

Jesteśmy Europejskim Projektem Partnerstwa pracującym w ramach Europejskiego Projektu Leonardo-da-Vinci nad **Programem wzmacniającym media społeczne (m – Com).**

Projekt realizowany jest przez siedmiu partnerów z krajów: Cypr, Hiszpania, Francja, Grecja, Włochy, Polska i Turcja.

Listopad 2013: Associazione "Comunicareilsociale.it" z Molfetty (Włochy) było gospodarzem 4-go spotkania partnerstwa ponadnarodowego projektu m-Com programu wzmacniającego media społeczne.

Gospodarzem czwartego spotkania partnerskiego projektu m-Com była włoska organizacja Associazione "Comunicareilsociale.it".



Gospodarzem czwartego spotkania partnerskiego projektu m-Com była włoska organizacja Associazione "Comunicareilsociale.it", dziękujemy wszystkim za wspaniałą organizację.

Sfinalizowaliśmy najlepsze praktyki dla każdego partnera oraz moduły kursu. Praca w toku! Był to kolejny krok na przód w realizacji celów projektu.



Jeśli jesteś zainteresowany zdobyciem wiedzy, jak wzmocnić swoje umiejętności wykorzystania mediów społecznych, proszę odwiedzić naszą stronę internetową: m-com.aimcy.eu



Publikacja powstała w wyniku projektu zrealizowanego przy wsparciu finansowym Komisji Europejskiej w ramach programu „Uczenie się przez całe życie”. Publikacja odzwierciedla jedynie stanowisko autora. Komisja Europejska ani Narodowa Agencja nie ponoszą odpowiedzialności za umieszczoną w niej zawartość merytoryczną ani za sposób wykorzystania zawartych w niej informacji.

Projekt został zrealizowany przy wsparciu finansowym Komisji Europejskiej w ramach programu „Uczenie się przez całe życie”.

Dlaczego Media Społeczne?

W naszych czasach w Europie gospodarka nie jest jedynym aspektem życia, który jest pogrążony w kryzysie: jest to także kryzys społeczeństwa i demokracji, a w tej kwestii jest pilna, poważna potrzeba wzmocnienia społeczeństwa obywatelskiego. Unia Europejska i Rada Europy państw członkowskich współpracuje ze sobą w celu zwiększenia zdolności społeczeństwa obywatelskiego, rozumiejąc swoją rolę zarówno dla przyszłości demokracji jak i uczestnictwa obywatelskiego.

W celu osiągnięcia umocnienia się społeczeństwa obywatelskiego, konieczne jest, by sprawić jego głos słyszalnym. Zidentyfikowano, że w celu stworzenia potencjału społeczeństwa obywatelskiego, jego medialna zdolność musi być zwiększona. Społeczność mediów składa się z zestawu narzędzi i sieci, które społeczeństwo obywatelskie może wykorzystać w celu uczynienia jego głosu słyszalnym, a tym samym wzmocnienia jego wpływu.

Istnieje wiele powodów - często bardzo merytorycznych - dlaczego organizacja społeczeństwa obywatelskiego wykorzystując media nie może uczynić swojej wiadomości słyszalnym w społeczeństwie (w niektórych krajach więcej niż innych): trudności w uczeniu się nowych metod i technologii, dysonans/brak kanałów komunikacyjnych i sieci z tradycyjnymi środkami masowego przekazu, lub brak motywacji, przewodników lub szkoleń czy wsparcia.

W tej samej rezolucji Parlament Europejski "zalecił państwom członkowskim, bez powodowania szkody dla mediów tradycyjnych, uzyskanie prawnego uznania mediów społecznych jako odrębnej grupy, obok mediów komercyjnych i publicznych, jeżeli takie uznanie jest nadal brakujące" i "wezwał Komisję do uwzględnienia mediów społecznych jako alternatywnego, oddolnego rozwiązania dla zwiększenia pluralizmu mediów podczas projektowania wskaźników pluralizmu mediów."

Aby media społeczne mogły osiągnąć ten cel, osiągając jednorodność medialną organizacji społeczeństwa obywatelskiego w Europie, musi zaistnieć konieczność jednoczesnego tworzenia struktur i programów szkoleniowych oraz partnerstwa/sieci współpracy wśród mediów społecznych i związanych z nimi organizacjami pozarządowymi w Europie.