

OBJAVA ZA MEDIJE

GODINU DANA PORTALA MEDIJSKAPISMENOST.HR

Više od 300 članaka, pitanja i odgovora podijeljeno je s roditeljima, učiteljima i odgajateljima od predstavljanja portala medijskapismenost.hr u lipnju prošle godine. Portal su pokrenuli Agencija za elektroničke medije i UNICEF u suradnji s Akademijom dramske umjetnosti, Fakultetom političkih znanosti, Hrvatskim audiovizualnim centrom i Hrvatskim filmskim savezom.

Uz vodeće domaće stručnjake koji odgovaraju na pitanja roditelja, portalu su se ubrzo pridružili i brojni medijski djelatnici i javne osobe s profesionalnim iskustvom u medijima koji kroz kolumne pišu o svojim roditeljskim izazovima u osnaživanju djece za medijsku pismenost.

Važnost internetskog portala medijskapismenost.hr prepoznao je i Europski audiovizualni opservatorij (EAO) koji ga je, u svom opsežnom izvješću „Mapiranje praksi i aktivnosti medijske pismenosti u Europskoj uniji“, uvrstio među najznačajnije projekte medijske pismenosti u Europskoj uniji, te među pet najznačajnijih u Hrvatskoj.

„Iznimno smo zadovoljni rezultatima i dosezima koje je u godinu dana postojanja ostvario portal medijskapismenost.hr, koji je postao krovni nacionalni portal i referentna točka za medijsku pismenost u Hrvatskoj. Rezultati i uključenost u projekt akademske i medijske zajednice pokazuju put kojim treba ići u razvijanju medijske pismenosti. Naime, samo uključenošću i aktivnim pristupom šire društvene zajednice može se dugoročno jačati medijska pismenost, možda i ključna pismenost za život u 21. stoljeću“, izjavio je Robert Tomljenović, član Vijeća za elektroničke medije.

Portal medijskapismenost.hr ključno je mjesto za sve koji promišljaju i brinu o utjecaju medija na djecu. Nove spoznaje i istraživanja, osobni uvidi, savjeti, pitanja roditelja i odgovori stručnjaka su samo neki od sadržaja koji se svakodnevno objavljuju na portalu.

Portal je nastao u sklopu projekta UNICEF-a i Agencije za elektroničke medije, odnosno kampanje za podizanje medijske pismenosti roditelja i djece. Istraživanja potvrđuju pozitivne promjene i trendove nakon dvije godine kampanje, uslijed koje se, između ostaloga, smanjio broj djece koja sama gledaju televiziju te povećalo korištenje dobnih oznaka u odabiru TV sadržaja u obiteljima s djecom.

Uspjeh ovoga portala podržale su i sve nacionalne i lokalne televizijske kuće te brojni internetski portali koji ustupanjem oglasnog prostora kontinuirano promiču medijsku pismenost za djecu i odrasle.

###

Za sve dodatne informacije molimo kontaktirajte:

Anu Dokler, medijskapismenost.hr, ana.dokler@gmail.com, Mob. 091 5368981

Goranu Banda, UNICEF, gobanda@unicef.org, Mob. 098226681