

Medijska pismenost

Ljiljana Mihajlović, Danica Šimšić, Ana Stevanović,
Tijana Zečević

Matematički fakultet
Univerzitet u Beogradu

Beograd, 2022.

- Zasnovoano na:

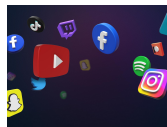
- Grupa autora (po azbučnom redu): Vlajković Bojić Violeta, Miladinović Nenad, Milijić Subić Dejana, Milošević Ivana. Priručnik za nastavnike *Naši učenici u svetu kritičkog mišljenja i medijske pismenosti*. (<https://zuov.gov.rs/prirucnik-za-nastavnike-nasi-ucenici-u-svetu-kritickog-misljenja-i-medijske-pismenosti/>)
- Nedim Sejdinović i Tatjana Ljubić, *Osnove medijske pismenosti– priručnik za učenike*, 2014. (<http://www.medijskapismenost.net/dokument/Osnove-medijske-pismenosti---prirucnik-za-ucenike/>)

Pregled

- 1 Tradicionalni i društveni mediji
- 2 Spinovanje i manipulacija
- 3 Dezinformacije
- 4 Medijska pismenost u doba informacija
- 5 Zaključak

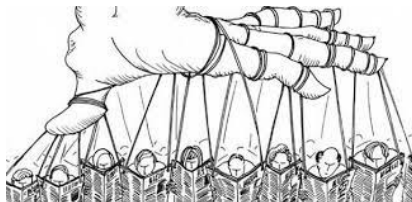
Tradicionalni i društveni mediji

- **Mediji** se definišu kao različiti kanali ili načini pomoću kojih se šire vesti, zabava, marketinške poruke ili druge informacije.
- **Tradicionalni mediji:**
 - svi vidovi štampanih medija
 - televizija
 - radio
 - pošta i poruke na javnim mestima
- **Društveni mediji**
 - Veb lokacije i aplikacije



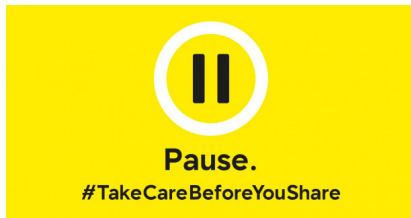
Spinovanje: metode medijske manipulacije

- Preusmeravanje pažnje
- Selektivno predstavljanje činjenica
- Stvaranje problema
- Upotreba dečijeg jezika
- Stvaranje osećaja krivice
- Buđenje emocija



Dezinformacije: vidovi i načini prepoznavanja

- podmetnuti sadržaj
- obmanjujući sadržaj
- fabrikovani sadržaj
- manipulisani sadržaj



Medijska pismenost u doba informacija

- Definicija pismenosti kroz godine
- Medijska pismenost - sposobnost razumevanja, korišćenja i adekvatne interpretacije medijskih poruka
- Vrste pismenosti u digitalnom dobu
- Da li mi biramo informacije ili one nas?

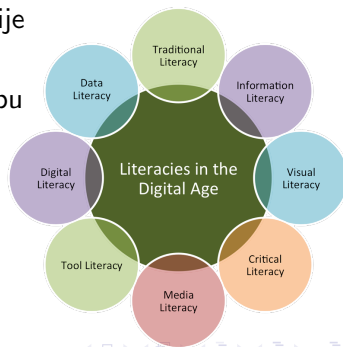


Tabela za analizu medijskog sadržaja

Ključne reči	Ključna pitanja	Suštinski koncepti
Autorstvo	Ko je napisao poruku?	Sve medijske poruke su "konstruisane".
Format	Koje kreativne tehnike se koriste kako bi se privukla moja pažnja?	Medijske poruke su konstruisane upotrebom kreativnog jezika sa sopstevnim pravilima.
Publika	Kako različiti ljudi mogu ovu poruku razumeti drugačije od mene?	Različiti ljudi doživljavaju istu medijsku poruku na različit način.
Sadržaj	Koje vrednosti, životni stilovi i gledišta se prikazuju ili izostavljaju iz ove poruke?	Svaki medij ima ugrađene vrednosti i tačke gledišta.
Svrha	Zbog čega se ova poruka šalje?	Većina medijskih poruka je kreirana sa ciljem da ostvari profit i/ili moć.

Tabela: Koraci za analizu medijskog sadržaja

Zaključak

- Medijska pismenost je važna zato što nas uči da tumačimo različite vrste medija, razumemo informacije i njihov izvor postavljajući prava pitanja, razlikujemo činjenice od mišljenja
- Pomaže nam da razlikujemo stvarnost od sveta koji su kreirali mediji.
- Važno je pomenuti da mediji bitno utiču na uspostavljanje društvenog sistema vrednosti.
- Medijska pismenost nas uči da razlučimo kojim medijima treba verovati, kao i da uvek treba proveriti određenu informaciju, pre nego što je objavimo ili podelimo