

Одржана дебата „Критичко разбирање на медиумите – род, млади, медиумска писменост“



Скопје, 23.12.2014г. – Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, во рамките на исполнувањето на своите законски обврски да ја поттикнува медиумската писменост и да го следи третирањето на родот во медиумите, организираше дебата насловена “Критичко разбирање на медиумите – родот, млади, медиумска писменост”, којашто беше одржана во просториите на ЕУ Инфо-центарот во Скопје.

Воведно обраќање на дебатата имаше директорот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги д-р Зоран Трајчевски. Тој потсети на новата надлежност на Агенцијата во врска со медиумската писменост, воведена со Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и обврската на Агенцијата да изработи посебна програма за медиумската писменост. Во време кога повеќе ништо не можеме да земеме здраво –за- готово, опкружени сме со медиуми, заситени сме со информации и чувствуваме потреба постојано да учиме, односно секојдневно да ја надоградуваме сопствената писменост, можеби најдобар сублимат на суштината која стои во основата на медиумската писменост е изјавата на филозофот Алвин Тофлер: „Неписмени во 21 век нема да бидат оние кои не знаат да читаат и да пишуваат, туку оние кои не умеат да научат, да одучат и повторно да научат“ – рече Трајчевски. Воедно тој посочи на третите по ред истражувања за третманот на родовите прашања во информативните програми, и претставувањето на жените и мажите на телевизија и на наодите кои се однесуваат не само на медиумската слика, туку и на навиките на младите на користење на медиумите.

Презентација за медиумската писменост имаше д-р Снежана Трпевска од Високата школа за новинарство и односи со јавноста

и воедно експертка во рамките на ИПА 2009 проектот на Агенцијата. Трпевска ги претстави клучните цели од Дигиталната агенда за Европа 2020, Директивата АВМС, од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, Европската повелба за медиумска писменост.

На присутните им се обрати и г-ѓа Лилјана Поповска, претседателка на собраниската Комисија за еднакви можности на жените и мажите. Таа се осврна на заклучоците кои произлегоа од истражувањата на родовите



прашања и прикажувањата и претставувањето на жените и мажите во програмите на радиодифузерите, додека резултатите од Анализата на начинот на кој се третирали родовите прашања во вестите на радиодифузерите и од Анализата на начинот на прикажување и претставување на жените и мажите во рекламните спотови ги претстави м-р Душица Димитровска, од Универзитет Евро Балкан. Со анализите беше опфатен примерок од 49 изданија на централните дневно-информативни програми и 33 комерцијални рекламни спотови, емитувани во периодот мај – јуни 2014 година, на националните телевизиски програмски сервиси (двата канали на јавниот сервис МРТ1 и МРТ2, Алфа, Телма, Канал 5, Алсат – М и Сител.

М-р Магдалена Давидовска – Довлева, раководителка на Секторот за истражувања и долгорочен развој во Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги ги претстави резултатите од Истражувањето на мислењето на публиката за радио и ТВ програмите. Резултатите покажаа дека на територијата на Република Македонија единствена категорија, според возраста, за која интернетот е назначен извор за информирање се младите, сите други возрасни групи најчесто се информираат од телевизија.

Повеќе детали за истражувањата се содржани во презентациите кои можат да се преземат на следниве линкови:

д-р Снежана Трпевска од Висока школа новинарство и односи со

јавноста

– Медиумската писменост

м-р Душица Димитровска, од Универзитет Евро Балкан

– Резултати од анализите спроведени во 2014 година, во врска со Родот во телевизиските програми

м-р Магдалена Давидовска-Довлева раководител на Секторот за истражувања и долгорочен развој во Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги

– Мислењето на публиката за претставата за младите во медиумите