

MEDIJSKA PISMENOST



ključna kompetencija
znanje, sposobnosti, vještine i stavovi

MEDIJSKIM ODGOJEM DO MEDIJSKE PISMENOSTI

S medijima se provodi veliki dio vremena – upravo zato ih moramo dobro upoznati.

Mediji mogu promijeniti naš život, a hoće li to biti na lošije ili na bolje – to ovisi o nama!

Biti medijski pismen učinkovito i sigurno korištenje medijima.

Naučiti čitati skrivene poruke medija – poruke iza poruka – znati što je istina, a što nije istina.

Kada smo medijski pismeni onda medije **znamo analizirati, procijeniti, preispitati** – i sami proizvesti. :)

Vrste masovnih MEDIJA

Danas, kada govorimo o medijima, najčešće mislimo na masovne medije. Zašto ih zovemo masovni? – Jer su usmjereni na veliki broj ljudi, na mase. Oni prenose informacije od pošiljatelja (novinara) putem nekog kanala (novina, televizije, radija, interneta) do primatelja poruke, odnosno publike (to smo mi).

Vrste medija:

1. *auditivni (zvuk) - radio*
2. *vizualni (slika) - novine, časopisi*
3. *audiovizualni (zvuk i slika) - televizija, internet*



Medije, također, možemo podijeliti na tradicionalne (radio, televizija, novine) i nove medije (internetski sadržaji kojima možemo pristupiti putem računala, tableta i pametnih telefona).

VELIK JE UTJECAJ MEDIJA NA ZDRAVLJE NA TJELESNO I MENTALNO ZDRAVLJE ODRASLIH I DJECE!



Djeca u dobi 8-18g
provedu prosječno
7,5h/dnevno
na ekranu, što je
114 od 365
dana u godini.

U.K.'s Children's Commissioner's Office

INTERNET

- najveći prostor na svijetu kojim nitko ne vlada
- internet snažno djeluje i u velikoj mjeri oblikuje živote svih kategorija stanovništva, od onih najmlađih do onih najstarijih
- količina vremena koju djeca i mladi provode on-line svakodnevno je u porastu
- veliki broj današnje djece i mladih ni ne sjeća se vremena u kojem nije postojao
- u ranim počecima internet je korišten za povezivanje znanstvenika u svrhu izrađivanja različitih znanstvenih i vojnih projekata, a danas je on mjesto susreta, komuniciranja, druženja, a za mnoge i življenja u virtualnom svijetu
- dobra strana s velikim brojem korisnih i kvalitetnih informacija, edukativnih i zabavnih sadržaja, različitih servisa i aplikacija koje nam olakšavaju i uveseljavaju život
- loša stranu na internetu informacije i sadržaje može objavljivati bilo tko u bilo kojem trenutku bez ikakve odgovornosti i cenzure

ZAŠTITA OSOBNIH PODATAKA

- zabrinjavajući su podaci o dijeljenju osobnih podataka maloljetnika na internetu, a koji se često koriste za internetsko oglašavanje
- kao najčešće razloge za davanje osobnih podataka anketirana djeca i mladi naveli su besplatan pristup sadržajima – glazbi, videu, filmu, kvizu i igrama
- posebno zabrinjava nalaz da je nemalen broj sudionika ustupio svoj broj mobitela (35 %) i osobnu fotografiju (18 %)
- anketa je također pokazala da više od trećine anketirane djece i mladih (37 %) ne zna koja je uloga kolačića na mrežnim stranicama ili ih nije svjesna

OTISAK I SJENA DIGITALNOG IDENTITETA

- digitalni identitet čine “digitalni otisci”, tragovi koje za sobom ostavlja korisnik interneta, bilo svjesno ili nesvjesno, aktivno ili pasivno, dok pretražuje, piše poruke, a najviše korištenjem društvenih mreža i putem povezanih uređaja
- svakodnevno korištenje različitih digitalno povezanih uređaja i drugih predmeta (pametni telefoni, uređaji za plaćanje cestarine, kartice za javni prijevoz, pametni satovi i dr.) rezultira prikupljanjem različitih podataka o lokaciji, našem organizmu, kretanju, navikama
- digitalno povezani uređaji mogu se upotrijebiti za svakodnevno praćenje bilo koje osobe koja ih koristi
- prilikom svakog korištenja internetske tražilice ili društvene mreže trebamo biti svjesni da nas algoritam želi navesti na određene radnje i ponašanja, odnosno pokušava na neki način manipulirati našim odlukama

S DRUGE STRANE EKRANA

- LAŽNI PROFILI I LAŽNO PREDSTAVLJANJE

- s ciljem obmane drugih korisnika, jedan je od oblika elektroničkog nasilja
- osobito opasno kad su u pitanju djeca koja se često na internetu dopisuju s nepoznatim osobama
- u Hrvatskoj je gotovo svako treće dijete u dobi od 9 do 17 godina komunicira na internetu s nepoznatim osobama, pri čemu se 14% djece susrelo uživo s osobom koju su upoznali na internetu
- nakon upoznavanja na društvenim mrežama ili stranicama on-line igara, zlostavljači znaju tražiti od djece da ih dodaju na svoju listu prijatelja, kako bi mogli imati pristup većem broju djece
- zlostavljači također potiču djecu da druženje nastave kroz sredstva komunikacije koja pružaju veću privatnost: korištenjem programa za brzo internetsko dopisivanje i video pozive
- sve češći slučajevi seksualnog iskorištavanja (više od pola ispitanika primilo neprimjerene poruke i sadržaje)

KRAĐA IDENTITETA

- krađa povjerljivih podataka poprimila je nove razmjere u današnjem, digitalnom svijetu
- ako čuvamo novčanike na sigurnom mjestu dok šećemo gradom, danas predstavlja prijetnju koja do nas dolazi putem korištenja IKT tehnologije (mobitela, laptopa, tableta i drugih pametnih uređaja)

INFORMACIJSKI POREMEĆAJ

- dezinformacije najčešće razumijemo kao informacije koje su netočne i namjerno stvorene kako bi obmanule javnost, naštetile nekoj osobi, organizaciji, društvenoj skupini, državi ili cilju te ostvarile neki interes (npr. ekonomski ili politički)
- proizvođači dezinformacija češće mijenjaju i prerađuju već postojeće sadržaje ili ih stavljaju u lažni kontekst, nego što proizvode potpuno nove laži, jer je to brže i jeftinije
- “lažne vijesti” (fake news), “misinformacijama” (pogrešnim informacijama) i “malinformacijama” (zlonamjernim informacijama)
- svjesno (znajući da informacije nisu točne)
- nesvjesno (vjerujući da su informacije točne) radi društvenog odobravanja i prihvaćanja, jer sadržaj potiče emocije, zbog stranačkih i ideoloških vjerovanja te radi želje da informiraju prijatelje i pratitelje
- kreatori ostvaruju neki interes (politički, ekonomski)
 - financijskog: vođenje internetskih stranica koje objavljuju dezinformacije može biti veoma unosan posao
 - političkog: utječu na političke procese, najveći potencijal stvaranja utjecajnih obmanjujućih kampanja imaju politički akteri
 - društvenog: s ciljem povezivanja s određenom grupom na mreži ili izvan nje (pobornici teorija zavjera)
 - psihološkog: traženje prestiža ili potvrđivanje vlastitih stajališta
 - iz šale i radi zabave: ljudi ponekad testiraju potencijal društvenih mreža iz zabave (pokušavaju „podvaliti” medijima)
- skloni smo birati informacije koje potvrđuju naša već postojeća uvjerenja i izbjegavati one koje ta uvjerenja dovode u pitanje

BOTOVI – automatsko širenje vijesti

TROLOVI - plaćeni

MALA SVINJA SPAŠAVA KOZLIĆA OD UTAPANJA

<https://youtu.be/g7WjrvG1GMk?feature=shared>

<https://youtu.be/noTz20TB714?feature=shared>

DRUŠTVENE MREŽE

- zajednice koje formiraju različiti korisnici i organizacije koje međusobno komuniciraju na internetskim platformama
- DRUŠTVENE MREŽE ŽELE NAŠU PAŽNJU, PODATKE I NOVAC
- U POZADINI DRUŠTVENIH MREŽA STOJI ZNANOST (zloupotreba)
- algoritmi društvenih mreža mogu ugroziti naše mentalno zdravlje
- razvijeni su kako bi korisnike što duže držali ispred ekrana, što nas pak navodi na nekritičko uspoređivanje s drugima, mogu srozati raspoloženje i izazvati depresivne misli
- tražilice i društvene mreže 'serviraju' informacije
- društvene mreže mjesta su iskrivljenog prikaza života i ako povjerujemo da je Facebook stvarnost, imamo velik problem



KAKO TIKTOK BRZO UČI O NAMA?

- beskrajni niz bezazlenog zabavnog sadržaja koji se vrlo brzo izmjenjuje, radi se tome da se zapravo na neki način “drogiramo”
- TikTok vodi u ovisnost na isti način kao i kockanje, u najvećoj opasnosti mladi jer njihov mozak, koji je još u razvoju, korištenjem takvih digitalnih medija stvara određenu kompresiju vremena što pak dovodi do sve većeg pada koncentracije i mogućnosti da se mlada osoba usredotoči na određenu obavezu
- TikTok je specifičan po tome što, uz pomoć vrlo spretnih računalnih programera koji su razvili algoritme umjetne inteligencije, zaista vrlo brzo prepoznaje što korisnika zanima
- brzo se izmjenjuju svakojaki kratki video uratci koji kao da nekim čudom točno znaju što bi nam se moglo svidjeti – neki simpatici kućni ljubimci, netko tko odlično pleše na omiljenu pjesmu, netko tko se glupira u školi, i tako u nedogled, minuta za minutom i sat za satom svakoga dana
- cijelo to vrijeme naš mozak, svaki put kada se na zaslonu pojavi neki video koji nam se sviđa, reagira lučenjem dodatnog dopamina i tako nas na trenutak učini zadovoljnim, potom tražeći još stimulacije i zadovoljstva
- radi se o svojevrsnom triku koji nam zapravo ne dozvoljava odvajanje od zaslona pametnog telefona jer ako to učinimo osjećat ćemo se pomalo razočarani i s mislima da smo možda propustili vidjeti još nešto novo i zanimljivo
- ostale društvene mreže slično funkcioniraju

VIDEOIGRE

Prednosti

- razvoj vještina prostorne orijentacije, zaključivanje, pamćenje i percepcije
- vježbanje socijalnih vještina i sposobnosti nošenja s neuspjehom

Nedostatci

- potencijalna štetna ponašanja koja narušavaju svakodnevne aktivnosti, međuljudske odnose i psihološku dobrobit
- ovisnost o videoigrama, s obzirom na to da se u posljednjim istraživanjima pokazalo da je ova vrsta ovisnosti u svojim biološkim i psihološkim mehanizmima najbližnja ovisnostima o psihoaktivnim supstancama
- povezanost s prijenosom dopamina, jednog od glavnih neurotransmitera u mozgu odgovornih za reakciju mozga na nagradu, užitak i motivaciju
- poremećaj kontrole impulsa i ovisničkog ponašanja, odnosno kortikalnog uzbuđenja zbog kojega igranje videoigara na mozak djeluje kao nagrada
- aktivaciju adrenalina koji se javlja pri suočavanju sa stresnim i izazovnim situacijama (sve više i više)
- nasilne videoigrice su izrazito štetne za djecu zato što predstavljaju negativan model ponašanja
- tanka je granica između opuštanja i bijega od problema
- mnogi igraju videoigre kako bi u virtualnom svijetu stvorili život kakav u stvarnosti nemaju
- rezultat prekomjernog korištenja mogu biti depresija, anksioznost, nisko samopoštovanje, izbjegavanje obveza i odgovornosti

ZNAKOVI PRETJERANOG KORIŠTENJA VIDEOIGARA – PUT K OVISNOSTI

- gubitak pojma o vremenu provedenom igrajući videoigre
- problemi vezani uz izvršavanje zadataka kod kuće ili u školi
- izoliranje od obitelji ili prijatelja
- osjećaj krivnje ili zaštitnički stav prema igranju videoigara
- osjećaj euforije prilikom igranja videoigara
- neraspoloženje, nervoza i ljutiti ispadi
- osjećaj povučenosti, depresije i zlovolje
- gubitak interesa za ostale aktivnosti
- pad koncentracije i emocionalna zatvorenost u trenucima kada osoba ne igra videoigre
- neiskrenost i laganje
- razdražljivost prilikom smanjenja igranja videoigara

PREPORUKE ZA RODITELJE

ZAJEDNO IGRAJTE VIDEOIGRE

- obiteljsko igranje videoigara prilika je za vježbanje komunikacije, timskog rada, vještina potrebnih za rješavanje problema i ustrajnosti, a uz sve to je i zabavno
- odaberite igre za više igrača u kojima je za pobjedu važna suradnja, budite primjer za pozitivnu i pristojnu komunikaciju tijekom igre, a pored uspjeha, priznajte svom djetetu i trud i ustrajnost u ostvarivanju cilja

PROŠIRITE HORIZONTE

- gledanje dokumentaraca ili filmova o ljudima koji žive drugačije od nas može potaknuti empatiju, suosjećanje i razumijevanje
- za obiteljsku filmsku večer odaberite priču o osobi druge vjere ili rase, o zajednici koja živi u teškim uvjetima, ili o subkulturi koja ima drugačije vrijednosti i uvjerenja od vaših i poslije o tome razgovarajte

GLEDAJTE SPORT

- zajedničko gledanje sporta i navijanje za omiljenog sportaša ili sportski klub zabavan je način druženja i povezivanja s djecom, ali i savršena prilika za isticanje osobina poput timskog rada i ustrajnosti
- primjerice, nakon veselja zbog gola u nogometu, možete djetetu objasniti koliko su za uspjeh važni i vezni igrači i braniči. Iako možda ne dobivaju toliko pažnje, tim bez njih ne bi mogao funkcionirati

NASILJE U MEDIJIMA

Nasilni sadržaji potencijalno su štetni jer mogu imati sljedeće učinke po djecu:

- izazivaju tjelesnu pobuđenost i emocionalno uznemirenje
 - gledanje nasilja dovodi do fizioloških reakcija kao što su ubrzani puls i disanje
 - takva pobuđenost privremeno povećava mogućnost djetetovih agresivnih misli, osjećaja i scenarija ponašanja, a time raste vjerojatnost da dijete agresivno reagira
 - nasilni sadržaji mogu izazvati i osjećaj nesigurnosti i straha za vlastitu dobrobit i dobrobit najbližih
- UČE DJECU AGRESIVNIM PONAŠANJIMA I POTIČU NA OPONAŠANJE!**
- oponašanje viđenog nasilnog ponašanja objašnjava se mehanizmom socijalnog ili opservacijskog učenja
 - vjerojatnost da će dijete oponašati viđeno nasilno ponašanje ovisi o brojnim čimbenicima, a prvenstveno o opaženim posljedicama ponašanja modela
 - ako je medijski junak nagrađen za agresivno ponašanje ili za njega nema nikakve negativne posljedice, vjerojatnost da će ga dijete i samo primijeniti veća je nego u slučaju kada je filmski junak kažnjen ili trpi neugodne posljedice zbog svoga nasilja
- ČINE DJECU I MLADE NEOSJETLJIVIMA NA NASILJE!**
- opetovanim i dugotrajnim izlaganjem agresivnim sadržajima dolazi do prirodnog procesa navikavanja koji se sastoji od toga da djeca postaju manje uznemirena kada opažaju nasilje kod drugih te mogu postati tolerantnija na nasilje i manje sklona reagirati s ciljem da ga spriječe ili prekinu

ELEKTRONIČKO NASILJE – CYBERBULLYING

- isključivanje vršnjaka iz grupa na društvenim mrežama, ili u aplikacijama poput Whatsappa i Vibera, jedan je od oblika elektroničkog nasilja, čestog među djecom i mladima
- poticanje na nasilje
- spolno zlostavljanje i uznemiravanje (seksualne poruke, usluge, ucjene)
- uznemiravanje i zastrašivanje (prijetnje porukama)
- objavljivanje neistina
- često videosnimanje napada
- lažno predstavljanje

SVIJET REKLAMA

Znate li da... će prosječno dijete do kraja srednje škole vidjeti oko 360 000 reklama?

POZITIVNA OBILJEŽJA REKLAMA

korisne

mogu informirati

biti humanitarne

poticati suradnju i toleranciju

zabavne i smiješne

NEGATIVNA OBILJEŽJA REKLAMA

predstavljaju loše i štetne proizvode

lažno predstavljaju

stvaraju lažne potrebe

zapostavljaju moralne i obiteljske vrijednosti

mogu ponižavati i diskriminirati

mogu manipulirati



REKLAME

- cilj reklama jest uvjeravanje kako su određeni proizvodi nužni da bi dijete bilo sretno, zdravo, veselo, lijepo, popularno, omiljeno

PRIKRIVENO OGLAŠAVANJE

- djeca počinju tražiti kupnju proizvoda (robnih marki) čije logotipe vrlo dobro pamte i prepoznaju mogu snažno utjecati na odluke o kupovini odraslih

- djeca u pravilu ne razviju sposobnost kritičkog razmišljanja o svojim odabirima i odlukama o kupnji, već se isključivo povode željama, a kasnije i potrebama koje nisu primarne (glad, žeđ, hladnoća) već psihološke prirode (priznanje, status u grupi vršnjaka, samopoštovanje).

- Djeca žele svašta i to je njihov posao!

- posao roditelja je da ih štite i postavljaju granice

- ukoliko im sve dozvoljavamo, učimo ih da su svemoćni ili pak moćniji nego jesu u realnosti, te djeca kad -t ad dožive razočaranja i udarce na koje nisu dovoljno spremni

ODRŽAVANJE STEREOTIPA

- spolne (biološki uvjetovane) i rodne uloge (uvjetovane društvenom okolinom i odgojem)
- važno je obratiti pažnju na poruke koje mediji šalju kada su rodne uloge u pitanju
- rodni stereotipi podrazumijevaju osobine ili ponašanja koja se smatraju tipično ženskima ili muškima, čak i kada ne odgovaraju stvarnom stanju
- medijski prikazi rodnih stereotipa uvelike pridonose njihovom trajnom održavanju
- muški likovi su gotovo uvijek heroji, snažni i hrabri, štite nemoćne i slabije, dok su ženski likovi vrlo često prikazani stereotipno u ulogama princezi, majki, domaćica i učiteljica, a rijetko kada su snažne i hrabre te se sve temelji na važnosti lijepoga izgleda
- često su žene prikazane seksualnim objektima i kućanicama opsjednutim čistoćom, a muškarci uspješni menadžeri, sportaši i vlasnici skupocjenih automobila

PRIKAZ IDEALNOG TJELESNOG IZGLEDA U MEDIJIMA ŠTETI

- mediji nam svakodnevno nameću da su u životu lijepe i uspješne samo izrazito mršave djevojke s izraženim oblinama i mišićavi mladići
- upravo takvi likovi koji su prisutni već i u crtanim filmovima djeci stvaraju lažnu i nestvarnu sliku idealne muške ili ženske osobe što već od vrlo rane dobi može dovesti do nezadovoljstva vlastitim izgledom i poremećaja u prehrani i među djevojčicama i među dječacima
- kod djevojčica potiču estetske korekcije, anoreksiju i bulimiju
- kod dječaka potiču ekstremno vježbanje i korištenje steroida

CILJ nam je odgojiti dobre ljude – suosjećajne, ljubazne i iskrene, koji će znati surađivati i komunicirati s drugima cijeliti suradnju te biti odgovorni i ustrajni u izvršavanju svih životnih zadaća.

Djeca uče iz naših primjera i iz svojih iskustava u školi i široj zajednici, no ne trebamo zanemariti ni utjecaj medija, koji su postali nezaobilazan dio naših života.

Filmovi, televizijske emisije, videoigre i društvene mreže nude nam prilike za učenje koje bi bilo šteta ne iskoristiti.

IMPLIKACIJE ZA MEDIJSKO KOMUNICIRANJE

- predstaviti duže i napetije priče
- ponuditi priče koje u središtu imaju dječje likove
- prikazati kako su učenje i uspjeh u školi prilika za razvijanje novih, zanimljivih vještina i talenata
- koristiti humor za oči i uši te kognitivne “zavrzlake” (npr. logičke mozgalice, zagonetke, brzalice)
- uključiti interaktivno rješavanje problema i kritički način razmišljanja
- pružati uzor u prosocijalnom ponašanju što uključuje ljubaznost, rješavanje sukoba i brigu o drugima
- ponuditi snažne, pozitivne uzore odraslih i djece, s visokim etičkim mjerilima
- uvoditi osjetljive teme koje prikazuju kako se druga djeca na kreativne i zdrave načine nose s društvenom pravdom ili teškim pitanjima poput smrti, bijesa, zlostavljanja, teškoća u razvoju itd.
- pokazati kako djeca mogu nešto promijeniti u svojim i tuđim životima, čak i u teškim situacijama (realistične junakinje i junaci)
- ponuditi priče o prijateljstvu, odanosti i kako “učiniti pravu stvar”.

An illustration on a light blue background featuring several hands holding mobile phones. The hands are rendered in various colors: one is dark brown with a red sleeve, another is dark brown with a green patterned sleeve, and a third is dark brown with a black sleeve. White wireless signal waves emanate from the phones. The background is filled with faint, light blue icons representing digital technology, such as a globe, a laptop, a smartphone, a Wi-Fi symbol, and a mail icon. In the center, a white rectangular box with a thin black border contains the text.

**INTERNET JE POSTAO
DJEČJE IGRALIŠTE**



Dokle god djeca koriste internet, ona su dostupna svima.

SVIJET SE PROMIJENIO I PROMIJENILA SU SE PRAVILA!

<https://youtu.be/3vDG1sxtPxo?feature=shared>

HVALA NA PAŽNJI!

Literatura:

Medijska pismenost.

URL <https://www.medijskapismenost.hr/> (pristupljeno 12.siječnja 2024.)

Djeca Medija.

URL <https://djecamedija.org/> (pristupljeno 14. siječnja 2024.)