

## ***Епизода 2: Разбирање на начинот на функционирање на медиумите ( извори и видови на медиуми, платформи итн )***

### ***Најавна шпица***

**ВОДИТЕЛ:** Добре дојдовте назад во „Медиумска писменост 101,“ радио-програма чија цел е да ги едуцира и оспособи слушателите како да се движат низ медиумскиот простор на критички и информиран начин.

**ВОДИТЕЛ:** Во денешната епизода, ќе зборуваме за различните видови на медиуми со кои се сретнуваме во секојдневниот живот и нивната улога во општеството.

### ***Звук 1: Видови на медиуми***

**ВОДИТЕЛ:** Постојат повеќе видови на медиуми со кои се среќаваме на дневно ниво, како што се печатот, емитуваните медиуми и онлајн медиумите. Печатените медиуми опфаќаат весници, списанија, брошури, летоци, билборди, постери и книги. Емитуваните медиуми ги опфаќаат телевизијата и радиото. Онлајн медиумите опфаќаат веб-страни, социјални медиуми и блогови. Социјалните медиуми опфаќаат платформи наменети за интеракција како што се: Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, LinkedIn, TikTok, Tumblr, Reddit, YouTube, Pinterest, Flickr, Snapchat, Facebook Messenger, WeChat, BeReal и Hootsuite.

### ***Звук 2: Која платформа на онлајн медиумите е најчесто користена од повозрасните лица?***

**ВОДИТЕЛ:** Спротивно на општиот генерален заклучок, горенаведените платформи се користат од сите возрасни групи, вклучувајќи ги и повозрасните лица, но сепак некои платформи се почесто користени од другите.

Согласно истражувањето на Центарот „Pew Research“ , кој ги проучува социјалните медиуми повеќе од 10 години, повозрасното население користи почесто социјални платформи, но 62% од корисниците над 65 години и 72% од лицата на возраст од 50 – 64 годишни лица користат најчесто Facebook. Повеќето од овие лица не споделуваат лични објави и објавуваат различни работи, како на пример статии, слики и видеа од други извори. Тие обично објавуваат постови многу почесто отколку помладата популација. Останати платформи кои се користени од повозрасното население се исто така и WhatsApp, LinkedIn, YouTube и Pinterest.

### ***Звук 3: Улогата на медиумите во општеството***

**ВОДИТЕЛ:** Улогата на медиумите во општеството е повеќеслојна. Од една страна, медиумите се извор на информации, забава и едукација, а од друга страна пак, медиумите претставуваат моќна

сила која може да ги обликува на свој начин јавното мислење и да влијае во процесот на донесување на политичките одлуки.

Медиумите можат да дејствуваат и како контрола, барајќи одговорност од оние кои се на власт и притоа им даваат глас на маргинализираните. Но исто толку лесно можат да бидат користени како алатка за манипулација и дезинформации, ширење дезинформации и промовирање одредени интереси над други. Оваа стапка и степен на ширење на неточни информации во последните години значи дека моментално живееме низ инфодемија. Озборувањата и гласините брзо преовладуваат над фактите кои доаѓаат од сигурни извори и доведуваат до недоверба и забуни.

Социјалните медиуми се интерактивни платформи кои не поврзуваат со други лица и мрежи на глобално ниво. Времињата во кои се контактирало преку пошта и писма се одамна поминати. Во денешно време можеме да контактираме со нашите онлајн пријатели помеѓу четири зида, не напуштајќи ја нашата соба. Иако придобивките од ваквиот тип на комуникација се многубројни, сепак постои голема опасност од закани, булинг, како и манипулација.

#### ***Звук 4: Објаснување на терминологијата која се употребува во медиумите***

Погоре ги споменавме збороите „scams<sup>1</sup>“ и „hoaxes“<sup>1</sup>, изрази кои им се познати на информатичарите и лицата кои се занимаваат со технички работи, но на повеќето од нас, горенаведените зборови ни се нејасни и не можеме да ги идентификуваме ниту да ги препознаеме. Во продолжение ќе ви дадеме кратко објаснување за одредени поими кои често ќе ги сретнувате во натамошните епизоди.

**Hoax** – Тоа е вест или е-пошта што е намерно фалсификувана за да се предизвика заблуда.

Приказната или е-поштата може да биде сензационална, емотивна и често предупредувајќи за компјутерски вирус, може да бара од вас да споделите информации со сите ваши пријатели/следбеници, или да бара пари или детали за вашата банкарска сметка.

**Phishing - Фишинг**- Фишингот користи „scams“ за да добие информации како што се на пример бројот на вашата банкарска сметка, лозинки или други лични информации кои можат да се користат понатаму за да ги украдат вашите пари или вашиот идентитет.

---

<sup>1</sup> Многу од изразите се во изворна форма на англиски јазик поради тоа што нема соодветен превод на македонски јазик. Нивното значење е објаснето во текстот.

**Scamming** – ова може да биде во форма на испраќање е-пошта или порака што ве упатува да кликнете на линкот што ќе го зарази вашиот уред или ќе ве натера да пополнувате квизови или анкети за да соберете информации за вас, измамувајќи ве за неговиот/нејзиниот идентитет или со преправање дека е славна личност или дури и некој што ве знае за да добие пари од вас. Вклучува и лажни реклами или вести кои имаат намера да ве натераат да донирате пари. Многумина биле жртви на „scamming“, така што некој ја стекнал нивната доверба, а потоа ги принудил да испраќаат пари и да инвестираат во лажни бизниси.

**Bots** – Ботови или работи се автоматски програми создадени да вршат едноставни и монотони задачи кои ги извршувале луѓето. Ќе сретнете многу ботови при купувањето онлајн или букинг страните. Тие можат да бидат добри и лоши, но за нив подетално ќе зборуваме во следните епизоди.

**Алгоритми** – Алгоритам, едноставно кажано, е збир на инструкции за извршување на одредена задача, на пример, рецепт за торта. Алгоритмите во компјутерите подразбираат внесување инструкции за трансформирање на податоците во информации што можат да ги користат луѓето, машините или да информираат други алгоритми. Постојат различни типови на алгоритми, но пример за најчесто користен алгоритам е во пребарувачот. Ако пребарувате на Google, неговиот алгоритам, PageRank, ќе одлучи брзо и ефикасно кои резултати да се прикажат и по кој редослед врз основа на стотици фактори. Алгоритмите ќе ви испраќаат предлози и реклами на платформите на социјалните медиуми врз основа на вашата претходна онлајн активност

**Хакер** – Хакер е личност која има способност да пристапи и да пробие туѓи мрежи или компјутерски системи. Хакирањето често пати е неовластено и се прави злонамерно, за злоупотреба на туѓи податоци, нивно менување или бришење.

**Trolls - Тролови** – Тоа се најчесто луѓе кои можете да ги сретнете во чет-собите, секцијата за коментари или било кој друг онлајн форум и нивната цел е предизвикување на немири, ширење на говор на омраза, невистини и паника. Тие се најчесто насочени кон личности, организации, бизниси, како и пошироката заедница.

**Звук 5: Различни гледишта , предрасуди и стереотипи кои медиумите ни ги претставуваат**

**ВОДИТЕЛ:** Со оглед на тоа што постојат повеќе видови медиуми и сите се служиме со различен вид на медиуми за да се информираме, важно е да бидеме свесни за различните гледишта, стереотипи и предрасуди кои медиумите можат да ни ги презентираат. Медиумите се создадени од

луѓето, така што сите имаат различни искуства и уверувања, па тоа дополнително може да влијае врз нив и во начинот на кој истите ги споделуваат.

Препознавањето на туѓите гледишта и стереотипи може навистина да ни помогне во процесот на препознавање на информацијата која ја примаме. Со традиционалните медиуми, како што се печатените медиуми и телевизијата, како на пример Fox News и CNN, вообичаено е поголема можноста да го прифатиме она што ни го презентираат.

Онлајн медиумите се посложени и постојано се менуваат и стануваат се понапредни. Секоја интеракција која ја правиме онлајн, обезбедува доволно информации за нас, така што истото е доволно за да се создаде профил на нашата личност и нашите преференции. Она што го гледаме онлајн е создадено од комплексни алгоритми, кои не профилираат и не класифицираат зависно од нашите желби и пребарувањата кои ги правиме. Рекламирањето кое следи потоа е насочено и приспособено за да и обезбеди поголем приход на конкретниот социјален медиум. Ова исто така значи дека гледаме информации што одговараат со информациите кои ги бараме или не интересираат и се поврзуваме со луѓе кои имаат слични ставови кои ги потврдуваат нашите верувања, без разлика дали се засновани на факти или лажни информации.

**ВОДИТЕЛ:** Во следната епизода ќе ги дефинираме поимите: лажни вести, дезинформации и начинот на кој истите се пренесуваат.

**ВОДИТЕЛ:** Приклучете се наредната недела во втората епизода од „Медиумска писменост 101.“ Во меѓувреме, не заборавајте да го проверите нашиот вебсајт за повеќе информации и корисни линкови и извори поврзани со медиумската писменост.

### ***Одјавна шпица***

**ВОДИТЕЛ:** Ви благодариме што се приклучивте во нашата емисија „Медиумска писменост 101.“ До следно видување, останете информирани, љубопитни и медиумски писмени.

### ***Завршна музика***