

MEDIJSKA PISMENOST - KLJUČNA KOMPETENCIJA ZA ŽIVOT U 21. STOLJEĆU

MALI RJEČNIK MEDIJSKE PISMENOSTI

MEDIJSKA PISMENOST - KLJUČNA KOMPETENCIJA ZA ŽIVOT U 21. STOLJEĆU

MALI RJEČNIK MEDIJSKE PISMENOSTI

Ovaj priručnik je napisan uz finansijsku podršku Evropske unije. Za sadržaj ovog priručnika odgovorno je isključivo Udruženje „Lan“ i ne odražava nužno stavove Evropske unije.

Predgovor

*U sredini poteškoće leži prilika.
Albert Einstein*

Mali rječnik medijske pismenosti nastao je u toku provođenja projekta Udruženja „Lan“ iz Bihaća „Medijska pismenost - ključna kompetencija za život u 21. stoljeću“.

Ovaj projekt je podržan kroz dodjelu granta u okviru regionalnog projekta „Mediji za građane - građani za medije“, koji provodi sedam organizacija za razvoj medija (Fondacija „Mediacentar“ Sarajevo, Albanski medijski institut, Makedonski institut za medije, Institut za medije Crne Gore, Novosadska novinarska škola, Mirovni institut, SEENPM) iz zemalja Zapadnog Balkana čiji je cilj izgradnja kapaciteta organizacija civilnog društva u regiji za unapređenje medijske i infomacijske pismenosti (MIP). Projekt u cijelosti finansira Evropska unija.

Zbog izmijenjenih okolnosti za provođenje projekta, uvjetovanih pandemijom korona virusa, Udruženje „Lan“ je u suradnji s partnerskom organizacijom „Mediacentar“ iz Sarajeva izvršilo određene izmjene projektnih aktivnosti. Svjesni činjenice da neće biti moguće održavanje planiranih radionica za učenice/učenike devetog razreda osnovnih škola uključenih u projekt (JU OŠ Gata Ilidža-Vrsta, JU OŠ „Kamenica“, JU OŠ Ostrožac i JU OŠ Stijena), odlučili smo kreirati Rječnik koji će sadržavati teme koje su bile planirane za radionice s učenicama/učenicima. Rječnik će, zajedno s PPT prezentacijom, putem škola, biti elektronskim putem prosljeđen svim maturanticama/maturantima navedenih škola.

Predsjednica Udruženja „Lan“

dr. sci. Izolda Osmanagić

UVOD

Mali rječnik medijske pismenosti namijenjen je mladima koji smatraju da je za njih važno i korisno stjecanje novih znanja, sposobnosti i vještina potrebnih za aktivan i uspješan život u 21. stoljeću. Ovim Rječnikom obraćamo se generaciji „digitalnih domorodaca“¹ - onima koji su rođeni u potpuno informatičkom svijetu i koliko god se to nekom činilo pretjeranim, za njih je virtualni svijet od jednake važnosti kao i onaj u kojem se fizički nalaze.

Međutim, iako vaša generacija posjeduje veću tehnološku pismenost od generacije „digitalnih imigranata“ kojoj pripadaju vaši roditelji i nastavnici, te lakše uspostavlja korak s tehnološkim napretkom, to ne znači da istovremeno imate i bolju mogućnost razumijevanja suštine medija i razlikovanja istine od propagande. Za ovo je potrebna medijska pismenost, sposobnost razumijevanja, analize, evaluacije i kreiranja medija u različitim oblicima. Medijska pismenost je kompetencija koja se stiče cjeloživotnim učenjem (formalnim i neformalnim).

Neposredan dokaz značaja i vrijednosti odgoja i obrazovanja djece i mladih za medijsku pismenost predstavlja upravo situacija u kojoj smo se zahvaljujući „višoj sili“ svi našli nakon što je Svjetska zdravstvena organizacija proglasila stanje pandemije korona virusa. Širom svijeta, pa tako i u našoj zemlji, redovna nastava je prekinuta i morali smo hitno, pod velikim pritiskom, tražiti alternativna rješenja, da bismo našoj djeci omogućili da u novim okolnostima nastave proces obrazovanja. Rješenje smo pronašli upravo u korištenju suvremenih medija (TV škola za mlađe i online nastava za starije učenike). O uspješnosti ovog modela nastave može se mnogo govoriti, kao i o stresu i teškoćama koje ga prate. Ali, činjenica je da smo krenuli, da svi zajedno učimo „metodom vlastite kože“ i da smo napokon svi postali svjesni činjenice da je medijska pismenost zaista ključna kompetencija za život u 21. stoljeću.

Mali rječnik medijske pismenosti sadrži tri tematske cjeline:

- ✓ Medijska pismenost u 21. stoljeću
- ✓ Stvarni svijet i njegov odraz u svijetu medija
- ✓ Mediji i aktivizam

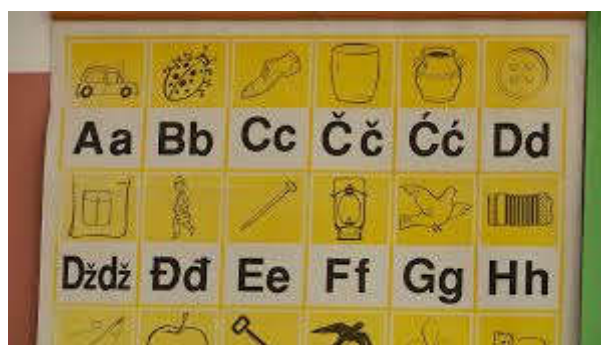
¹ Marc Prensky prvi je upotrijebio ovaj izraz u djelu „Digitalni domoroci, digitalni imigranti“ (2001)

TEMATSKA CJELINA I

MEDIJSKA PISMENOST U 21. STOLJEĆU

Na samom početku, želimo vam postaviti jedno naizgled jednostavno pitanje: **Šta je pismenost, odnosno šta danas znači biti pismen?**

Razmislite i o ovome. **Jeste li vi pismeni, sad kada završavate osnovnu školu?**



Pismenost

Shvatanje pojma pismenosti kontinuirano se razvija i mijenja zajedno s promjenama društvenih, političkih, naučnih, tehničkih i drugih okolnosti. Osnovno shvatanje pismenosti prvenstveno podrazumijeva kompetencije u području čitanja, pisanja i računanja. To je **primarna ili elementarna pismenost**. Iako se

precizna definicija pismenosti razlikuje od zemlje do zemlje, danas ona obuhvata mnogo više, pa uz vještine pisanja, čitanja i računanja, uključuje i osposobljenost za čitanje s razumijevanjem, vještine komuniciranja, znanja stranih jezika i korištenja suvremenih informacijskih i komunikacijskih tehnologija, sposobnost rješavanja problema, vještine i spremnost za timski rad, prihvatanje drugih i drugačijih, te osposobljenost za cjeloživotno učenje. To je **sekundarna ili funkcionalna pismenost**. Postoji i **tercijarna pismenost** koja obuhvata nove tehnologije informatiku, kompjutersku pismenost, internet...

Organizacija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, nauku i kulturu (UNESCO) daje slijedeće definicije vezane za pismenost:

- ✓ osoba je pismena ako može s razumijevanjem napisati i pročitati jednostavnu rečenicu o svom svakodnevnom životu,
- ✓ osoba je nepismena ako nije u stanju napisati i pročitati jednostavnu rečenicu o svom svakodnevnom životu,
- ✓ osoba je funkcionalno pismena ako se može uključiti u sve aktivnosti u kojima je potrebna pismenost za efikasno učešće u svojoj bližoj i daljoj okolini, te svojim sposobnostima čitanja, pisanja i računanja može doprinijeti ličnoj dobrobiti i dobrobiti društvene zajednice u kojoj živi,
- ✓ osoba je funkcionalno nepismena ukoliko se ne može uključiti u sve aktivnosti u kojima je potrebna pismenost za efikasno učešće u svojoj bližoj i daljoj okolini, te svojim sposobnostima čitanja, pisanja i računanja ne može doprinijeti ličnoj dobrobiti i dobrobiti društvene zajednice u kojoj živi.

Funkcionalna pismenost petnaestogodišnjaka u Bosni i Hercegovini

Bosna i Hercegovina je 2018. godine prvi put učestvovala u programu Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) za međunarodnu procjenu učenika (PISA), a nedavno objavljeni rezultati testiranih petnaestogodišnjaka potaknuli su niz rasprava o kvalitetu našeg obrazovanja kroz koje učenice i učenici ne razvijaju kritičko, već samo reproduktivno mišljenje. Bosna i Hercegovina je zauzela 62. mjesto među 79 zemalja čiji su učenici učestvovali u testiranju.

PISA mjeri funkcionalno znanje, vještine i sposobnosti učenika, odnosno njihovu sposobnost za rješavanje problema, te ukazuje koliko je znanje koje učenici posjeduju primjenjivo u daljnjem životu. Upravo se zbog toga PISA provodi među petnaestogodišnjacima, pomažući nam da saznamo u kolikoj su mjeri učenici nakon

završenog obaveznog obrazovanja pripremljeni za nastavak školovanja, uključivanje u proces rada i aktivno učestvovanje u društvu.

Rezultati PISA testiranja u Bosni i Hercegovini nisu zadovoljavajući i pokazali su, između ostalog, da je polovina testiranih bosanskohercegovačkih školaraca pokazala nezadovoljavajući nivo **funkcionalne pismenosti**, odnosno kompetencija neophodnih za puno učešće u suvremenom društvu, a one prvenstveno podrazumijevaju razvoj kritičkog mišljenja.

Ovo je prvi put da je BiH dobila realne, međunarodno mjerljive pokazatelje koliko je kvalitetno obrazovanje u našoj zemlji i kakvim znanjem, vještinama i sposobnostima raspolažu učenici iz BiH. Nadamo se i očekujemo da će rezultati PISA testiranja biti poticaj obrazovnim vlastima za provođenje ozbiljne reforme obrazovnog sistema koja će omogućiti našim učenicima da uče u povoljnijem okruženju, u školama usmjerenim na djecu i stiču funkcionalna znanja neophodna za aktivno učešće u društvu.

Šta mislite o slijedećoj izreci?



Ako dijete ne može učiti na način na koji ga poučavamo, trebamo ga poučavati na način na koji može učiti.

Je li ovo dobra poruka za vaše nastavnike i roditelje?

Kompetencije

Jeste li čuli da ljudi za nekog kažu da je kompetentan, ili da nije kompetentan za neki posao? Znete li šta znači biti kompetentan?

Kompetencija je sposobnost neke osobe da kvalitetno obavi neku aktivnost.



Kompetencija je spoj znanja, vještina i stavova potrebnih svakoj osobi da bi aktivno i efikasno djelovala u određenoj situaciji. U svijetu koji se mijenja nevjerovatnom brzinom i koji je povezan, svakom od nas je neophodan čitav niz kompetencija koje se moraju razvijati kroz čitav život.

Znanja, vještine i stavovi su kvalitete koje su nam potrebne kako bismo uspješno obavili bilo koji zadatak. Znanje se odnosi na poznavanje teorije i činjeničnih informacija. Vještine se razvijaju kroz praksu. Stavove stičemo kroz odgoj u porodici, školi i zajednici. Možemo to pokazati na jednostavnom primjeru pečenja kolača. Da bismo ispekli dobar kolač nije dovoljno samo da znamo recept, odnosno potrebne sastojke, način i vrijeme pripreme. Potrebna nam je i vještina primjene znanja, odnosno sposobnost koja se razvija kroz praktičnu primjenu znanja.

Podsjeća li vas ovo na vaše obrazovanje? Jeste li tokom pohađanja osnovne škole stekli dovoljno praktičnih, odnosno funkcionalnih znanja? Znete li svoja znanja primijeniti u praksi?

Kao što smo već spomenuli, PISA testiranje je pokazalo nezadovoljavajući nivo funkcionalne pismenosti bosanskohercegovačkih petnaestogodišnjaka. Djeci nisu potrebna neupotrebljiva i nefunkcionalna znanja. Potrebno im je da nauče kako brzo i lako doći do sigurne i pouzdane informacije i da tu informaciju znaju upotrijebiti prilikom rješavanja nekog problema. Potrebno im je da uče u školi i van nje, da znaju komunicirati, da poštuju druge i drugačije. Odgoj i obrazovanje djece i mladih za kvalitetan život u 21. stoljeću usmjeren je prema izgrađivanju kompetencija nužno različitih od onih koje su bile dominantne u prošlim vremenima (komuniciranje na maternjem jeziku, komuniciranje na stranim jezicima, matematička pismenost i osnovna znanja iz nauke i tehnologije, digitalna

kompetencija, učenje kako učiti, građanska kompetencija, poduzetništvo, kulturna svijest i kreativnost).



Medijska pismenost

Medijska pismenost je jedna od ključnih kompetencija za život u 21. stoljeću i potrebna je svakom čovjeku da bi aktivno sudjelovao u društvu znanja. S obzirom na velik značaj medija i novih medijskih tehnologija u suvremenom društvu, može se reći da nema funkcionalne pismenosti bez medijske pismenosti.

Medijska pismenost je sposobnost ***pristupa, analize, vrednovanja i stvaranja različitih oblika medijskih poruka.***²

U središtu pojma medijske pismenosti nalazi se kritičko mišljenje o medijskim porukama koje primamo. Da biste naučili kritički razmišljati, potreban vam je odgoj i obrazovanje za medijsku pismenost, u školi i van nje.

Znate li čemu vas odgoj i obrazovanje za medijsku pismenost trebaju naučiti? Možete li se sjetiti šta ste u osnovnoj školi učili o medijskoj kulturi?

² Definicija utvrđena na Konferenciji o medijskoj pismenosti, 1992. godine

Ključne kompetencije koje odgoj i obrazovanje za medijsku pismenost trebaju razvijati su:

- a) kompetencije za razumijevanje medijskih sadržaja i njihovo kritičko tumačenje i vrednovanje
- b) tehničke kompetencije, vezane uz upotrebu medija i medijskih platformi
- c) praktične kompetencije za stvaranje i kreiranje medijskih sadržaja u cilju što aktivnije društvene uloge djece

Medijski odgoj uči nas da razmišljamo o porukama koje dobivamo iz medija, biramo medije koji su najbolji za nas, znamo ocijeniti njihove sadržaje i kako sami možemo učestvovati u proizvodnji medijskih sadržaja.

Da bi mediji pozitivno utjecali na vaše živote, morate naučiti da razumijete sve pozitivne strane medija (najznačajniji izvor informacija, zalaganje za opće dobro, poticanje i razvoj demokracije, zagovaranje slobode javne riječi ...), ali i one negativne strane koje donose masovni mediji (lažne vijesti, prikriveno oglašavanje, nasilje, senzacionalizam, povreda privatnosti, ugleda i časti, kršenje etičkih normi...).

Znate li da je najvažnijim međunarodnim dokumentom o dječijim pravima Konvencijom o pravima djeteta (CRC) utvrđeno pravo djece na izražavanje i informiranje?

Evo kako glasi član 13. Konvencije:

1. Dijete ima pravo na slobodu izražavanja; to pravo mora, neovisno o granicama, uključivati slobodu traženja, primanja i širenja obavijesti i ideja svake vrste, usmeno ili pismeno, štampom ili umjetničkim oblikovanjem ili kojim drugim sredstvom prema izboru djeteta.
2. Uživanje ovoga prava može biti podvrgnuto samo onim ograničenjima koja su određena zakonom i koja su prijeko potrebna: a) radi zaštite prava i ugleda drugih, ili b) radi zaštite nacionalne sigurnosti ili javnog poretka (ordre public), javnog zdravlja ili morala.



Član 17. Konvencije također govori o vašem pravu na informiranje:

Države stranke priznaju važnost koju imaju sredstva javnog informiranja te će djetetu osigurati pristup obavijestima i materijalima iz različitih nacionalnih i međunarodnih izvora, osobito onih koji teže promicanju društvene, duhovne i moralne dobrobiti djeteta, kao i njegova tjelesnoga i duševnoga zdravlja. U tom cilju, države stranke će: a) poticati sredstva javnog informiranja na širenje obavijesti i materijala koji za dijete imaju društvenu i kulturnu vrijednost u duhu člana 29.; b) poticati međunarodnu suradnju u proizvodnji, razmjeni i širenju takvih obavijesti i materijala iz raznovrsnih kulturnih, nacionalnih i međunarodnih izvora; c) poticati proizvodnju i širenje knjiga za djecu; d) poticati sredstva javnog informiranja da osobitu pažnju posvete jezičnim potrebama djeteta koje pripada manjinskoj grupi ili je starosjedilačkog porijekla; e) imajući na umu odredbe člana 13. i 18., poticati razvoj odgovarajućih uputa za zaštitu djeteta od obavijesti i materijala koji štete njegovom razvoju.

Mediji

Značenje pojma: medij je posrednik u prenošenju poruke.

Po svom osnovnom značenju mediji su oblici prenošenja poruka. Uobičajeni medijski kanali su štampa, radio i televizija, internet, ali i razne vrste umjetnosti, industrijske forme, oglasi... Sigurno ste čuli da ove medije nazivamo masovnim medijima.



Danas, kada govorimo o medijima, najčešće mislimo na masovne medije. Zašto ih zovemo masovni? Zato što su usmjereni na veliki broj ljudi. Oni prenose informacije od onoga ko poruku šalje (novinara) putem nekog kanala (novina, televizije, radija, interneta) do onoga ko poruku prima, odnosno publike (to smo mi).

S dolaskom novih informacionih i komunikacionih tehnologija, domet i utjecaj tradicionalnih medija (radio, televizija i novine) je višestruko uvećan, a informacije i vijesti su postale dostupnije nego ikad prije. U epohi informacija, novinari, informacioni profesionalci i informativni mediji imaju najznačajniju ulogu u omogućavanju pristupa informacijama koje su važne za građane i njihovo demokratsko učešće.

Glavni **zadatak medija** je prenošenje različitih vrsta informacija širokoj javnosti. Zbog količine kvalitetnih i važnih informacija, mediji imaju veliki značaj u životu svakog čovjeka, pa tako i djece i mladih. U svijetu u kojem danas živimo, od velike je važnosti imati kvalitetne informacije. Pozitivne strane medija su vidljive u količini kvalitetnih i važnih informacija koje su od velikog značaja u životu svih ljudi.

Mediji nam donose informacije o svijetu koji nas okružuje, ali i utiču na naše osjećaje, razmišljanje, oblikovanje stavova o drugim osobama i događajima, kao i na prihvatanje ili odbacivanje određenih vrijednosti.



Mediji utiču na svakog od nas - na djecu, mlade i odrasle. To su sistemi javnog informiranja koji nam prezentiraju razne sadržaje. Medije često nazivamo trećim odgajateljima djece i mladih, odmah nakon porodice i škole, a osnovna svrha im je informiranje, zabava i obrazovanje.

Vrste medija:

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

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

Kritičko mišljenje

Jedno od važnih pitanja vezanih za medije odnosi se na istinitost informacija koje nam oni donose. Zbog toga je važno naučiti kako razlikovati istinitu informaciju od neistinite ili poluistinite. Da bismo to mogli, neophodan je razvoj kritičkog mišljenja. Kritičko mišljenje je usmjereno na odlučivanje o tome u šta ćemo vjerovati i šta ćemo na osnovu toga činiti. Kada su u pitanju mediji, to je sposobnost koja se odnosi na razumijevanje i ocjenjivanje njihovih sadržaja.

Kritičko mišljenje je jedan od najvažnijih elemenata koje podrazumijeva medijska pismenost, jer nam omogućava da donosimo vlastiti sud o nekom medijskom sadržaju. Za medijsku pismenost potrebno je kritičko razumijevanje medijskog sadržaja. Zbog toga uvijek moramo postavljati pitanja i tražiti odgovore.



Najkraće rečeno, kritičko mišljenje je sposobnost proučavanja i analize informacija i ideja da bi se one razumjele, da bi se procijenila njihova vrijednost i istinitost, umjesto da se uzmu 'zdravo za gotovo'.

Vjerujete li svemu što čujete na radiju ili TV ili pročitate u štampi, na internetu ili nekoj od društvenih mreža? Možete li povjerovati u ovo?



„Naučnici otkrili korijen koji ubija 98 posto stanica raka u samo 48 sati.“,

"Biljka koja prisiljava stanice raka da počine samoubojstvo u 24 sata.“,

Dok čitate neku vijest ili gledate TV emisiju trebate se zapitati:

1. Je li tema objektivno prikazana?
2. Je li prikazana i druga strana događaja?
3. Ko govori ili piše o temi?
4. Koga se još moglo pozvati da govori o toj temi?
5. Koju poruku vijest ili emisija stvarno želi poslati?

TEMATSKA CJELINA II

STVARNI SVIJET I NJEGOV ODRAZ U SVIJETU MEDIJA

Medijska pismenost nam je potrebna da bismo mogli vidjeti i razumjeti razliku između stvarnog svijeta (onog u kojem živimo) i svijeta koji nam prikazuju mediji. Kada ste medijski pismeni, kada imate razvijeno kritičko mišljenje, moći ćete prepoznati da li je neka medijska poruka istinita ili nije.

Mediji nam nude mnoštvo načina komuniciranja i donose više informacija nego ikada prije, ali oni istovremeno i kontroliraju šta i kako komuniciramo. Živimo u medijskoj kulturi. Moderna komunikacija koja se zasniva na medijima i koju mediji kontroliraju izazov je za svakog pojedinca, a posebno za djecu i mlade. Djeca često bez ikakve provjere vjeruju u ono što mediji objavljuju.

Za svakog od nas, a posebno za djecu, važno je da znamo provjeriti istinitost neke informacije, posebno kada su u pitanju novi mediji, koji su svakom djetetu koje ima pametni telefon ili tablet dostupni bez ograničenja. Velik je broj informacija na internetu koje su neprovjerene, netačne, a često i opasne. Svijet medija razlikuje se od stvarnog svijeta. Nama je važno da naučimo živjeti u stvarnom svijetu, a ne u svijetu medija.

Tada ćete razumjeti da za sretan i ispunjen život nije potrebno imati sve što medijske reklame preporučuju. To je jako važno za vas i vaše samopouzdanje.

Evo sad pitanja za vas: ***Jesu li vaši profili na Facebook stranicama realna slika vaših života? Šta postavljate na Facebook? Kako birate sadržaje i fotografije?***



Pojavom društvenih mreža, virtualne zajednice dobile su daleko veće dimenzije, a i moći. Danas, jedna od najpopularnijih društvenih mreža je Facebook. Mladim generacijama se neposjedovanje Facebook profila dovodi u ravan sa gubljenjem

identiteta. Tzv. virtualni identitet postaje neophodan u suvremenoj socijalizaciji čovjeka 21. stoljeća.

Virtualni identitet je produžetak "fizičkog ja", koji stvaramo kako bismo komunicirali s drugima na mreži. Predstavljanje vlastitoga ja u digitalnoj sferi vodi ka oblikovanju identiteta koji nužno ne odgovara "realnom ja".



Virtualni (internet ili digitalni) identitet

Ljudi na društvenim mrežama nekad objavljuju stvari u želji da njihove objave postanu jako popularne - **viralne**. Viralni sadržaj predstavlja određeni sadržaj koji se velikom brzinom, poput virusa, širi putem interneta. Zbog reakcija okoline u vidu lajkova i komentara osoba se odmah osjeća bolje, što joj daje i određenu dozu samopouzdanja.

Suvremeni mediji komuniciranja bitno su uticali na promjenu ljudske osjećajnosti, s jedne strane, oduševljeni smo njihovim učincima koji nam otvaraju nove poglede na svijet, a s druge strane, osjećamo i otpor prema takvom komuniciranju sa svijetom, jer negdje u podsvijesti naslućujemo da takvo komuniciranje nije „ono pravo“.

Kroz suvremene medije imamo uvid u privatne živote slavnih koji nam je senzacionalno predstavljen. Javne osobe, sportisti i estradne zvijezde imaju poseban utjecaj na javnost. Upravo zbog takvog utjecaja medija, imamo potrebu da i naši privatni životi sve više budu transparentni. Ako su nam nametnuti takvi uzori, prije ili kasnije poželjet ćemo ih barem djelomično oponašati.

Pitanje za vas: **Da li su vam zanimljive informacije koje nam mediji šalju o životima slavnih? Da li ste nekad došli u situaciju da oponašate živote slavnih?**



Informacije primamo putem interneta i ostalih suvremenih medija i one su nam na dohvataju ruke, međutim, **ono što nam se prezentira nije uvijek odraz naše stvarnosti.**

Mediji utiču na formiranje mišljenja ljudi u društvu i veoma su važni za obrazovanje sistema vrijednosti i stavova. Oni mogu na pozitivan, ali i negativan način uticati na živote djece i mladih u svim područjima njihovog razvoja, pa tako i na način na koji sklapaju prijateljstva, na način njihovog razmišljanja, na njihove stavove i ponašanje, na odnos prema svom tijelu i slično....

Svako dijete je u većoj ili manjoj mjeri svakodnevno izloženo uticaju medija. Sve manje je djece koja slobodno vrijeme provode u igri i druženju sa drugom djecom, a sve više onih koja sate provode uz internet, u tzv. virtuelnom svijetu i uz tv programe.

Upravo zbog svega navedenog, zbog ogromnog uticaja medija na živote ljudi, a posebno mladih ljudi bitno je svakodnevno medijsko opismenjavanje.

Što smo više izloženi informacijama u čiju pouzdanost ne možemo vjerovati, zahtjevi za medijskom pismenošću su veći.

Pitanje za vas: ***Da li provjeravate pouzdanost (istinitost) informacija?***

Pouzdanost, odnosno istinitost informacija može se provjeriti kroz kritičko vrednovanje izvora na internetu, odnosno provjeravanje ko stoji iza neke informacije. To svakako treba uzeti u obzir prije nego što povjerujemo u neku novu informaciju i naročito prije nego što je odlučimo lajkati, podijeliti, ili čak primijeniti.

Šta je to izvor?

Izvor je internetska stranica ili materijal iz kojega preuzimate informacije. Prema tradicionalnom pristupu kritičkom vrednovanju izvora razlikujemo **pisane, usmene i fizičke** izvore. Možemo ih kritički vrednovati u četiri laka koraka:

Za tekstove: Možete kopirati naslov ili cijelu rečenicu iz originala na određenoj internetskoj stranici i zalijepiti ih u pretraživač uz navodnike na početku i kraju rečenice.

Za slike: Možete se poslužiti funkcijom Google pretraživanje slika (images.google.com). Desnom tipkom miša kliknite na sliku i odaberite opciju Search Google for Image kako biste saznali više o njoj.

Zvučni (audio) zapisi: Kod zvučnih zapisa teško je odrediti da li je digitalni zapis koji ste pronašli na internetu autentičan, ali pretraga prema nazivu datoteke može vas navesti na pravi trag.

Za video: Pri kritičkom vrednovanju **video materijala** važno je obratiti pažnju na kvalitetu zapisa i osobu odgovornu za njegovo učitavanje. Komentari vezani uz video zapis također mogu poslužiti kao dodatni tragovi.

Kritičko vrednovanje izvora na internetu je jako bitno, jer daje nam sposobnost prepoznavanja jedne vrlo česte pojave na internetu, a to je „lažna vijest“.

Pitanje za vas: **Čitate li vijesti na internetu? Znate li šta je LAŽNA VIJEST (FAKE NEWS)?**



Lažne vijesti su netačne informacije plasirane u javnost putem novina ili interneta, koje se namjerno šire da bi se ljude prevarilo, zabrinulo ili uznemirilo.

Objavljaju se i u svrhu parodije, satire ili jednostavnog privlačenja pažnje (senzacionalizma)..

Cilj svakoga ko plasira lažne vijesti je da se takva vijest proširi među što više ljudi i da obmane javnost.

Znate li kako prepoznati lažnu vijest?

1. Razmisli o izvoru informacije (prouči stranicu na kojoj se nalazi informacija, pogledaj ostale informacije na toj stranici, razmisli da li ti se čine istinitima)
2. Pročitaj čitav tekst, ne samo naslov (naslovi su ponekad napisani tako da ne govore o onome što piše u članku, nekada je njihov cilj da te zainteresiraju da klikneš na naslov)
3. Prouči dodatne izvore informacija (potraži postoje li na internetu slične vijesti, piše li neko drugi o tome)
4. Provjeri autora i datum objave (možda se radi o staroj vijesti koja u današnje vrijeme zvuči potpuno drugačije)
5. Je li vijest možda šala? (ako je vijest jako neobična ili čudna, moguće je da se radi o šali)
6. Pitaj stručnjake (ako te vijest uznemirila, pitaj šta o tome misli neko kome vjeruješ, pokušaj o toj vijesti pronaći još informacija na stranicama za koje znaš da su pouzdane)

Lažne vijesti ponekad, nažalost, prenosimo i svojoj porodici, prijateljima i poznanicima, suradnicima i kolegama na poslu i to putem elektroničke pošte, društvenih mreža i na druge načine. Na taj smo način ustvari u pitanje doveli i svoju vjerodostojnost, tj. pokazujemo da nam se ne može vjerovati, jer nismo provjerili šta smo prenijeli.

TEMATSKA CJELINA III

MEDIJI I AKTIVIZAM

Aktivizam se najčešće definira kao nenasilna vrsta borbe za podizanje svijesti i rješavanje određenog problema u kojoj se nalazi određena grupa ljudi ili okolina. Pojedinaac koji se time bavi naziva se aktivist i njegov primarni cilj je napraviti promjenu u društvu. U rješavanju određenih pitanja i donošenju odluka u lokalnoj zajednici ali i na državnom nivou u velikoj mjeri sudjeluju i mladi.

Aktivizam mladih najčešće podrazumijeva:

- zajednički poduhvat mladih
- prilike za stjecanje novih stavova, znanja i vještina
- skup različitih zanimanja, talenata, mogućnosti i potreba (timski rad)
- lični doprinos mladih u ostvarivanju zajedničkih ciljeva i interesa
- fokus na potrebama mladih
- mogućnosti za nova iskustva i izazove.

Društvene mreže danas u velikoj mjeri utiču na sve oblike društvenog života, pa se u novije vrijeme počeo koristiti pojam „**digitalni aktivizam**“.

Digitalni aktivizam, također poznat kao **cyber aktivizam**, oblik je aktivizma koji koristi internet i digitalne medije kao platformu za masovnu mobilizaciju i političko djelovanje. Digitalni aktivizam je mjesto gdje se digitalni alati kao što su internet, mobilni telefoni, društveni mediji i slično koriste za provođenje društvenih i/ili političkih promjena.



Razvojem online medija ljudi su osjetili potrebu da stvaraju nove zajednice koje će se temeljiti na zajedničkim interesima i potrebama stvarajući tako virtualne zajednice na mreži prije nego u fizičkom svijetu.

Ljudi se online povezuju prema interesima i tako je povezivanje ljudi sa istim stavovima postalo lakše i brže.

Ljudi sami odlučuju da li će stupiti u neku virtualnu zajednicu i postati njenim članom. Zbog toga se ovakve zajednice formiraju u rasponu od strogo formalnih do potpuno neformalnih i tako je moguće voditi biznis online, održavati diplomatske odnose, ali i ostvariti opuštenu druženja.

Pitanje za vas: *U koju svrhu najviše koristite društvene mreže? Jeste li član neke virtualne zajednice, neke grupe na Facebook-u ili na nekoj drugoj društvenoj mreži? Jeste li nekad sudjelovali u određenoj akciji koja je potekla sa društvenih mreža?*

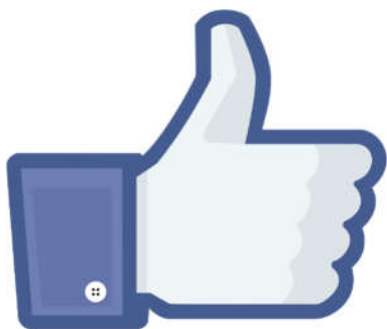
Od šeste do osamnaeste godine života, za vrijeme osnovne i srednje škole, mladi pred školskom tablom provedu 11000 sati, a 15000 sati provedu pred raznim medijskim ekranima.



**Možete li vrijeme pred ekranima koristiti produktivnije i odgovornije?
Jeste li razmišljali o aktivizmu kroz medije?**

Aktivizam kroz medije vidljiv je kroz različite javne pozive putem kojih se ciljne grupe uključuju u različite projekte, obuke, akcije, učenje... Vidljiv i kroz uključivanje u određene Facebook grupe, kroz potpisivanje različitih online peticija, kroz humanitarne akcije, pisanje i čitanje blogova, primanja informacija i širenja poruka putem Youtube-a, doniranje novca putem Facebook-a i slično.

Danas se upravo Facebook koristi za pokretanje određenih aktivnosti, pa se javnost danas povezuje putem online mreža i servisa i na taj način nastaje sasvim novi oblik tzv. virtualne javnosti, koja započinje svoje aktivnosti u mreži, a poslije ih prenosi u stvarni svijet (dobar primjer za to je organiziranje demonstracija ili protesta putem Facebooka). Facebook grupu možete kreirati o bilo kojoj temi i svi oni koji se učlanjuju u određene grupe tako podržavaju ciljeve i rad te grupe.



Možete li se sjetiti neke Facebook grupe koja je kreirana u svrhu aktivizma?

Online mediji imaju sposobnost uticanja na političku aktivnost građana. Sloboda izražavanja nije strogo ograničena, svaki član grupe može ostavljati svoje poruke i komentare koji su vidljivi ostalim članovima.

Virtualne zajednice pri društvenim mrežama su veliki korak u razvoju demokratije time što je moguće voditi diskusije čime se povećava nivo političkog aktivizma kod građana. Upravo iz tog razloga online mediji su privlačni masama. Svako ko ima mišljenje i objavi ga, dobija osjećaj da je učinio određeni korak u poboljšanju političke situacije i upravo takva interaktivna komunikacija između ljudi stvara osjećaj korisnosti i učešća.



Pitanje za vas: *Da li ste nekad dobili poziv za učešće u nekom obliku građanskog aktivizma putem medija?*



Građanski aktivisti kroz medije nastoje postići što veću vidljivost svojih aktivnosti i dobiti potrebnu podršku za ostvarenje svojih aktivnosti i ciljeva.

Od mnogobrojnih primjera aktivizma kroz medije, navest ćemo vam tri značajna primjera:



Earth Hour, najveća je globalna volonterska akcija za očuvanje planeta, obilježava se 28. marta u 20:30 sati. Ova akcija pokrenuta je 2007. godine, a poznata je po simboličnom gašenju svjetla u trajanju od jednog sata. Kroz godine obilježavanja proširila se na više od 180 zemalja i 7500 gradova.



„Let's Do It“ projekt u Bosni i Hercegovini je počeo 2012. godine i do sada je u volonterskim akcijama čišćenja ilegalnih deponija otpada i sadnje drveća učestvovalo **184441 volontera**, koji su očistili oko **13350 tona** otpada i zasadili **446218 sadnica** raznih vrsta drveća. Mnogi volonteri su upravo pozive na akciju pronašli u medijima. „Let's Do It“ u Bosni i Hercegovini je dio svjetskog pokreta „Let's do it World“ u kojem učestvuje 168 zemalja i u kome je do sada uzelo učešće više od 35.000.000 volontera.



„Ice Bucket Challenge“ je akcija u kojoj su se sudionici u svrhu podizanja svijesti o ALS-u (jedna od najčešćih bolesti motorike) polijevali ledenom vodom i izazivali druge da učine isto. Svako izazvan ko se polio ledenom vodom je po originalnom izazovu trebao donirati jedan dolar A.L.S. Association udruženju za istraživanje, dok bi oni koji su odbili izazov trebali donirati 10 dolara. Izazov se proširio internetom te ubrzo postao viralan, prikupljeno je oko 115 milijuna dolara za A.L.S. Association udruženje.

Jedna od najvećih prednosti korištenja digitalnih alata za pozitivne promjene je sposobnost povezivanja s velikom zajednicom. Aktivist može objaviti slogan, sliku ili pojedinosti o nekom problemu, podijeliti ga s prijateljima, uključiti istomišljenike u online zajednice i distribuirati informacije putem svojih mreža za mnogo manje vremena i energije od tradicionalnijih metoda „vrata do vrata“ ili stajanja na uglovima ulica i tražeći od prolaznika da potpišu peticije.

Živjeti u današnjem turbulentnom okruženju i ne biti ovisan o suvremenim medijima, gotovo je nemoguća misija. Sve ono suvremeno što se dešava oko nas prebrzo ulazi u naše živote.

Upravo zbog toga, korisnici internet sadržaja, posebno mladi, trebalo bi da razviju sposobnost kritičkog rasuđivanja o informacijama koje se mogu pronaći u online svijetu, a u isto vrijeme da budu aktivni učesnici u komunikaciji koja se odvija putem novih tehnoloških platformi.

Potrebno je znanje i umijeće kako bismo bili u stanju poruke koje nam mediji šalju razumijevati različito od onoga kako bi htio njihov stvaralac, iz čega i proizlazi potreba **kritičkog posmatranja** i mogućnost otpora prema neželjenim učincima. Medijima moramo prići sa gledišta kritike i procjene.

Vrlo je bitno shvatiti važnost i jačinu medija u građanskom aktivizmu i uključiti se u sve ono što će nam pomoći da budemo aktivni učesnici u društvu.

SADRŽAJ

Predgovor3
Uvod4
Tematska cjelina I - Medijska pismenost u 21. stoljeću5
Tematska cjelina II - Stvarni svijet i njegov odraz u svijetu medija15
Tematska cjelina III - Mediji i aktivizam20
Sadržaj26