



safejournalists.net

МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ И ГРАДЕЊЕ КРИТИЧКА МИСЛА ЗА РЕПОРТЕРИ БЕЗ ГРАНИЦИ

ЕДУКАТИВНА БРОШУРА

СОДРЖИНА:

Што е медиумска писменост?

Зошто е важна медиумската писменост?

Видови медиуми

Како да ги разбереме медиумите

Новинарски стандарди и уредувачки политики

Заклучоци

Проектот „Граѓанско сојузништво за репортери без граници“ е поддржан во рамките на Програмата за поддршка safejournalists.net, финансиран од страна на Европската унија. Оваа публикација е овозможена со поддршка на Европската Унија и содржината е единствена одговорност на Центарот за истражување и анализи НОВУС и на никој начин не може да се смета дека ги претставува ставовите на Европската Унија.



Funded by
the European Union

ШТО Е МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ?

Медиумска писменост е: „капацитет за критичко толкување на текот, значењето, вредноста и последиците од медиумската содржина во своите многу форми, за да им се овозможи на граѓаните да ги користат медиумите и ефективно да комуницираат преку истите.”

Медиумската писменост важи за сите медиуми - за телевизијата, радиото, интернетот, мобилните телефони и таблети, весниците и киното. Со оглед на тоа што живееме во исклучителна ера на медиуми, основната писменост и нумеричките вештини веќе не се доволни, поради што е клучно да се стекнат нови и посложени

вештини и експертиза за да може активно да се учествува во општествениот живот. Бидејќи медиумите се толку сеприсутни во современото општество, веќе не е предност само да се биде медиумски писмен, туку е голем недостаток да не се биде медиумски писмен. Граѓаните мора да бидат опремени со вештини да ги користат и да имаат придобивки од медиумите, а за ова да се реализира, на европејците им е потребно да се стекнат со нови компетенции надвор од оние од традиционалната писменост.



Медиумската писменост е писменост на денешницата. Широко поставено, нејзините цели се насочени кон промовирање на критичкото размислување, капацитетот за решавање проблеми, аналитичките вештини и граѓанската свесност. Дополнително промовирањето на слободата на говорот, на правото на информирање, демократската одржливост и граѓанското учество придонесуваат кон зголемено активно граѓанство, меѓукултурен дијалог и критичка свесност на медиумските корисници. Поради тоа, граѓаните кои се медиумски писмени се оние кои се свесни за содржината што ја користат, како ја нашле, кој ја направил и кој ја обезбедува. Покрај тоа, тие ја користат мудро, етички и ефективно. Писмените граѓани би биле способни целосно да учествуваат во јавниот живот, да имаат интеракција со останатите рамноправни членови, да имаат придобивки од услугите и да ги користат медиумите како ресурс на безбеден начин.

ЗОШТО Е ВАЖНА МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ?

Граѓанското учество и демократијата значително се потпираат на медиумската писменост и граѓаните. Ова значи дека со активностите за промовирање на медиумската писменост се промовира и ангажирањето на граѓаните во ефективното учество во демократскиот живот. Медиумската писменост е блиску поврзана со голем број добро познати прашања.. Тие ги вклучуваат заштитата на малолетниците, медиумскиот плурализам, пристапот до медиумите од страна на лицата со сетилна попреченост. Особено е важно за Р.Северна Македонија да инвестира во МП поради тоа што нејзиниот развој може да придонесе за побогат медиумски пејзаж, за можност за подобрување на разбирањето на гледачите и слушателите за тоа како и зошто работат медиумите, и погенерално за развојот на простор за граѓанско учество. Радиодифузерите и медиумските професионалци, исто така, ќе имаат придобивки од понудата на можности за збогатување на нивните вештини и професионализам. Покрај тоа, стекнувањето нови дигитални вештини ќе ја подобри можноста за вработување на луѓето и ќе има влијание врз иновативноста, културната разновидност и демократијата.

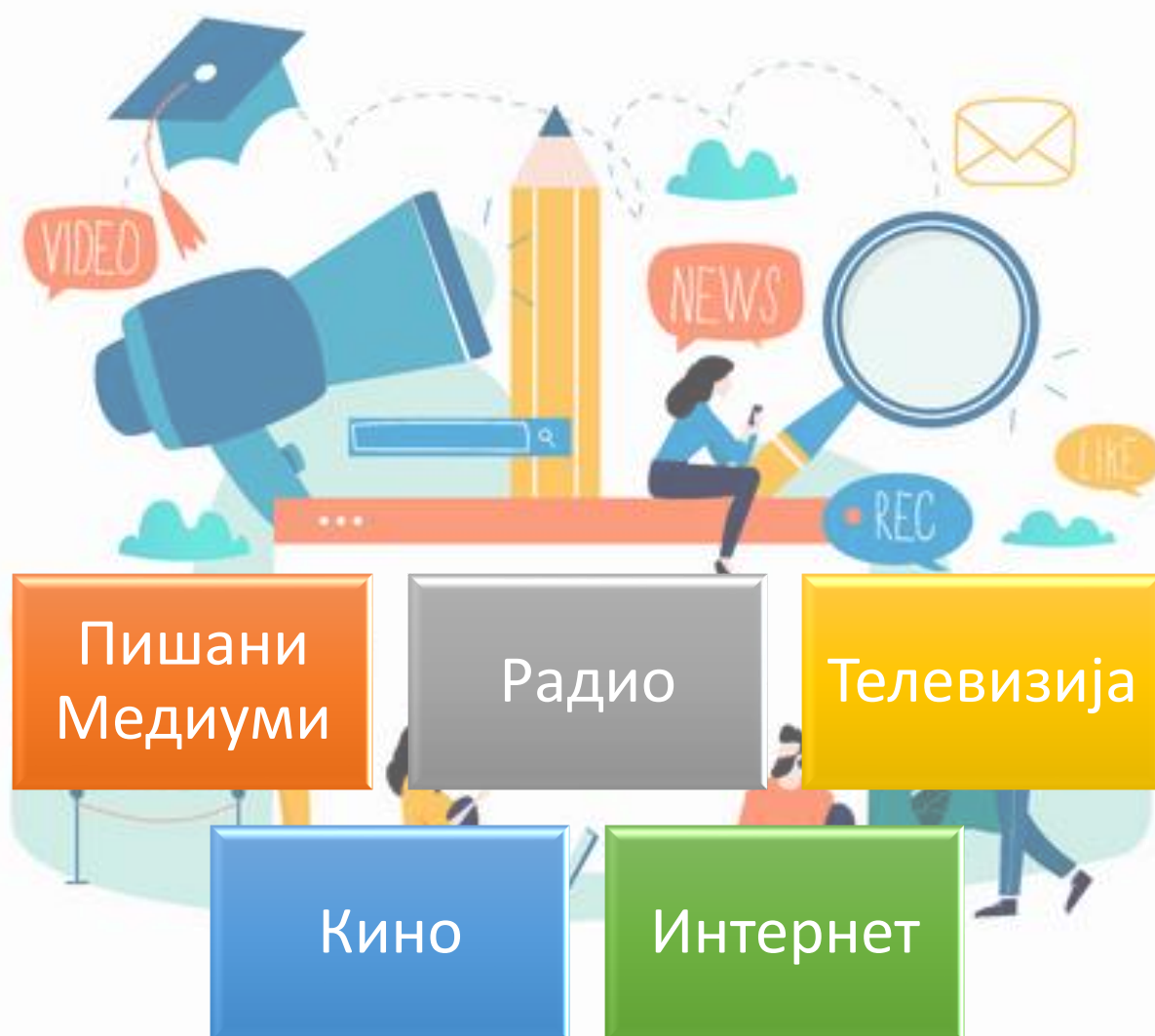
Медиумската писменост е способност на критичко размислување, препознавање и вреднување на сите видови медиумски содржини – умешност на „читање“ на медиумските пораки и нивното значење.

Во напливот на секакви видови медиуми, традиционални и социјални, и во напливот на секакви видови содржини – вистинити и неvistинити, извртени, манипулативни, тенденциозни, пристрасни – секогаш пораките не се јасни и разбирливи. Затоа е важно да ја препознаваме улогата и значењето на медиумската писменост.

Доброупатените велат дека медиумската писменост треба да е застапена во сите нивоа на формалното образование, да ѝ се посвети особено внимание и да се понудат системски решенија со цел создавање на доброинформирани и медиумски писмени граѓани. Таа е важна бидејќи придонесува кон развивање и примена на вештини за критичко размислување, осознавање како медиумските пораки влијаат врз општеството и ја вообличуваат нашата култура, препознавање на дезинформации и зачувување на правата на граѓаните.



ВИДОВИ МЕДИУМИ





ПИСАНИ МЕДИУМИ

Во оваа категорија се наоѓаат весници и списанија, иако се вклучени и други предмети, како што се брошури или информативни книшки. Весникот е особено еден од најрелевантните и најстарите медиуми за масовна комуникација.

Весник

Весникот настанува по пронаоѓањето на печатарската машина во текот на 15 век, и оттогаш тоа е еден од главните извори на дифузија на пораки што постои во историјата. Неговата главна цел е да информира, а огромното мнозинство од неговата содржина е актуелна вест. Покрај другите употреби, весникот овозможува да објавуваме соопштенија, понуди за работа, продажба и многу повеќе. Денес, возрасната популација е онаа што најмногу го користи весникот бидејќи помладите генерации имаат предност на дигиталните медиуми. Многу од печатените медиуми имаат верзија на мрежата заради технолошкиот напредок.

Списанија

Тие се медиум кој може да стане поспецијализиран во однос на јавниот избор, бидејќи, за разлика од весникот, кој може да обработува информации од различни области, списанијата обично се фокусираат на одредени теми. Ова е причината зошто тие исто така зависат од престижот што го постигнуваат во нивната област и од лојалноста на читателите. Меѓу другото, тие имаат тенденција да имаат подолго време на емитување и можат да се објавуваат неделно, двонеделно и месечно. Покрај тоа што имаат многу подолг живот од оној на весникот, тие имаат карактеристика да се прават со повисок квалитет на материјал и слика. Видот на информации во списанијата е разновиден, бидејќи содржината може да биде едукативна, мислење или забава. Тие исто така имаат високо ниво на публицитет, што е од витално значење за нивно одржување и репродукција. Како и со печатот, многу списанија денес имаат дигитални верзии.



РАДИО

По весникот, радиото е еден од најстарите масовни медиуми во светот. Неговиот пронајдок датира од крајот на деветнаесеттиот век, откако радио брановите беа откриени во 1886 година од Хајнрих Херц. До дваесеттиот век, тој ќе започне да се користи комерцијално и ќе стане еден од најдалекусежните медиуми до сега. Радиото има можност да допре до широк спектар на публика. Неговата употреба не бара дополнителни трошоци, што го прави достапен за сите видови на јавност. Има предност да емитува во живо и директно и да известува за секој настан како што се случува. Содржината што се пренесува преку радио е програмирана и може да

варира, станувајќи информативна, културна и забавна. Вести, музика, извештаи, радио сапуни или интервјуа се некои од програмските сегменти што можат да се емитуваат. Тој користи голем дел од имагинарниот ресурс на слушателите, бидејќи може да испраќа само пораки во форма на аудио.



ТЕЛЕВИЗИЈА

Еден од најголемите пронајдоци на 20 век беше телевизијата. Како и радиото, има разновидна публика која не прави разлика помеѓу возраста, полот или социјалната класа. Неговата широка дистрибуција му овозможи лесно достапна, како и начинот на пренесување пораки преку слики и звук го прави прилично ефикасен медиум. Работи преку кабелски системи или бранови на отворен сигнал. Иако обично е медиум до кој може да се пристапи бесплатно, во моментот има разновидни претплатнички телевизиски услуги. Тие имаат повеќе специјализирани канали и програми за различни сегменти на публика. Така можете да најдете детско програмирање, филмови, музика, вести, спорт, забава, здравје, едукација и многу повеќе. Низ целиот свет, широките можности за емитување содржина преку телевизија поттикнаа создавање закони за регулирање на содржината. На овој начин, програмите обично имаат класификации со кои се утврдува за каков вид на јавност е соодветна содржината што се пренесува.



КИНО

Еден од медиумите што претрпел најмногу промени во текот на целиот свој развој, но секогаш имајќи ја сликата како нејзин главен елемент. По својот изум кон крајот на 19 век и големата дифузија во текот на 20 век, киното стана еден од најважните медиуми за ширење на содржината денес. Опсегот на кино е широк светот и се карактеризира со тоа што е достапен за целата публика, и покрај тоа што бара цена. Со текот на времето, киното беше класифицирано во жанрови, а тоа, пак, го прави да зависи од преференциите на својата публика. Има помалку директен дострел од радиото и телевизијата и ги содржи забавата и културата како главна функција. Во рамките на него, рекламирањето исто така игра важна улога.



ИНТЕРНЕТ

Се сметаше за телекомуникациски систем за воена употреба, сепак, денес тој е главното средство за поврзување на луѓето ширум светот. Поради својот обем, практично е достапен за сите типови на луѓе. За разлика од радиото или телевизијата, Интернетот бара одредени спецификации и техничка опрема за да може да ги користи. Една од најголемите предности е што групира различни начини на изразување, пишани, аудитивни и визуелни. Интернетот нема категории и се прилагодува на посебните интереси на корисникот. Од друга страна, тоа е медиум кој овозможува повратна информација и директна интеракција со луѓето. Не е еднонаочен канал, но се храни и од испраќачи и од приемници, кои постојано разменуваат улоги во светот на мрежата.

Медиумските содржини се оние што се создадени со цел дистрибуција на информации до голем број луѓе истовремено. Тие работат на таков начин што секоја порака што ќе биде испратена достигнува до толку голем број примачи што се смета за масивна. Кога се зборува за масовните медиуми, се повикуваат на различни технологии кои се обидуваат да имаат важен опсег во однос на преносот на информации. Тие веќе долго време се најчесто користени и за испраќање пораки и за пребарување информации.

Меѓу првите и најпознати се радиото и телевизијата, развиени во текот на 20 век, и постарите, како што се весниците. Денес, се додаваат и новите технологии на дигиталното време во врска со пристапот до Интернет. Со текот на времето, овие масовни медиуми добија голема важност на различни нивоа како што се политиката, културата и економијата, поради можноста за пренесување пораки до големо население. На овој начин, тие успеаја да влијаат врз културата, пазарот и многу повеќе, бидејќи се користат за промовирање, информирање и ширење на модата, ставовите или уметничките производи што можат да генерираат промени во преференциите и потребите на луѓето. На пример, телевизијата е одличен медиум за комуникација за промовирање производи преку реклами. Така голем број луѓе можат да познаваат производ на пазарот, да се чувствуваат привлечени и подоцна да бидат охрабрени да го купат. Масовните медиуми имаат можност да ги намалат растојанијата при емитување на информации. Потребата за комуникација овозможи развој на повеќе канали за ширење на пораки низ историјата

КАКО ДА ГИ РАЗБЕРЕМЕ МЕДИУМИТЕ

Способноста за пристап, разбирање, анализа и критичка оцена на различните медиуми и медиумски содржини, како и создавање комуникациски содржини во различни контексти се основа на медиумската писменост. Таа е неопходна за непречено функционирање во сите сфери од општеството, особено во дигиталниот свет и „новата реалност“ на социјалните медиуми.

Медиумите се неизоставен дел од животот на современиот човек и како такви несомнено влијаат врз оформувањето мислења, ставови и однесувања на публиката. Според тоа, треба да се прифати фактот дека денес, при социјализацијата, воспитувањето и образованието на младите луѓе, учествуваат и други фактори, како што се медиумите, а не само родителите и училиштето. Токму затоа целта на медиумската писменост е да се зголеми разбирањето за улогата и функцијата на медиумите во општеството, но и да се развијат основните вештини за истражување и изразување на граѓаните во едно демократско општество.



Медиумите не само што ја проследуваат информацијата за настаните, туку новинарите може да се осврнат на неа со коментар или со интерпретација, нудејќи на публиката повеќе различни опции како да се разбере таа порака. На овој начин, медиумите помагаат на публиката да се насочи или ориентира во општеството. - Функција на општествена акција: Медиумите влијаат при насочување на општествената акција, при што може да им доделат статус на различни личности, организации или социјални движења. Медиумите поставуваат приоритети, тие можат да го свртат вниманието на јавноста, но можат и да влијаат и на угледот, авторитетот и влијанието во јавноста. Од друга страна, пак, медиумите поставуваат општествени правила и норми, кои се во согласност со јавниот морал и го осудуваат она што е во спротивност со тие правила и норми.

Медиумите функционираат во сложен општествен контекст и врз нивната работа влијаат многу фактори. Тие фактори можат да бидат општи, како што: се идеологијата, системот на културни вредности и навики, традицијата, моралните и етичките принципи присутни во самото општество, а можат да бидат и индивидуални, како што се: личните убедувања и сфаќања, степен на образование, искуство, етничка, верска и национална припадност, политичка приврзаност итн. Во оваа мрежа на фактори можат да се издвојат три фактора кои се наметнуваат со своето значење и влијание. Тоа се: (а) политичките, (б) економските, (в) регулаторните фактори.

Медиумите имаат големо значење во секојдневниот живот. Обичниот човек поминува значаен дел од своето време во користење на некои од достапните медиуми: телевизорот, радиото, Интернетот, филмовите, видеоигрите, печатените весници, списанија, како и ред други медиуми. Медиумите се користат за разновидни цели кои главно се групираат во три подгрупи: (а) информирање, (б) образование и (в) забава.

Оваа традиционална поделба во однос на користењето на медиумите денес сè повеќе се проширува преку употребата на т.н. „нови медиуми“, односно комуницирањето преку Интернетот, компјутерите и мобилните уреди. Тие, од своја страна, можат да се употребуваат не само за информирање, образување и забава, туку и за создавање контакти, пријатели, соработници, преземање одредени активности, објавување и споделување различни содржини итн.

НОВИНАРСКИ СТАНДАРДИ И УРЕДУВАЧКИ ПОЛИТИКИ

Медиумите и новинарите мора да бидат на страна на јавноста!

Недостатокот на целосна имплементација на правната рамка поврзана со слободата на медиумите, трансформацијата на МРТВ во професионален и одржлив јавен радиодифузен сервис, зачувување на независноста на регулаторното тело, политичкиот и економскиот притисок врз медиумите и новинарите, како и недостатокот на солидарност меѓу новинарите и нивните политички поделби се главните предизвици за слободата на медиумите.

Излегувањето од сегашната сериозна криза бара сите, вклучувајќи ги политичарите, граѓаните, но и самите новинари и сопствениците на медиумите да разберат дека медиумите мора да и служат на јавноста и на општеството во целина, а не да дејствуваат во интерес на одредена партија, јавна личност или бизнис интереси", истакна Мијатовиќ. "Во исто време, мора да биде јасно дека не е работа на политичарите или на владата да им кажува на новинарите како да ја вршат својата работа.



Новинарите пишуваат реални приказни. Тие приказни ги создаваат реални луѓе, институции. Сите тие се извори на информациите што новинарот, по одредена обработка, им ги пренесува на читателите, гледачите или слушателите. Новинарот ги користи изворите за информирање за да докаже дека информацијата е сигурна и веродостојна. Тоа го зголемува кредибилитетот и авторитетот на новинарот и на медиумот кај публиката.

Во исто време, тоа е клучниот фактор на едно аргументирано новинарство. Колку и да се стилски интересно напишани и структурирани информациите во еден новинарски текст, ако публиката зад нив не го види реалниот извор, нема да ги прифати. И не само тоа. Денешниот медиумски потрошувач сака да слушне/прочита повеќе мислења, односно повеќе извори. Изворите можат да бидат примарни и секундарни. Примарни извори се оние извори на информирање што ја имаат информацијата од прва рака. Тие можат да бидат учесници во настани, жртви на настани, сведоци.

Едно од неколкуте златни правила во новинарството е дека сите информации треба да се потврдени од два меѓусебно независни извора. Користењето извори посочува на тоа дека новинарот не соопштува лично мислење, дека се нуди повеќе од само површно знаење за некоја тема или настан и дека зад информациите изнесени во новинарскиот текст стојат експерти, односно релевантни познавачи на темата. Во новинарството е дозволено и користење анонимни извори, иако постојано се водат полемики дали е доволно веродостојно за публиката. Добриот новинар треба да го убеди изворот јасно да го изрази неговиот став. Но, новинарската практика прифаќа дека постојат ситуации кога изворот треба да биде заштитен (на пример, жртва на семејно насилство, очевидец на убиство, сведок на деликатен судски случај). Врз основа на тоа, во нашата земја, анонимноста на изворите е заштитена со законски прописи. Тоа претпоставува дека кога станува збор за анонимни извори, во новинарскиот текст треба точно да се степенува релевантноста на изворот.

Слободата на медиумите е неприкосновено право.

Основна задача на новинарите е да ја почитуваат вистината и правото на јавноста да биде информирана во согласност со членот 16 од Уставот на Република Северна Македонија. Новинарите имаат улога да пренесуваат информации, идеи и мислења и имаат право да коментираат. Почитувајќи ги етичките вредности и професионалните стандарди во пренесувањето на информациите, новинарите ќе бидат чесни, објективни и точни. Право и должност на новинарите е да настојуваат да ја спречат цензурата и да го спречат искривувањето на вестите. Следејќи ја својата улога во градењето на демократијата и на цивилното општество, новинарите ќе ги бранат човековите права, достоинството и слободата, ќе го почитуваат плурализмот на идеите и ставовите, ќе придонесуваат во јакнењето на правната држава и во контролата на власта и на другите субјекти од јавниот живот.

ЗАКЛУЧОЦИ

- Медиумска писменост подразбира критичко проценување, употреба и толкување на медиумите и разни медиумски текстови.
- Сите медиумски пораки се конструирани и селективни и не се реалност сами по себе. Медиумските пораки се конструирани преку употреба на симболи (креативен медиумски јазик и текстови) кои имаат определени правила на употреба. Различна публика различно толкува иста медиумска порака бидејќи медиумскиот текст нема само едно значење.
- Најголем дел од медиумските пораки се создадени за стекнување профит и/или моќ и поради тоа кон објективноста на медиумските содржини секогаш треба да се има резерва. Затоа, треба да сме медиумски писмени за да не бидеме манипулирани.
- Сликата е предност на телевизијата, брзината го карактеризира радиото, а печатот е аналитичен медиум, при што читателот може неколкупати да се наврати на една иста содржина, да ја „прецвака“ и анализира.
- Интернет-медиумите може да „носат“ и видео и слика и текст и звук, а корисниците може да реагираат на содржините, да коментираат или критички да се осврнат на нив, па дури и да создаваат свои содржини кои може да ги прикачуваат на Интернет. Поради тоа се вели дека Интернетот е најдемократски медиум.
- Функцијата на медиумите е да поттикнуваат плурализам на мислења, јавна дебата, и граѓанска партиципација во општеството, да ги промовираат демократските вредности, да се залагаат за слобода на изразувањето и слободата на говорот, што и во Македонија е уставно гарантирано право на секој граѓанин.
- Медиумите се општествени фактори кои се упатени кон создавање профит и функционираат во економско-политички услови на својата средина.
- Содржините што се емитуваат или печатат водат сметка за политичкоекономскиот контекст на својата средина и во таа смисла прават (а) агенда сетинг и (б) соодветно ги филтрираат настаните што се покриваат.
- Медиумските пораки и содржини се конструирани и оформени во склад со овие надворешни фактори и тие создаваат соодветна „медиумска реалност“, која не е нужно поврзана со објективната реалност.
- Основа на етиката е бранењето на доброто и барањето да се прави добро, како и отфрлањето на злото. Суштината на моралот е како да се препознава што е добро,

да се сака доброто и да се постапува добро, а да се открива, критикува и отфрла злото.

- Медиумите имаат сè поголемо значење во нашите животи. Медиумската писменост, како способност на поединецот правилно да ги прифаќа и критички да ги третира овие пораки, е нужна категорија за која општеството мора да води сметка.
- Медиумите се сложени организации кои имаат повеќе функции, од кои информативната е една од најважните. Во својата информативна улога тие вршат посредништво помеѓу политичките субјекти и јавноста.
- Во вршењето на информативната и аналитичко-критичката функција, медиумите наидуваат на отпор од политичките фактори и влегуваат во континуирана борба за превласт во однос на оформувањето на јавното мислење.

Проектот „Граѓанско сојузништво за репортери без граници“ е поддржан во рамките на Програмата за поддршка safejournalists.net, финансиран од страна на Европската Унија.



Funded by
the European Union