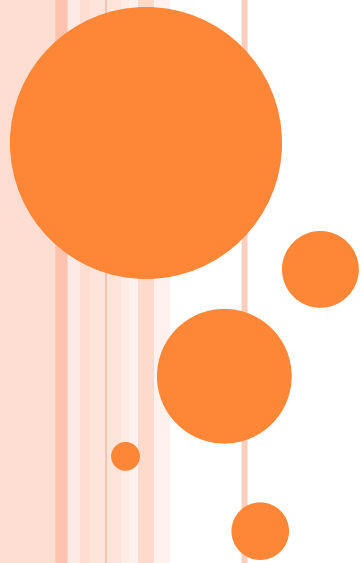




Medijska pismenost



Šta je medijska pismenost ?

Medijska pismenost je skup gledišta koje korišćenju medija aktivno primjenjujemo da bismo protumačili značenje poruka koje primamo.

Unesko je prvi pokrenuo pitanje medijske pismenosti 70-tih godina 20-og veka. Deklaracija o medijskom obrazovanju potpisana je 1982. godine i tada je utvrđen osnovni koncept medijske pismenosti. U početku je to bila ideja da se deca zaštite od negativnih sadržaja na internetu, ali je vremenom evoluirala u kritičku autonomiju prema medijskoj kulturi.



Osnove medijske pismenosti

Sva naša saznanja su manje-više posredovana, a najčešći posrednici u tome jesu mediji shvaćeni u najširem smislu (štampa, televizija, radio, internet-portali, društvene mreže...). Koliko god neki smatrali da oni ne utiču na njihov život i životne odluke, dovoljno je da se samo za trenutak upitaju na osnovu čega su izgradili svoje mišljenje o ljudima koje nisu nikada upoznali i događajima kojima nisu prisustovali.

Medije ne treba ignorisati i unapred odbacivati, jer to na kraju i nije moguće, već ih treba kritički razumeti, razumevati pravila po kojima funkcionišu, prepoznati njihov ogroman društveni značaj, ali i manipulativne strategije kojima se služe..

Stoga, treba tragati za medijima kojima ćete sa pravom verovati, ali uvek treba biti veoma oprezan!



Štampani mediji

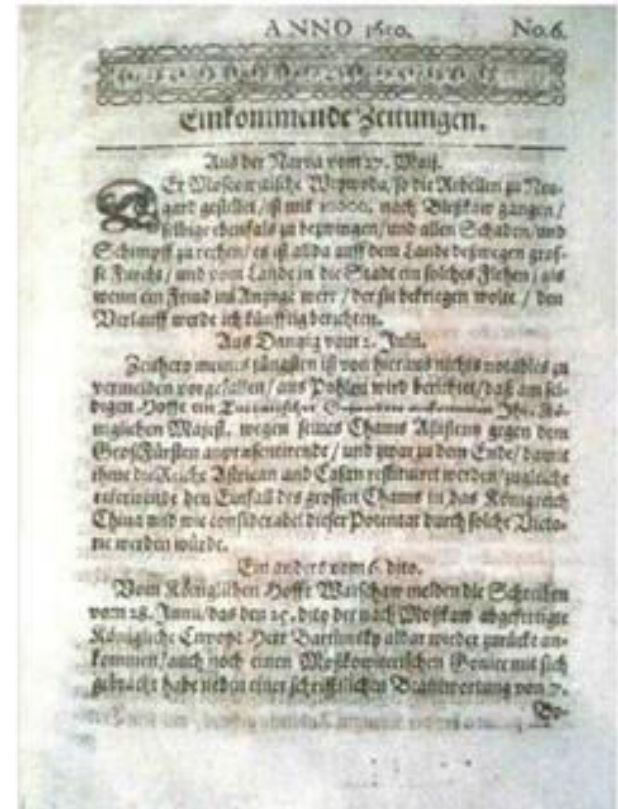
Štampani medij ili novine su medij koji objavljuje razne vesti iz društvenog, političkog, kulturnog i sportskog života, izveštavaju o dnevnim događajima, donose priče, romane u nastavcima i stripove, objavljuju oglase i reklame. Prednost štampanih medija krije se u njihovoj distributivnoj selekciji, odnosno u mogućnosti preciznog usmeravanja na ciljne grupe ili pojedince. Štampani mediji/novine mogu biti dnevne, nedeljne, polumesečne, mesečne i godišnje.

U zavisnosti od tematike novina, uređivačke politike i publike kojoj su namenjene novine mogu imati različite forme. Prvi oblik novina, informacija uklesanih u kamenu ili metalu, kao sredstva javnog informisanja, pojavljuju se u Starom Rimu. Zvale su se Acta Diurna, što u prevodu znači Dnevni događaji.



Štampani mediji

U 16. veku ljudi su počeli da kupuju novine. U Veneciji su vlasti izdavale Notizie Scritte (Pisane novosti), a za jedan primerak plaćala se jedna gazeta. Prve novine na srpskom jeziku pojavile su se izvan teritorija današnje Srbije, u Beču .Danas, više od 24 milijarde novina bude objavljeno na godišnjem nivou. Prva ukrštenica objavljena je u britanskom listu pod nazivom Sunday Express.



Radio

Radio je bežični prenos i detekcija komunikacionih signala elektromagnetnih talasa, čije su frekvencije niže od frekvencije vidljive svetlosti. Radio je poznat i kao pasivni medij jer je njegovo konzumiranje moguće i sa vrlo površnom pažnjom, kao prateća aktivnost uz ostale aktivnosti koje obavljamo. Nikola Tesla je zvanični pronalazač radija. On je prvi razvio i objasnio način za proizvodnju radio frekvencija, princip usaglašenih rezonantnih kola u predajnoj i prijemnoj anteni i javno predstavio principe radija i prenos signala na velike daljine. Đuljelmo Markoni je jedan od pionira radio telegrafije. Ostvario je prvi prenos radio talasa preko Atlantskog okeana i godine dobio Nobelovu nagradu za ovaj doprinos.



Internet i socijalne mreže

Internet je svetski sistem umreženih računarskih mreža koji je transformisao način na koji funkcionišu komunikacioni sistemi. Danas, internet povezuje milijarde računara širom sveta. Internet je proizvod spoja medija, računara i telekomunikacija. Međutim, internet nije samo proizvod tehnološkog napretka, nego takođe društvenih i političkih procesa, uključujući naučnu zajednicu, politiku i vojsku. Tendencija korisnika interneta je da otkrivaju više ličnih informacija, uz manju suzdržanost nego kad komuniciraju licem u lice. Sajber prostor otvara mogućnosti za kreiranje potpuno novog koncepta ličnosti, bez geografskih ograničenja, trenutnih postignuća i obrazovnog ograničenja.



Komentari na društvenim mrežama

Ako te zanima tema o kojoj se razgovara i siguran si u svoje mišljenje i argumente, ne oklevaj, već reci.

Broj lajkova ne znači ništa. Bitan je broj ljudi koji žele da prokomentarišu tvoju ideju.

Piši i govori jasno i direktno, bez obzira da li si na društvenoj mreži, blogu ili internet novinama.

Pristojnost i uvažavanje drugog se uvek poštuju i cene.

Razgovaraj sa ljudima bez obzira da li ste oko svega saglasni. Motiviraj one sa kojima deliš mišljenje da budu aktivniji, ali uvek poštuju i suprotnu stranu.



Brendovi i reklame

Kada nađeš svoj način komunikacije prepoznaj i medij na kom ćeš da komuniciraš. Nekada slika govori hiljadu reči, a nekada jedna reč govori sve. Najčešće nećeš biti jedini koji se bavi nekom temom. Razmisli šta te čini drugačijim od ostalih. Kada to otkriješ razvijaj se u tom pravcu.

Reklame su samo površne! Uvek pogledaj šta je ispod njih.



Komentari i razgovor

Čini se da je najteže započeti razgovor, ali samo treba da budeš svoj. Izrazi svoje mišljenje i u društvu, a i na mrežama i portalima. Važno je da si zanimljiv i pristojan. Kada razgovaraš sa ljudima važno je da saslušate jedni druge. Tamo gde su svi isti nije jasno ko je dobar, a ko loš. Budi jedinstven u odnosu na druge, ali nemoj im biti stran i odbojan. Prirodno je da imaš svoje mišljenje i da ga iskazuješ na svoj način. Ne boj se kritike, ali uvažavaj i poštuj druge. Nekada može i da se ćuti. Nije važno pričati, već je važno doprineti razgovoru. Ne moraš da se dopadneš svima, važno je da budeš svoj i nekim ljudima ćeš se dopasti baš takav kakav jesi.



Vesti i online novine

Uvek proveriti da li je informacija koju si pronašao na internetu tačna. Vraćaj se samo onim izvorima i sajtovima čija su se vesti i informacije ispostavile tačne.

Vesti nisu samo na mrežama, one mogu biti i na on-line novinama, iako ljudi uvek prvo ulaze u društvene mreže. Treba koristiti sve medije, jer nijedan nije bolji od drugog. Tako ćeš imati kompletnu sliku o svetu.

Broj dostupnih medija je ogroman, ali sadržaj koji možeš da upiješ je ograničen. Dobro biraj izvore i vesti koje ćeš čitati i zacrtaj sebi šta ti je važno!



Sve što napišeš na internetu, vest, blog, komentar, biće zauvek zapamćeno, čak i nakon brisanja. Zato pre postavljanja nekog sadržaja ili komentara dobro razmisli da li si siguran u svoj stav i da li ćeš se slagati sa tim stavom u budućnosti!

