



The European Union IPATAIB 2009 Programme

Enhancing the administrative capacities of telecom and media authorities for efficient regulation of new digital and multiple play services

МЕДИУМИТЕ И ПРОМОВИРАЊЕТО НА МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ

*Снежана Трпевска,
професор на Високата школа за новинарство
и за односи со јавноста
23 април 2015, ЕУ Инфоцентар*



ДЕФИНИЦИИ НА МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ

- Способност на поединецот самостојно и **критички да го интерпретира** текот, содржината, вредностите и последиците од медиумските содржини во сите нивни форми (EAVI студија, 2010)
- Способност на поединецот не само да (1) пристапува и да (2) ги разбира медиумите со критички приод кон нивната содржина; туку и да (3) **создава содржини во различни контексти** (Европска комисија)



ЕКСПЕРТСКА ГРУПА ЗА МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ НА ЕК

- Медиумската писменост е „...можност да се **пристапи** и способност **анализира** и **евалуира** моќта на сликите, звуците и пораките ...како и компетентно да се **комуницира** со медиумите ...“
- Се однесува на сите медиуми: телевизијата, филмот, печатените медиуми, интернет и новите дигитални комуникациски технологии.

Five Core Concepts

1. All media messages are constructed.
2. Media messages are constructed using a creative language with its own rules.
3. Different people experience the same message differently.
4. Media have embedded values and points of view.
5. Most media messages are organized to gain profit and/or power.

ЕКСПЕРТСКА ГРУПА ЗА МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ НА ЕК (2)

Медиумска писменост има за цел:

- Да им помогне на граѓаните да препознаваат на кој начин медиумите **ги филтрираат** нивните прецепции и уверувања, **ја обликуваат** популарната култура и **влијаат** врз личниот избор.
- Да ги оспособи за **критичко мислење** и креативно решавање на проблеми, да станат претпазливи корисници и **креатори на информации**.

Образованието за медиуми треба да е дел на основното право на секој граѓанин... **на слобода на изразување и на информирање...** и тоа е клучно за градење и одржување на демократијата.”

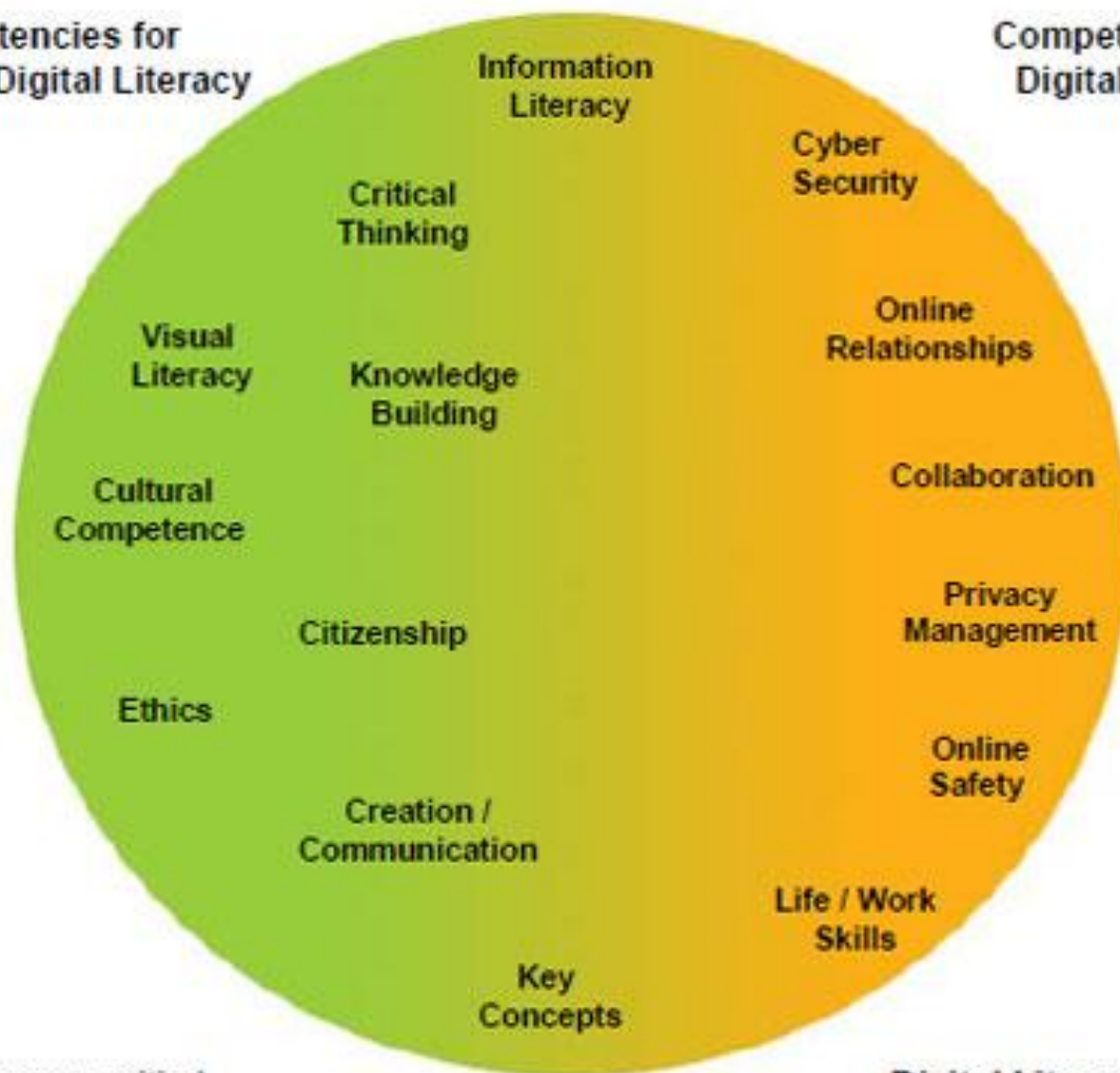
ЕВРОПСКА ПОВЕЛБА ЗА МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ

- Ефикасно користење на медиумските технологии во пристапот, складирањето, пребарувањето и споделувањето содржини со цел да се задоволат потребите и интересите на поединецот и на заедницата;
- Можност за **пристап и избор** меѓу различни медиумски форми и содржини од различни културни и институционални извори;
- **Разбирање** за тоа како и зошто се создаваат медиумските содржини;
- **Критичка анализа** на техниките, јазикот и правилата што ги користат медиумите и на пораките што ги пренесуваат;
- Креативно користење на медиумите за **изразување и пренесување** на идеи, информации и мислења;
- **Идентификување, избегнување или критикување** на медиумските содржини кои се непожелни, навредливи и штетни;
- Ефикасно користење на медиумите во **остварувањето на демократските права и граѓански обврски.**



Competencies for
Media and Digital Literacy

Competencies for
Digital Literacy



Media Literacy: critical engagement with mass media

Digital Literacy: personal, technological, and intellectual skills for living in digital society

МЕДИУМИТЕ И ЈАВНИОТ ИНТЕРЕС

Што е јавен интерес во медиумската сфера?

Потенцијалот на медиумите да придонесуваат кон подобро владеење и отчетност, информирано и ангажирано граѓанство, општествен развој и негување на културниот идентитет.

Медиумите се надвор од влијанието на власта, политичките партии и економските центри на моќ, а **им служат на интересите на граѓаните, односно на јавноста.**

Јавниот интерес е дел на европскиот медиумски модел и е вграден во нашите закони!

Владата, парламентот и администрацијата ... го прифатиле и го изразиле во Уставот и законите ... за да се обезбедат мирот, редот, стабилноста, безбедноста, сопственоста, човековите права, чистата околина..., заради вкупна благосостојба на општеството.

МЕДИУМИТЕ И ЈАВНИОТ ИНТЕРЕС (2)

Остварувањето на јавниот интерес не е едноставна задача!

Медиумскиот простор беше постојано 'окупиран' од различни видови интереси кои само 'се затскривале' зад маската на јавниот интерес...

Како може реално да се оствари...

во контекст на многуте спротивставени интереси во општеството, при формулирањето и спроведувањето на законите ...**во преден план да се става интересот на сите граѓани и на јавноста како целина**



МЕДИУМИТЕ И ДОБРОТО ВЛАДЕЕЊЕ



- Владеењето е поширок концепт од власта: тоа е активност во која се вклучени власта, приватниот и невладиниот сектор и граѓаните
- Концептот на доброто владеење става нагласок на артикулирање на интересите на луѓето
- Процесите на доброто владеење се партиципативни, транспарентни, отчетни и ефикасни
- Доброто владеење е предуслов за севкупен општествен развој

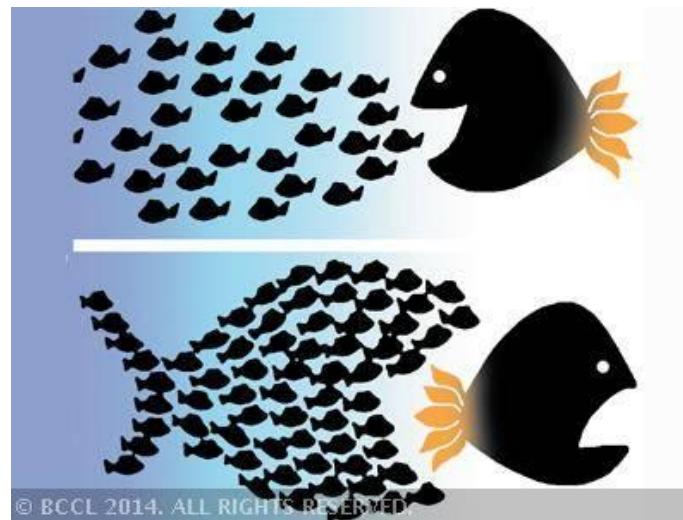


МЕДИУМИТЕ И ГРАЃАНСКАТА ПАРТИЦИПАЦИЈА

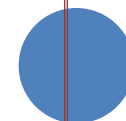
... во ера во која медиумите се примарна арена за политичка и културна комуникација, тогаш ...пристапот до медиумите како во поглед на примањето на содржините така и во поглед на учеството во нивното создавање ... станува предуслов за ефективно учество во доброто владеење



КЛУЧНИ ФУНКЦИИ НА МЕДИУМИТЕ



- *чувар (watchdog) на моќните*, промовирајќи ја отчетноста, транспарентноста и јавното набљудување;
- *граѓански форум* за политичка дебата, овозможувајќи им на граѓаните за време на избори да донесуваат одлуки засновани врз релевантни информации; и
- *поставувач на најактуелните прашања (agenda-setter)* за креаторите на политиката, јакнејќи го одзивот и одговорноста на власта кон горливите општествени проблеми.



КАКО ГИ ОСТВАРУВААТ КЛУЧНИТЕ ФУНКЦИИ?



1. Истражување, откривање и спречување на корупцијата и незаконитоста во работењето
2. Зголемување на отчетноста и транспарентноста на владата и другите јавни институции
3. Наметнување на важни прашања во 'јавната агенда' и во агендата на власта
4. Организирање дебати за сите клучни прашања и актери – 'граѓански форум' или 'јавна сфера'
5. Јакнење на вкупниот капацитет на општеството (вклучувајќи ги сите групи, особено маргинализираните) за учество во политичката дебата

КАКО МЕДИУМИТЕ МОЖАТ ДА ЈА ПРОМОВИРААТ МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ?

UNESCO Guidelines for Broadcasters on Promoting User Generated Content and Media and Information Literacy



ПОТТИКНУВАЊЕ НА ГРАЃАНИТЕ ДА СОЗДАВААТ СОДРЖИНИ

- Користењето стории од граѓани ја јакне врската меѓу медиумите и граѓаните.
- Давајќи им гласност на различните групи, медиумите ја претставуваат целата публика, а не само делови од неа.
- Снимки од нови настани, стории, фотографии - медиумите ќе добијат материјал за нови приказни;
- Материјал за тековни настани - медиумите ќе можат да претстават различни гледишта и идеи;
- Различни форми на кориснички содржини: куси вести, фотографии и видеа, граѓани-дописници, граѓани-истражувачи;
- Сепак, потребни се Насоки за етичките, законските и професионалните аспекти на користењето содржини создадени од корисниците (приватност, авторски права, вкус и пристојност, заштита на малолетници и р.).

I-REPORT

- CNN iReport

<http://ireport.cnn.com/>

- BBC News – Have Your Say

http://www.bbc.com/news/have_your_say

- The Local – New York Times

<http://www.nytimes.com/marketing/thelocal/>



СОРАБОТКА СО ОРГАНИЗАЦИИ ОД ОБЛАСТА НА ФОРМАЛНОТО И НЕФОРМАЛНОТО ОБРАЗОВАНИЕ

- Соработка со школи за новинарство и медиуми кои ги обучуваат младите за продукција на вести;
- Соработка со факултети во организирање курсеви за млади луѓе кои директно асистираат при различни видови ТВ продукција;
- Соработка со основни и средни училишта на програми во кои младите учат да продуцираат вести;
- Фокусот не треба да биде само на техничките способности за медиумска промоција, туку и на вештините на критичко размислување и пишување;
- Создавање онлајн линкови меѓу медиумите и школските содржини, публикување на дел од школските содржини;
- Потребни се Насоки за различните етички и законски аспекти во работата со младите (заштита на малолетници, приватност, авторско паво и др.).



МЕДИУМ – ОНЛАЈН ВЕСНИК ЗА СРЕДНОШКОЛЦИ



- Започна како соработка меѓу Високата школа за новинарство и дневниот весник „Нова Македонија,,
- Веб платформата на „Медиум,, содржи: туторијали, ресурси за изработка на онлајн весници, дел за медиумската писменост, средношколски онлајн весник

http://www.medium.edu.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=330&Itemid=157



ПАРТНЕРСТВА СО ЛОКАЛНИ ЗАЕДНИЦИ

- Искористување на способноста и вештините на граѓаните на локално ниво за создавање содржини наменети и потребни на локалното население;
- Лоцирање поединци во заедницата и нивно опремување со камери
- Работилници за медиумска продукција за поголеми групи граѓани
- Поттикнување на граѓаните да создаваат дигитални приказни за прашања што им се важни
- Проекти за интерактивно онлајн новинарство (интерактивни Веб страници каде граѓаните се покануваат да информираат за некоја тема или да предлагаат нови необработени теми)



B'TSELEM'S CAMERA PROJECT



- In 2007, Palestinians living in areas in the West Bank, East Jerusalem and the Gaza Strip were equipped with video cameras and provided with training.
- B'Tselem and the Guardian gave six Palestinians and Israelis cameras to create video diaries of their lives in occupied East Jerusalem.
- Video footage collected by volunteers provides ongoing documentation of human rights violations and the cameras expose the Israeli and the international publics to the reality of life under occupation.
- Footage taken by the volunteers is frequently broadcast by Israeli and international media, exposing incidents that previously remained concealed
- http://www.btselem.org/video/cdp_background



ПРЕПОРАКИ ЗА РАДИОДИФУЗЕРИТЕ:

1) ДА СЕ СВРТАТ КОН ГРАЃАНИТЕ И КОН ЈАВНИОТ ИНТЕРЕС

- Програмскиот совет на МРТ треба да ја анализира вкупната програма од аспект на основните функции на ЈРС и пристапот на граѓаните до неговите програми;
- Приватните медиуми треба критички да ја разгледаат својата програма од аспект на пристапот на различните групи граѓани и да развијат внатрешни принципи и правила за заштита на јавниот интерес;
- Јавниот сервис и приватните медиуми треба да развијат форми на комуникација со граѓаните (посебни емисии, Веб страница, омбудцман за писма и поплаки од граѓани и др.);



2) ДА СЕ ВРАТАТ КОН ОСНОВНИТЕ ЕТИЧКИ И ПРОФЕСИОНАЛНИ ПРИНЦИПИ

- МРТ треба да усвои соопствени Етички насоки, по примерот на БиБиСи (Програмски совет, Уредници, Директори);
- Приватните медиуми треба критички да го преиспитаат сопствениот начин на известување врз основа на Кодексот на новинарите (Главни уредници, редакции, сопственици);
- Сите медиуми треба дадат поддршка на работењето на Советот за етика во медиумите, кој е формиран да ги штити интересите на граѓаните





БЛАГОДАРАМ!

Снежана Трпевска