумската писменост. Тука своја улога има и саморегулативата во медиумската сфера, пред сè Советот за етика во медиумите, како медијатор помеѓу граѓаните и медиумите за заштита на интересите на граѓаните од непрофесионалното новинарство, а со цел подигнување на свеста на јавноста за професионалните и етички стандарди кои медиумите треба да ги почитуваат. Во другите сегменти – образованието, информатичкото општество, медиумската писменост воопшто не се третира, а се истакнува значењето на „дигиталната“ и „информатичката“ писменост, но и тие не се јасно дефинирани.

Во сферата **на образованието**, никаде, во ниту еден документ – закон, стратегија, програма за развој на образованието - не е инкорпорирана медиумската писменост наспроти бројните реформи во наставните програми и предмети и во нивната содржина, како во основното така и во средното образование. Затоа современата образовна практика посебно го издвојува значењето на користењето на информациско-комуникациската технологија во наставниот процес како долгорочен, континуиран стратешки зафат. Во тој контекст се оперира со „компјутерска писменост“ како есенцијален дел од компетенциите и на младите и на возрасните и услов за нивно вклучување во сферата на трудот и во општествено-политичкиот живот или „дигитална писменост“ како нужна за намалување на дигиталниот јаз и создавање на инклузивно информатичко општество за сите граѓани. Тоа конкретно ќе резултира со бројни проекти за дигитализирање на образовниот процес преку компјутеризација, воведување интернет во училиштата во Македонија, нови наставни предмети и планови.

И наставниците само делумно го препознаваат значењето на медиумската писменост и ја интегрираат во рамките на „јазичната писменост на медиумите и медиумските содржини“. Средношколците, пак, најчесто медиумската писменост ја поврзуваат со медиумите и нивната работа и ја дефинираат како „информираност за настаните што се случуваат“, „медиумска култура“, „способност преку информирање од повеќе медиуми да се расудува што е вистината“, „свест за значењето на медиумите“, „способност на медиумот да пренесе точна и веродостојна информација“.

Концептот на образованието речиси ги затвора вратите за медиумската писменост и наместо тоа, оперира со „медиумска култура“, присутна во содржината на неколку предмети (Социологија, Граѓанско образование, Информатика), а пред сè, во предметите по мајчин јазик и литература, но со мал број методски единици (за улогата на масовните медиуми во демократијата, глобализацијата на медумите, развојот и функционирањето на интернетот). Тука се вклучени и изборните проектни активности (како што се литературните клубови, драмските секции, секциите за фотографија и дизајн и сл.) и воншколските активности во функција на задоволување на индивидуалните интереси и желби на учениците во одделни области. Но се чини дека, токму воншколските активности, кон не се вреднуваат и оценуваат, имаат поголемо влијание врз процесот на едукација за медиумската писменост. Тоа е став и на граѓанскиот сектор, пред сè, поради инертноста на формалното образование во прифаќањето и адаптацијата на современите општествени текови. За средношколците тоа е одличен „модел“ којшто бара посветеност и време, но недоволно мотивирачки поради обемот на редовната настава, а за наставниците дополнителен личен ангажман, повеќе саати поминати по часовите и за време на викендите.

Се разбира, со компјутеризацијата на училиштата и користењето на интернетот во наставата, се „задоволува“ законското барање (според Законот за средно образование) за задолжително користење на информатичко-комуникациските технологии во училиштата (компјутери, лцд-проектори, смарт-табли и слично) за реализација на воспитно-образовниот процес. Но, поради несоодветните технички услови во училиштата, како и поради „задоцнетите“ обуки и семинари за наставниците што подразбира примената на ИКТ во наставата, процесот тешко е одржлив и без конкретен бенефит. Но, токму примената на информатичката технологија ја зголемува потребата од интеграција на содржини за медиумската писменост во наставните програми.

Наспроти тоа, **медиумската сфера**, се чини, е единствената во која медимската писменост има конкретни и „препознатливи“ назнаци. Фактот што Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги законски ја има „задачата“ на промотор на медиумската писменост, медиумите, а особено Македонската радио-телевизија, ги става во „улогата“ на конкретни „реализатори“ на програми со кои таа ќе се унапредува.

ААВМУ, чијашто обврска е предвидена со Директивата за аудио и аудиовизуелни услуги на ЕК, доцни со истражувањата за мерење на нивото на медиумската писменост во земјата. Во овој домен ААВМУ единствено ја утврди методологијата според која би се реализирало таквото мерење, но досега не успеа да го реализира. Ова резултира со отсуство на основни официјални податоци за реалната состојба со медиумската писменост во земјата.

Она што е сторено досега е адаптација на неколку спотови за медиуската писменост наменети за децата и за возрасните (родителите) за популаризирање на медиумската писменост, односно за новите медиуми и технологии и ефикасната контрола врз интернетот, коишто Агенцијата им препорача на електронските медиуми бесплатно да ги емитуваат.

Медиумите, пак, немаат свои интерни политики или упатства со кои, освен принципите на професионално информирање, би се предвиделе активности и протоколи за унапредување на медиумската писменост кај нивните вработени, а особено кај граѓаните како компетентни медиумски конзументи. Ниту, пак, имаат доволно едукативни содржини кои ќе ѝ помогнат на публиката да го надмине дигиталниот јаз. Тоа е оставено како задача на јавниот радиодифузен сервис чија програмска структура не излегува од „границите“ на одамна стандардизираните програмски шеми.

Медиумите и новинарите медиумската писменост најчесто ја мешаат со „јазична писменост“ и „новинарски вештини“. Но го препознаваат значењето на интеракцијата со публиката и освен традиционалните форми на комуникација (како што се писмата на читателите, телефонските повици, директните средби), речиси сите имаат канали за онлајн комуникација (најчесто преку социјалните мрежи Фејсбук, Твитер, ЈуТјуб), но без стандардизирани правила и поделба на задачите. Исто така, тие се отворени и за посети на граѓаните за запознавање со работата на медиумите, но ваквите практики се спорадични и најчесто на иницијатива на образовните институции (градинките, училиштата, факултетите). Новинарите се скептични во однос на граѓанските организации и нивните капацитети за успешна комуникација и во поглед на соработката со јавноста и со медиумите, пред сè, поради тоа што недоволно ја познаваат работата на медиумите и не знаат како да го привлечат вниманието на новинарите, а со тоа и вниманието на јавноста. Можеби токму поради тоа тие се застапени „толку колку што се застапени“ во медиумите, иако има простор за подобрување на соработката.

Што се однесува на **граѓанскиот сектор,** во Република Македонија нема невладина организација чија основна дејност би била токму промоција и имплементација на медиумската писменост. Односно, можат да се издвојат два типа на невладини организации. Едните, кои во своите активности непосредно ја интегрираат медиумската писменост и практикуваат дебати, форми на младински активизам, креација и интерпретација на медиумски содржини – како процес на едукација на младите и формирање критички однос кон теми и настани за директно влијание врз демократските процеси во општеството. Другите, кои третираат теми од јавен интерес, медиумската писменост ја интегрираат во рамките на медиумските кампањи, семинарите, обуките, едукативните трибини кои ги организираат за подигнување на свеста на граѓаните за социјалните, еколошките, здравствените проблеми особено на маргинализираните и на ранливите општествени категории. За претставниците на граѓанските организации, особено за оние кои промовираат различни аспекти на медиумската писменост, таа подразбира „вештини и способности на граѓанинот за критичко размислување“, додека за оние кои застапуваат различни општествени прашања и групи, „комуникација со јавноста“, „начин на презентација и промоција на активностите од областа што ја застапуваат“, „запознаеност со медиумите и нивната работа“.

Внимателното следење на активностите на граѓанскиот сектор зборува за нивното настојување, директно или индиректно, на дневен ред да ја постават и да ја одржат темата за медиумската писменост. Некои од нив дури можат да се сметаат и како носители на процесот на медиумско описмену-

АЛКАТА ШТО НЕДОСТАСУВА ЗА АКТИВНО ГРАЃАНСТВО

вање во Република Македонија, иако општествениот амбиент во којшто работат не секогаш им оди во прилог. Така, за соработката меѓу граѓанскиот сектор и училиштата (било од технички, логистички или едукативен аспект) одлучува ресорното министерство, односно за тоа кои организации и какви програми и активности можат да се реализираат. Затворени за соработка се и медиумите, „неподготвени“ да го почитуваат критичкиот однос кон одредени општествени прашања кои ги отвораат овие организации, заборавајќи дека токму тие треба да бидат сервис меѓу невладините организации и граѓаните. Но и самите организации, особено помалите, сметаат дека би им биле добредојдени обуки за комуникациски вештини и нови знаења за нови креативни пристапи за „продавањето“ на своите „приказни“ до медиумите и јавноста.

Ако, пак, се погледне од перспектива на субјектите директно или индиректно вклучени во процесите и активностите поврзани со медиумската писменост, како што се лицата од надлежните државни институции (министерствата, регулаторните тела, агенциите), средношколците и наставниците, граѓанските организации, претставниците на медимите, она што посебно загрижува е што речиси никој не „оперира“ со јасна и прецизна слика за тоа што е медиумска писменост, а да не зборуваме за нејзината улога и значење во едно демократско општество. Притоа, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги веројатно е една од ретките институции која (пред кратко време) има одржано работилници за поимот и концептот на медиумска писменост за советниците и стручните служби, што не може да се каже за другите надлежни институции во државата.

Во целина, слика која не влева оптимизам. Потребно е да се стори многу за воопшто да може да се зборува, најнапред, за промоција на медиумската писменост, а дури потоа и за нејзино унапредување во Република Македонија. Ова е сериозен „проект“ којшто бара вклучување на сите актери, од надлежните министерства, регулаторните тела, медиумите, до граѓанските организации и не трпи понатамошно занемарување или одложување. Денес, во 21. век, медиумската писменост, повеќе од кога било досега, претставува неизоставен дел од секојдневното функционирање на поединецот и на општеството како целина.

III.

ПРЕПОРАКИ

Медиумската писменост е сеопфатен процес којшто не може да се оствари само со една активност, ниту да се регулира со еден закон. Во обидот да се дефинираат модалитетите нужни за промоција и за унапредување на медиумската писменост во Република Македонија, како најдобар пристап може да се смета изготвувањето на сеопфатна СТРАТЕГИЈА за медиумска писменост, како системски пристап со континуирани и координирани активности и јасна поделба на надлежностите. Во таа смисла, конкретно можат да се операционализираат следните предлог-мерки и активности:

ОПШТИ ПРЕПОРАКИ:

- Дефинирање на медиумската писменост како клучна компетенција и на соодветен начин, нејзино интегрирање во стратешките документи во областа на образованието и во медиумската сфера.
- При развојот на стратегијата за вклучување и унапредување на медиумската писменост во образованието и медиумите, тежиштето да се стави врз компонентата на критичко разбирање на медиумските содржини и на начинот на функционирање на медиумите, како и врз значењето на медиумската писменост за активното граѓанство.
- Поттикнување јавни дебати меѓу претставниците на надлежните државни институции, образовниот сектор, невладините организации и медиумската индустрија за значењето и состојбата со медиумската писменост во Република Македонија.
- Промовирање систематски истражувања преку студии и проекти за различни аспекти и димензии на медиумската писменост во дигиталното опкружување. Редовно следење (мерење) на состојбите и на напредокот на нивото на медиумска писменост.
- Поттикнување на надлежните институции за организирање кампањи за подигнување на свеста за техниките што се користат за комерцијални цели, особено за пласманот на производите, онлајн рекламирањето, со цел подобро разбирање на граѓаните на границата помеѓу маркетингот и содржината.
- Поттикнување на зголемување на достапноста на медиумите и информациско-комуникациските технологии на локално, регионално и национално ниво, за што поголем број граѓани да имаат пристап до медиумите и информациско-комуникациските технологии, вклучувајќи ги и постарите лица, лицата со телесна попреченост, лицата во тешка економско-социјална положба.
- Обезбедување на сите граѓани со информации за безбедно користење на медиумите и на информациско-комуникациската технологија, посветувајќи посебно внимание на чувствителните категории, како што се децата и младите.
- Развивање и обезбедување соработка со сите релевантни меѓународни институции и организации активни во сферата на медиумската писменост, вклучувајќи ги УНЕСКО, Советот на Европа и Европската комисија.

ПРЕПОРАКИ ЗА ОБРАЗОВНИОТ СЕКТОР:

- Интегрирање на медиумското образование во сите сегменти на образованието, од предучилишното до високото образование, како и на соодветен начин во образованието на возрасните и во согласност со потребите на учесниците во наставните процеси.
- Организирање конференции и други јавни настани за вклучување и развивање на медиумската писменост во задолжителните образовни програми, како и обезбедување клучни компетенции за доживотно учење.
- Развивање соодветни програмски целини за медиумско образование во задолжителните наставни планови и програми за основното и средното образование. Развивање дидактички материјал за медиумско образование.
- Усовршување на наставниот кадар за медиумско образование и за новите информациско-комуникациски технологии.
- Развивање дијалог меѓу образовните институции, родителите, невладините организации и медиумската индустрија за медиумско образование во рамките на образовниот систем.
- Организирање обуки, информативни денови и дистрибуција на информативни пакети за подигнување на свеста, особено на младите, на родителите и на наставниците за ризиците во врска со обработката на личните податоци преку комуникациските мрежи.

ПРЕПОРАКИ ЗА МЕДИУМСКАТА СФЕРА:

- Инкорпорирање на медиумската писменост во медиумската политика со вклучување во законските и подзаконските акти и стратегии во областа на медиумите, со јасно дефинирање на целите и надлежностите на сите субјекти.
- Јасно дефинирање на улогата на јавните медиуми (јавниот радиодифузен сервис) во поттикнувањето и унапредувањето на медиумската писменост, заштитата на медиумскиот плурализам и квалитетот на медиумските програми.
- Поттикнување на регулаторните и саморегулаторните тела за медиумите да преземаат континуирани активности со цел унапредување на медиумската писменост и да ја запознаат јавноста со начинот на регулација и саморегулација на медиумите.
- Надополнување на саморегулативните професионални новинарски кодекси со принципи за промоција на медиумската писменост. Обука на медиумските професионалци за медиумската писменост и нејзиното значење.
- Поттикнување на медиумите за креирање едукативни ресурси што ќе им помогнат на граѓаните да го надминат дигиталниот јаз и да можат максимално да ги искористат придобивките од употребата на новите медиуми.
- Јакнење на соработката на медиумите со граѓаните и со граѓанските организации која ќе резултира со понуда на програми кои во фокусот ќе го стават граѓанинот и ќе овозможат плурализам на мислења и поддршка на општествените промени.
- Поттикнување на медиумската индустрија во обезбедување потребни алатки за подобрување на нивото на медиумската писменост преку систематско ширење на знаењето преку информативни кампањи за производството, уредувањето и дистрибуцијата на информациите и креативните содржини во дигиталниот свет.

ПРЕПОРАКИ ЗА ГРАЃАНСКИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ:

- Иницирање позитивни промени во општеството, преку активности што ќе ја негуваат партиципативната култура на граѓаните преку употреба на медиумите: јавни настани, дебати, медиумски содржини креирани од и за граѓаните, организирање донации, петиции, социјални медиуми, законодавни иницијативи и сл.
- Инвестирање во едукација за стратегиско комуницирање, изработка на јасни насоки и стандарди за ефикасна комуникација со јавноста, со институциите и медиумите, неопходни за успешна реализација на граѓанските иницијативи.
- Овозможување едукација и креирање ресурси наменети на граѓаните за пристап до информации што ги засегаат, стекнување знаења за критичка перцепција на медиумските содржини, вештини за користење на новите или традиционалните медиуми за себеизразување и за успешна комуникација со јавноста.
- Унапредување на соработката на медиумите со граѓанските организации преку заеднички иницијативи или вмрежувања во функција на поттикнување на активното граѓанство, заштитата на јавниот интерес и доброто владеење.



ВИСОКА ШКОЛА ЗА НОВИНАРСТВО
И ЗА ОДНОСИ СО ЈАВНОСТА

www.medium.edu.mk

www.vs.edu.mk