

ОБРАЗОВАНИЕТО И МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ



Медиумската писменост е една од најважните животни компетенции, затоа традиционалната писменост (јазична и математичка) се дополнува со медиумската писменост. Таа веќе е вклучена во образованието (формалното и неформалното) со користењето на придобивките од дигиталната технологија и новите медиуми.

Образовните програми за медиумска писменост треба да им овозможат на младите:

- да го разберат начинот на работа на медиумите;
- да развијат критички пристап до медиумските содржини;
- да стекнат вештини за дигиталната писменост и оспособување за нејзино користење;
- да креираат позитивни содржини на интернет и на други медиуми.

Проектот „Младинска медиумска писменост“ го спроведува Центарот за ромска заедница Дром - Куманово и ТВ Плус - Куманово во рамките на проектот финансиран од Европската унија „Со критичко мислење до граѓани со медиумска умешност – КриТинк“, спроведуван од Фондацијата Метаморфозис и Евротинк – Центар за европски стратегии.

Содржината на ова публикација е единствена одговорност само на ЦРЗ Дром и ТВ Плус и на ниеден начин не може да се смета дека ги изразува ставовите на Европската Унија.



Проектот е
финансиран од
Европската
Унија



МЕТАМОРФОЗИС
Фондација за инклузивно и одржливо



ШТО Е МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ ?



Во време кога постојано сме опкружени со различни медиуми, неопходно е да умееме да се справиме со неконтролираниот наплив на информации. На луѓето им се потребни нови вештини и знаења за да можат да учествуваат во општествениот живот користејќи ги медиумите и новите информатички технологии.

Овие вештини им се потребни за да учат, да истражуваат, да се информираат или пак да се забавуваат. Но, исто така, во ова море од информации и медиуми, граѓаните треба да се свесни и за бројните ризици со коишто може да се соочат и затоа треба да знаат како безбедно да ги користат, да ја заштитат приватноста во виртуелниот свет и да бидат „информирани корисници при купувањето и во лоцирањето веродостојни извори на информации“.

Граѓаните кои се медиумски писмени се свесни за содржината што ја користат, како ја нашле, кој ја направил и со каква цел. Покрај тоа, тие ја користат мудро, етички и ефективно. За овие луѓе велиме дека размислуваат критички.





КАКО ДА РАЗМИСЛУВАМЕ КРИТИЧКИ ?

Оние кои размислуваат критички, тврдењето го прифаќаат со резерва и го преиспитуваат. Дури и кога ќе се уверат дека е точно, сè уште се спремни да го сменат својот став доколку излезе некој нов факт. Поради ова, тие се свои личности кои не трпат нерационално наметнување на авторитет и ставови.

Како да го постигнете ова?

Барајте докази

Кога некој ќе тврди нешто, барајте доказ за тоа. Не го прифаќајте здраво за готово.

Сомневајте се

Не дозволувајте друг да мисли наместо вас. Изразете сомнеж за аргументите и ставовите што некој се обидува да ви ги наметне.

Видете ја другата страна на приказната. Никогаш не читајте само една интернет страна.

Видете дали се работи за личен став или тоа е објективно пренесена информација.

Поставувајте си прашања и истражувајте.

Кога ќе дознаете дека нешто е точно, поставете си прашање зошто е тоа така.

Ако вака размислувате, вашите мислења нема да бидат „тоа е така“, туку ќе

ЛАЖНИ ВЕСТИ

КОИ СЕ ПРИЧИНИТЕ ЗОШТО СЕ КРЕИРААТ?

Најчесто лажни вести се објавуваат со одредена цел како што се:

- Доведување на луѓето во заблуда со цел да се наштети на некоја институција, организација, приватна фирма, личност итн.
- Финансиска придобивка, при што честопати се користат сензационалистички, нечесни или целосно фабрикувани наслови за зголемување на читаноста.
- Политички цели, да се влијае врз размислувањето на граѓаните за одредени општествени случувања.

Седум видови на лажни вести:

- Сатира или пародија (нема намера да предизвика штета, но има потенцијал да измамат);
- Лажна врска (кога насловите не ја поддржуваат содржината);
- Заблудавачка содржина (заблудување на употребата на информации за справување со проблем или поединец);
- Лажен контекст (кога вистинската содржина се дели со лажни контекстуални информации);
- Содржина на измамник (кога изворните извори се имитирани со лажни, измислени извори);
- Манипулирана содржина (кога вистинските информации или слики се манипулираат да ги измамат, како и со „доктрирана“ фотографија);
- Фабрикувана содржина (новата содржина е 100 % лажна, наменета за измама и штети).

Кога читате статии или гледате емисии, треба да се запрашате:

Автор: Кој ја креирал оваа вест?

Извор: Дали е посочен изворот на веста?

Формат: Што е направено за да го привлече моето внимание?

Публика: Која е целната група на оваа содржина?

Содржина: Кои вредности или мислења се претставени во оваа порака? Дали пораката е точна?

Цел: Која е целта на пораката?