



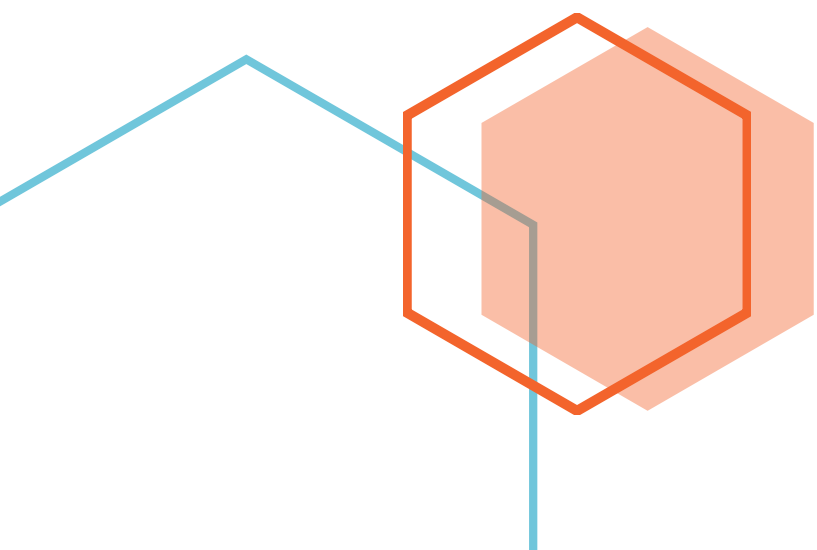
Медиумска Писменост на социјалните мрежи

Информативна
брошура

techsoup
EUROPE



METAMORPHOSIS 
Foundation for Internet and Society



Бидете медиумски паметни

Медиумската писменост е збир на квалификации кои овозможуваат меѓусебна поврзаност и интеракција меѓу луѓето преку комуникација и споделување на информации. Овие компетенции овозможуваат комуницирање на соодветен начин, вклучување, соработка и активно учество, давање и земање во социјалното опкружување на комуникација и споделување на содржини. Лице кое е „описменето“ во светот на социјалните медиуми ја формира својата личност, поглед на светот и начинот на социјално однесување, меѓу другото, преку алатки за соработка и управување со информации што се наоѓаат на Интернет.

Информациите се наоѓаат на вашите мобилни телефони и компјутерски екрани, во весници и списанија, се протегаат низ билборди и се емитуваат преку радио бранови. Тие се пораки со посредство, а вие сте преплавени со нив секој ден.

Со толку многу гледишта, тешко е да се оддели фактот од фикцијата. За да го водат истражувањето на медиумите што ве опкружуваат, експертите ги развија овие пет основни концепти:





1. Сите медиумски пораки се конструирани.

Текстовите во медиумите се градат исто толку сигурно како што се градат згради и автопати. Клучот што стои зад овој концепт е да откриеме кој ја конструирал пораката, од кои материјали и за каква цел.



Извор: <https://www.agoodson.com/illustrator/martin-tognola/>

2. Медиумските пораки се конструираат со употреба на креативен јазик со свои правила.

Секоја форма на комуникација има свој креативен јазик: застрашувачката музика го зголемува стравот, одблизу камерите пренесуваат интимност, големите наслови го сигнализираат значењето. Разбирањето на граматиката, синтаксата и метафората на јазикот на медиумите ни помага да бидеме помалку подложни на манипулација.

3. Медиумите имаат вградени вредности и гледишта.

Бидејќи тие се конструирани, медиумските пораки носат подтекст за тоа кој и што е важно - барем за лицето или луѓето што ја создаваат пораката. Изборот на возраста, полот или расата на ликот, изборот на амбиент и дејствијата во заплетот се само некои од начините на кои вредностите се „вградуваат“ во телевизиско шоу, филм или реклама.



4. Повеќето медиумски пораки се организирани за да добијат профит и / или моќ.



Голем дел од светските медиуми беа развиени како претпријатија што заработуваат пари. Весниците и списанијата прво ги поставуваат своите страници со реклами; преостанатиот простор е посветен на новости. Слично на тоа, рекламите претставуваат неминовен дел од една ТВ програма. Сега, Интернетот стана меѓународна платформа преку која групи или поединци можат да се обидат да убедат.

Извор; <https://www.freepik.com/rudall30>

5. Различни луѓе различно ја доживуваат истата медиумска порака.

Публиката игра голема улога во толкувањето на медиумските пораки затоа што секој член на публиката носи на пораката уникатен збир на животни искуства. Разликите во возраста, полот, образованието и културното воспитување ќе генерираат уникатни толкувања.



Извор: Getty images/ Stockphoto

- Разгледувајќи ги основните концепти што стојат зад секоја медиумска порака, се опремувате со можност да ја анализирате и толкувате пораката - и да ја прифатите или отфрлите нејзината легитимност.



Додека медиумскиот пејзаж радикално се промени, критериумите за проценка на содржината не се сменија.

Објективот на критичност што ги смета за креатори и дистрибутери на медиуми одговорни треба да се примени на сите и секоја институција, без оглед колку е голема или мала.

Медиумската писменост им помага на децата:

Да научат да размислуваат критички.

Додека децата ги проценуваат медиумите, тие одлучуваат дали пораките имаат смисла, зошто биле вклучени одредени информации, што не е вклучено и кои се клучните идеи. Тие учат да користат примери за да ги поддржат своите мислења. Тогаш тие можат да одлучат сами за информациите базирани на знаење што веќе го имаат.

Да станат паметен потрошувач на производи и информации.

Медиумската писменост им помага на децата да научат како да утврдат дали нешто е веродостојно. Исто така, им помага да ја утврдат „убедливата намера“ на рекламирање и да се спротивстават на техниките што пазарциите ги користат за продажба на производи.

Да препознаат гледна точка.

Секој творец има перспектива. Идентификувањето на гледиштето на авторот им помага на децата да ценат различни перспективи. Исто така, помага да се стават информациите во контекст на она што тие веќе го знаат - или мислат дека го знаат.

Да креираат содржини одговорно.

Клучот на ефективната комуникација е во препознавањето на сопствената гледна т.е. да го искажат токму она што сакаат да го кажат, како сакаат да го кажат тоа и да разберат дека нивните пораки имаат влијание.

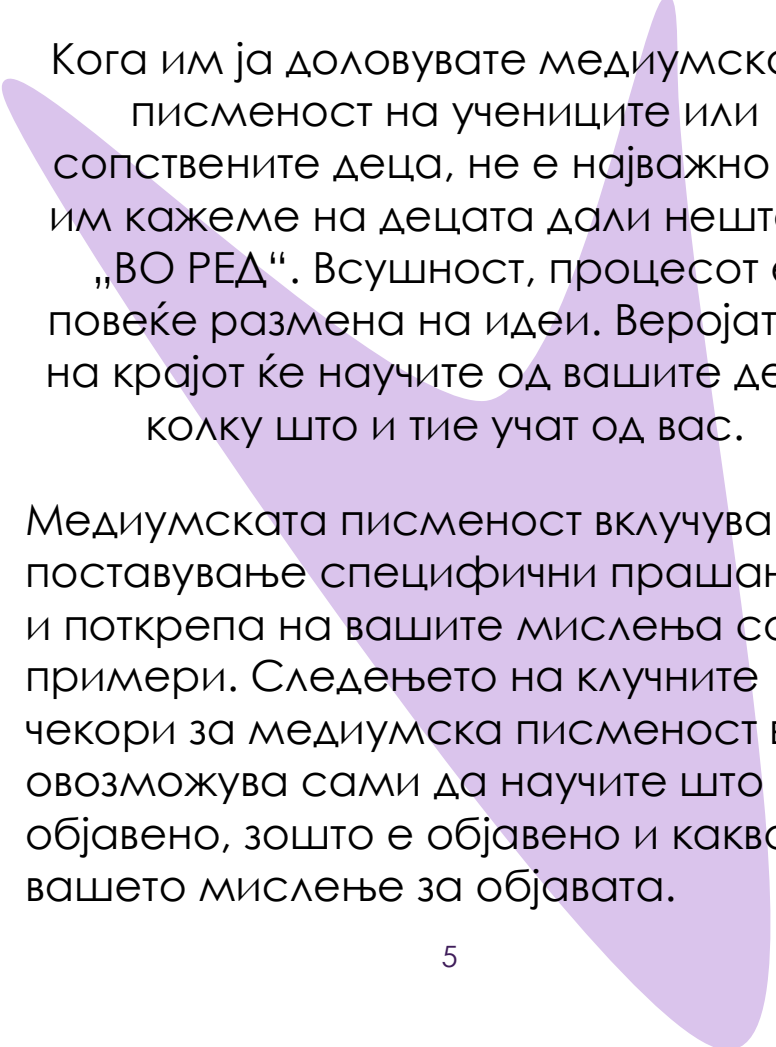


Да ја идентификуваат улогата на медиумите во нашата култура.

Од озборувања на славни лица до корици на списанија до мемеиња, медиумите ни кажуваат нешто, го обликуваат нашето разбирање за светот, па дури и нè принудуваат да дејствуваме или да размислуваме на одреден начин.

Да ја разберат целта на авторот.

Што сака авторот да да добиете од медиумот? Дали е тоа чисто информативно, дали се обидува да го промени вашето мислење или ве запознава со нови идеи за кои никогаш не сте чуле? Кога децата ќе разберат каков вид на влијание има нешто, тие можат да направат информиран избор.



Кога им ја доловувате медиумската писменост на учениците или сопствените деца, не е најважно да им кажеме на децата дали нешто е „ВО РЕД“. Всушност, процесот е повеќе размена на идеи. Веројатно, на крајот ќе научите од вашите деца колку што и тие учат од вас.

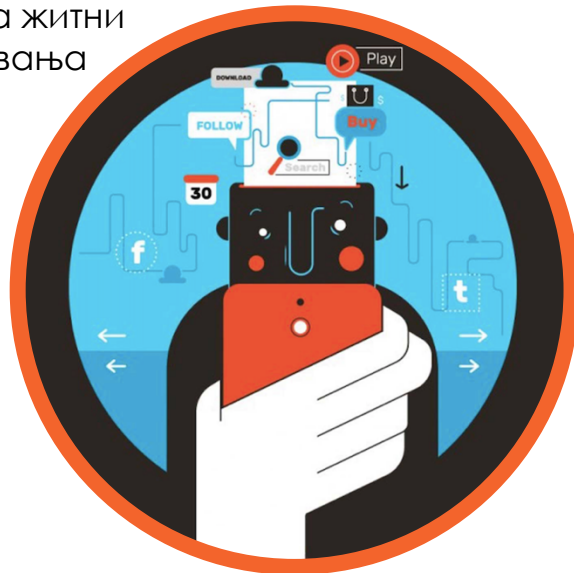
Медиумската писменост вклучува поставување специфични прашања и поткрепа на вашите мислења со примери. Следењето на клучните чекори за медиумска писменост ви овозможува сами да научите што е објавено, зошто е објавено и какво е вашето мислење за објавата.



Не е добра идеја да се прават посебни часови каде ќе извршиме класично предавање за медиумска писменост затоа што практиката покажала дека не се многу ефективни. Подобро е тоа да се инкорпорира во постоечка наставна содржина и да се стави акцент на медиумска писменост со вклучени примери од секојдневните активности. На пример:

Со мали деца, можете да разговарате за работи со кои тие се запознати, но можеби нема да обрнат многу внимание. Примерите вклучуваат реклами за житни култури, обвивки со храна и пакувања со играчки.

Со постари деца, можете да разговарате преку медиуми кои ги користат и комуницираат. Овде се мисли на видеа на YouTube, мимиња од интернет и реклами за видео игри.



Извор: Freepic.com

Ова се клучните прашања што треба да ги поставите кога ги учите децата на медиумска писменост:

- Сој кој го создал ова? Дали тоа е компанија? Дали е една личност? (Ако е така, кој?) Дали е комичар? Дали е уметник? Дали е тоа анонимен извор? Зошто мислиш така?
- Зошто го направиле/објавиле? Дали е тоа за да ве информираат за нешто што се случило во светот (на пример, вест)? Дали треба да го смените вашето мислење или однесување (How-to)? Дали има за цел да ве насмеа (смешно меме)? Дали тоа треба да ве натера да купите нешто (реклама)? Зошто мислите така?



- За кого е пораката? Дали е наменета за деца? Возрасни? Девојки? Момчиња? Луѓе кои имаат посебен интерес? Зошто мислиш така?
- Кои техники се користат за да се направи оваа порака веродостојна? Дали има статистика од реномиран извор? Дали содржи цитати од експерт за предмет? Дали има авторитативно звучен глас? Дали има директен доказ за тврдењата што ги донел? Зошто мислиш така?
- Кои детали се изоставени, и зошто? Дали информациите се балансираат со различни ставови - или тие претставуваат само една страна? Дали ви требаат повеќе информации за целосно разбирање на пораката? Зошто мислиш така?
- Како пораката влијае на вашите чувства? Дали мислите дека другите може да се чувствуваат на ист начин? Дали сите би се чувствувале исто, или одредени луѓе не се согласуваат со вас? Зошто мислиш така?



Извор: Emoji Movie

- Бидејќи децата посвесни и изложени на вести и тековни настани, можете да примените чекори за медиумска писменост на радио, ТВ и информации на Интернет.

Интересен начин да се воведе медиумска писменост кај децата е преку игри и КВИЗОВИ

Пребаруваме на мрежата за вас.

Погледнете некои од нашите интересни предлози:

1. Станете Информативен истражувач

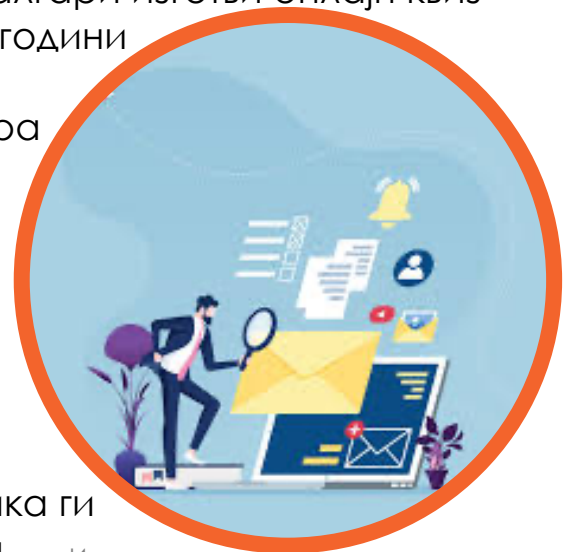
Музиката, ТВ и другите медиуми што ги користиме влијаат на тоа како го гледаме светот. За да бидат информирани потрошувачите, децата треба да развијат вештини за медиумска писменост. Овие вештини вклучуваат набудување, истражување и критичко размислување. Библиотеките се одлични места за да најдете сигурни извори на информации и да научите да ги користите. По повод Неделата за медиумска писменост, библиотеката од Калгари изготви онлајн квиз во соработка со Media Smart. Децата до 12 години можат да ги тестираат своите вештини за медиумска писменост со оваа забавна игра за учење.

<https://calgarylibrary.ca/connect/students/media-literacy-for-kids/>

2. Интерленд – Река на реалност

Оваа игра е развиена од Google's Be Internet Awesome Initiative, чија цел е да ги научи децата на „основите на дигиталното граѓанство“ и тоа покажува. Врвната графика ги носи корисниците на патување преку река, чувана од „фишер“. Корисниците мора да одговорат на прашања во врска со лажните обиди за фишинг да ја преминат реката и да ја завршат играта.

https://beinternetawesome.withgoogle.com/en_us/interland/landing/reality-river



Извор:
<https://www.vecteezy.com/members/treetypanda20>

3. Бранители на NewsFeed

Оваа нова игра за медиумска писменост ги учи играчите како да детектираат и игнорираат дезинформации во денешното хаотично опкружување.



Со играње на оваа игра може да:

- Идентификуваат маркери за верификација, транспарентност, отчетност и независност во вестите.
- Дефинираат и идентификуваат проблематични вести и други видови погрешни информации поврзани со вести.
- Објаснат различни стратегии за проверка на слики и информации.
- Оценат текст за пристрасност врз основа на избор на зборови и методи на вратување.
- Користат информации од трети страни за да ја проценат веродостојноста на изворот.
- Проценат придобивки и предизвици на дигиталните вести и социјалните медиуми кон демократското општество.

<https://www.factcheck.org/newsfeed-defenders/>

4. eРепортер

БиБиСи ја започна оваа игра во 2018 година во обид да им помогне на децата на возраст од 11-18 години да ги идентификуваат дезинформациите на Интернет. Играта „Одбери си-за-своја-авантура“ ги става корисниците на местото на новинар на Би-Би-Си, кој треба да одлучи на кои објави на социјалните мрежи, политички тврдења и фотографии може да им верува. Вклучени се совети за тоа како да забележите лажна објава преку Интернет.

<https://www.bbc.co.uk/news/resources/idt-8760dd58-84f9-4c98-ade2-590562670096>

5. Fakey

Слична на претходната, но навистина забавна за играње. Развиена од магистер на Универзитетот во Индијана, Fakey е игра слична на iReporter. Симулира социјален медиум за новости, каде што корисниците се прашуваат кои објави сакаат да ги споделат, лајкуваат или проверуваат факти. Корисниците постигнуваат поени со споделување на содржини од веродостојни новини и вести и проверка на сомнителни извори.

<https://fakey.osome.iu.edu/>



КОРИСНИ ВИДЕО ЛЕКЦИИ



Што претставува медиум

https://www.youtube.com/watch?v=bBP_kswrtrw&feature=emb_logo



Медиумот е градба – Идентификување на деловите на градбата

https://www.youtube.com/watch?list=UU_jQ4vYf-WPf4_5eSdGABWQ&v=baftkjc5gKs&feature=emb_logo



Гледачите го определуваат значењето

https://www.youtube.com/watch?list=UU_jQ4vYf-WPf4_5eSdGABWQ&v=goyXz1VmhWA&feature=emb_logo



Медиумот има комерцијални импликации

https://www.youtube.com/watch?list=UU_jQ4vYf-WPf4_5eSdGABWQ&v=RdkH0GwJy6A&feature=emb_logo



Користени извори на информации

<https://mediasmarts.ca/media-literacy-101>

<https://www.unicef.org/globalinsight/documents/digital-literacy-children-10-things-know>

<https://www.wired.com/story/kids-digital-media-literacy-tips/>

[https://www.common sense media.org/news-and-media-literacy/what-is-media-literacy-and-why-is-it-important#:~:text=Media%20literacy%20is%20the%20ability,\)%20of%20most%20parents'%20youth.](https://www.common sense media.org/news-and-media-literacy/what-is-media-literacy-and-why-is-it-important#:~:text=Media%20literacy%20is%20the%20ability,)%20of%20most%20parents'%20youth.)

<https://www.medialit.org/reading-room/abcs-media-literacy-what-can-pre-schoolers-learn>



Изработка:

 **Дизајн:**

Анамарија Миткова

Михаил Огненовски

 **Уредник:**

Биљана Темелкова

