



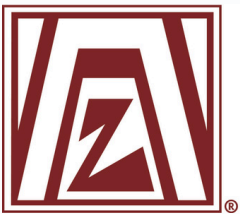
Co-funded by
the European Union

MEDEA

RAZVIJANJE MEDIJSKE PISMENOSTI ZA RAZOTKRIVANJE MANIPULACIJA I LAŽNIH
VESTI VEZANIH ZA RODNU RAVNOPRAVNOST



PROJECT N. 2024-1-LV01-KA210-ADU-000243248



ZONTA
CLUB OF
JELGAVA



NOVOSADSKA
NOVINARSKA
ŠKOLA





Co-funded by
the European Union



PREGLED

1. Modul 1 - Razumevanje meta-nivoa kritičkog mišljenja
 2. Modul 2 - Tehnike provere činjenica i verifikacija informacija
 3. Modul 3 - Rodno zasnovano nasilje posredovano tehnologijom
 4. Modul 4 - Kako sprečiti i boriti se protiv nasilja posredovanog tehnologijom
 5. Modul 5 - Razumevanje konstrukcije medija
 6. Modul 6 - Potrošnja medija i njen uticaj na percepciju
-

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Authors

© MARCH 2025 – Skill Up srl

This publication was carried out with the financial support of the European Commission under Erasmus + Project “Medea. Developing Media Literacy to debunk gender-related media manipulation and fake news”, n. 2024-1-LV01-KA210-ADU-000243248

Attribution, share in the same condition



CC BY-SA: You are free to Share- copy and redistribute the material in any medium or format and Adapt – remix, transform, and build upon the material for any purpose, even commercially. The licensor cannot revoke these freedoms as long as you follow the license terms under the following terms:

Attribution – you must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made. You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggest the licensor endorses you or your use

ShareAlike- If you remix, transform or build upon the material, you must distribute your contribution under the same license as the original

No additional restrictions – you may not apply legal terms.

MODUL 5

Razumevanje medijske konstrukcije

Novi Sad School of
Journalism



PROJECT N. 2024-1-LV01-KA210-ADU-000243248



Co-funded by
the European Union



PREGLED

1. UVOD U MEDIJSKU PRODUKCIJU	1
2. HAJDE DA POGLEDAMO VESTI	2
3. TRENING MODUL	3
4. ZAKLJUČCI	4





Razumevanje medijske konstrukcije

Kroz istoriju, mediji su igrali ključnu ulogu u oblikovanju društava, prenošenju znanja i uticanju na javno mnjenje. Od najranijih oblika komunikacije, kao što su usmena pripovedanja i pećinske slike, do složenih digitalnih mreža današnjice, mediji su se neprestano razvijali, prilagođavajući tehnološkim napretcima i potrebama društva.

Svako doba donelo je nove načine distribucije informacija, transformišući način na koji ljudi komuniciraju sa svetom oko sebe. U drevnim civilizacijama, mediji su uglavnom postojali u obliku usmene reči, natpisa i rukopisa, omogućavajući vladarima, verskim vođama i učenjacima da sačuvaju i prenose kulturne narative, zakone i verovanja. Sa izumom štamparske prese u 15. veku, pisano znanje postalo je široko dostupno, revolucionišući širenje ideja i doprinoseći velikim društvenim promenama poput Reformacije i Prosvetiteljstva. Štampane knjige, pamfleti i novine omogućili su širenje informacija na neviđeni nivo, podstičući pismenost i javni dijalog.

U 19. i ranom 20. veku pojavili su se masovni mediji kroz novine, fotografiju, a kasnije i radio i film. Ove nove tehnologije omogućile su bržu i neposredniju komunikaciju, dopirući do većih publika i čineći vesti, zabavu i političke poruke dostupnijim široj javnosti. Uvođenje televizije sredinom 20. veka dodatno je transformisalo konzumaciju medija, stvarajući kulturu vizuelnog pripovedanja koja je postala dominantan oblik masovne komunikacije. Televizijske vesti, politički govori i reklame počeli su da oblikuju javnu percepciju na neviđenom nivou, jačajući moć medija kao alata za informisanje i ubeđivanje.

Sa usponom interneta i digitalne komunikacije krajem 20. i početkom 21. veka, mediji su ušli u novu fazu interaktivnosti i personalizacije. Tradicionalni, centralizovani model širenja informacija, gde su novine i emitterske mreže kontrolisale tok vesti, ustupio je mesto decentralizovanim i participativnim platformama. Pojava društvenih mreža, servisa za strimovanje i algoritamski vođenog distribuiranja sadržaja duboko je promenila način na koji ljudi konzumiraju i komuniciraju sa medijima. Informacije su sada instantne, prilagođene individualnim preferencijama i dostupne u svakom trenutku, što je dovelo do novih medijskih navika koje naglašavaju brzinu, kratke formate sadržaja i konstantnu uključenost.



Ova transformacija nije samo promenila način pristupa informacijama, već je uticala i na kritičko mišljenje i način na koji ljudi percipiraju stvarnost. Kako su medijski formati prelazili od dugotrajnih, dubinskih angažmana ka brzim, vizuelno vođenim i visokointeraktivnim iskustvima, promenila se i dubina obrade informacija. Evolucija medija nastavlja da redefiniše javni diskurs, društvene dinamike, pa čak i političke strukture, jačajući svoju ulogu kao jedne od najsnažnijih sila u oblikovanju ljudske misli i ponašanja. Digitalizacija je proširila medijske kanale do te mere da su pojedinci neprestano bombardovani ogromnim brojem poruka, slika i zvukova. Ovaj preveliki priliv digitalnih stimulusa ne utiče samo na našu fiziologiju, već izaziva i naše kognitivne sposobnosti, naročito kritičko mišljenje, rezonovanje i pažnju. Kada smo suočeni sa kontinuiranim tokom informacija, naš mozak ima tendenciju da radi u stanju kognitivnog preopterećenja, što otežava duboku analizu ili refleksivno razmišljanje. Brzina i fragmentisanost digitalnog sadržaja mogu dovesti do površnog procesuiranja informacija, gde brzopleti zaključci zamenjuju pažljivo razmatranje. Vremenom, to može umanjiti našu sposobnost da detaljno proveravamo informacije, dovodimo u pitanje izvore i promišljeno procenjujemo složena pitanja – veštine koje su ključne za donošenje dobrih odluka i informisano građanstvo. Razumevanje ovih kognitivnih uticaja od suštinskog je značaja za razvoj efektivnih strategija medijske pismenosti, koje nam omogućavaju da povratimo kontrolu nad pažnjom i unapredimo kvalitet kritičkog odnosa prema medijima.

Medijska pismenost odnosi se na sposobnost kritičkog analiziranja, ocenjivanja, kreiranja i deljenja medijskog sadržaja sa svesnošću i namerom. To znači znati kako postaviti prava pitanja: Ko je kreirao ovu poruku? Zašto? Ko je ciljna publika? Koje vrednosti se promovišu? Šta je izostavljeno?



Na primer, kada naiđemo na objavu na društvenim mrežama koja tvrdi da su „naučnici konačno otkrili lek za starenje“, osoba sa medijskom pismenošću neće odmah poverovati ili podeliti senzacionalistički naslov. Umesto toga, postaće pitanja: Ko su ti naučnici? Koji je izvor informacije? Da li članak pruža dokaze ili je osmišljen da izazove emotivnu reakciju? Taj trenutak propitivanja odvaja informisanog građanina od pasivnog konzumenta medija.

Da bismo se bolje snalazili u svetu informacija, medijska pismenost se oslanja na nekoliko osnovnih ideja koje čine njen teorijski temelj:

- Medijske poruke su konstruisane – one nisu odraz stvarnosti, već njene interpretacije.
- Svaka poruka koristi specifične oblike i jezik da prenese značenje.
- Ljudi različito tumače medijski sadržaj, u zavisnosti od svog porekla i perspektive.
- Mediji imaju komercijalne i političke ciljeve.
- Sve poruke nose vrednosti i ideologije.

Medijska pismenost nam daje veštine da kritički procenjujemo i propitkujemo informacije koje konzumiramo, omogućavajući nam da prepoznamo i prevaziđemo sopstvene urođene pristrasnosti. Učeći kako se medijske poruke konstruišu, identifikujući tehnike kojima se oblikuju mišljenja i razumevajući osnovne namere kreatora sadržaja, postajemo pažljiviji potrošači. Ovaj kritički pristup pomaže nam da otkrijemo suptilne oblike pristrasnosti – bilo da se manifestuju kroz stereotipne prikaze, selektivno oblikovanje ili emotivno nabijene narative. Kao rezultat, medijska pismenost nas osnažuje da tražimo različite perspektive, osporavamo sopstvene predrasude i učestvujemo u informisanim diskusijama. Na kraju, ona podstiče uravnoteženiji pogled na svet, omogućavajući nam da donosimo odluke zasnovane na dubljem razumevanju, a ne na refleksnim, pristrasnim reakcijama.

Razumevanje medijske konstrukcije

Uvod

U ovoj sesiji istražićemo razvoj medija i ulogu koju oni igraju u društvu. Kroz vođenu diskusiju, učesnici će takođe razmotriti svoje medijske navike. Razumevanje samih medija jednako je važno kao i razumevanje načina na koji ih koristimo, naročito u današnjem složenom društvu informacija. Transformacija medija — zajedno sa kanalima kroz koje primamo poruke i promenljivim formatima komunikacije — značajno utiče na način na koji pristupamo informacijama. Ove promene oblikuju naše kritičko mišljenje, sposobnost fokusiranja i čak naša očekivanja od medija. Postavlja se ključno pitanje: da li je naš subjektivni osećaj da smo dobro informisani zaista tačan ili je to samo iluzija?

Napomena za trenera radionice: Podstaknite učesnike na otvorenu diskusiju, naglašavajući da nema pogrešnih odgovora. Svi govore iz svog iskustva, a zajedno ćemo oblikovati zaključke ove sesije.

Vreme

60 min

Materijali

Flipčart, lepljive beleške i nekoliko markera za pisanje
Pripremite materijale na flipčartovima unapred, koje će učesnici kasnije popunjavati tokom diskusije. Uvod služi kao podsetnik i pruža širi okvir za temu. Ovo će vam pomoći da se osećate sigurnije u vođenju sesije.



Razumevanje medijske konstrukcije

Pitanje

Kroz istoriju, mediji su igrali centralnu ulogu u oblikovanju društava, prenošenju znanja i uticanju na javno mnjenje. Od najranijih oblika komunikacije, kao što su usmena pripovedanja i pećinske slike, do složenih digitalnih mreža današnjice, mediji su se neprestano razvijali, prilagođavajući se tehnološkim naprecima i potrebama društva.

Hajde da pogledamo vremensku liniju i pokušamo da popunimo kako su se mediji razvijali, kako su se poruke prenosile nekada, i kako to izgleda danas.

Napomena za trenere: Prikažite učesnicima vremensku liniju koju ste prethodno nacrtali na flipčartu. Počnite od najranijih vremena i zamolite učesnike da na pravom mestu na liniji postavite različite vrste medija ili važne događaje vezane za medije.

Predlog vremenske linije: 35.000 p.n.e., 776. p.n.e., 1884, 1876, 1902, 1927, 1960, 1969, 1991, 1994, 1996, 2004, 2006, 2007, 2010, 2011

Odgovor

35.000 p.n.e. – Najranije poznate pećinske slike – Prvo vizuelno pripovedanje i simbolička komunikacija.

776 p.n.e. – Prve „zabeležene“ Olimpijske igre – Znanje se čuvalo usmenom tradicijom i pripovedanjem.

1876 – Telefon patentirao Aleksandar Grejem Bel – Osnova za audio ličnu i masovnu komunikaciju.

1902 – Prvi transatlantski radio signal (Markoni) – Početak globalne bežične komunikacije.

1927 – Prvi javni radio prenos i transatlantski TV test – Početak emitovanja uživo audio i video sadržaja.

1960 – Prvi televizijski debatni duel za predsedničke izbore u SAD – Televizija počinje da oblikuje političku percepciju.

1991 – World Wide Web postaje dostupan javnosti – Masovni pristup digitalnim informacijama počinje.

1994 – Prvi online baner oglas – Početak digitalne reklamne ekonomije.

1996 – Google počinje kao istraživački projekat – Otvara put ka modernoj pretrazi i pristupu informacijama.

2004 – Pokretanje Facebook-a

2005 – Pokretanje YouTube-a – Online deljenje video sadržaja menja kreiranje i konzumaciju sadržaja.

2006 – Pokretanje Twitter-a – Pojava mikroblogovanja i komunikacije u realnom vremenu.

2007 – Prvi iPhone se pojavljuje – Mobilni mediji postaju centralni deo svakodnevnog života.

2010 – Pokretanje Instagram-a – Uspon vizuelnih medija, influensera i mobilnog pripovedanja.

2011 – Protesti Arapskog proleća pojačani društvenim mrežama – Društvene platforme korišćene za organizaciju političkih pokreta.

2011 – Pokretanje Snapchat-a – Uvođenje efemernog sadržaja i novih trendova u vizuelnoj komunikaciji.



Razumevanje medijske konstrukcije

Odgovor

2015 – Lansiran Periscope (aplikacija za prenos uživo) – Povečava sadržaj uživo i angažman publike u realnom vremenu.

2016 – TikTok (međunarodno lansiran kao Musical.ly) – Počinje globalni uspon korisnički generisanog kratkog video sadržaja.

2017 – Instagram uvodi funkciju Stories – Preuzima format Snapchata, a priče postaju novi medijski standard.

2018 – Privatnost podataka i manipulacija algoritmima postaju tema javne debate (skandal sa Cambridge Analytica) – Ističe uticaj algoritamskih medija i korišćenja podataka na oblikovanje mišljenja.

2020 – Ogroman porast konzumacije medija zbog pandemije COVID-19 – Društvene mreže, platforme za striming i video konferencije (Zoom, TikTok, YouTube) beleže rekordni rast.

2022 – Globalno lansirana aplikacija BeReal – Odbacuje kurirani sadržaj i podstiče nefiltrirano deljenje.

2023 – Objavljen Threads od Meta – Aplikacija slična Twitteru, predstavljena kao alternativa za diskusije u realnom vremenu.

2024 – AI-generisani sadržaj postaje široko rasprostranjen – Glavne platforme počinju da integrišu generativne AI alate (poput ChatGPT-a) u pretragu i komunikaciju.

Pitanje

Nakon popunjavanja vremenske linije, pitajte učesnike kakav utisak imaju sada kada pogledaju vremensku liniju? Šta možemo reći o transformaciji medija i njenom uticaju na društvo?



Razumevanje medijske konstrukcije

Odgovor

Možemo приметiti da razvoj medija i komunikacionih kanala često prati obrasce industrijskih revolucija kroz istoriju. Međutim, za razliku od industrijskih revolucija 18. i 19. veka, više nemamo utisak da ciklus tehnološkog razvoja i evolucije ikada zaista prestaje. Formati u kojima se danas šalju i primaju medijske poruke značajno se razlikuju od kanala i poruka kojima smo bili izloženi pre samo deset godina. Ovo možemo posmatrati kao dvostranu uličicu — mediji neprestano menjaju svoj format, dok se istovremeno naše medijske navike i očekivanja razvijaju. Kao odgovor na to, mediji se ponovo prilagođavaju, oblikujući svoje formate u skladu sa trendovima publike i obrascima angažmana, stvarajući kontinuirani ciklus transformacije.

Kao što smo videli događaj iz 1960. godine (predsednička debata), a zatim pogledali sve događaje označene posle 2011, možemo zaključiti da je došlo do masovne promene i da medijska evolucija na gotovo svaki aspekt ljudskog života ima snažan i neizbežan uticaj.

Pitanje

Ako analiziramo karakteristike medija kroz vreme i podelimo ih na tradicionalne i digitalne medije, možemo uočiti i sličnosti i razlike. S obzirom na njihovu ulogu u društvu, tradicionalni i novi mediji u svojoj suštini dele tri ključne sličnosti:

1. Informacije – I tradicionalni i novi mediji služe kao izvori informacija. Omogućavaju pristup vestima, zabavi, obrazovanju i drugom sadržaju.
2. Promocija – Oba tipa medija koriste se za promociju proizvoda, usluga, političkih kampanja i drugih oblika javne komunikacije.
3. Društveni uticaj – Tradicionalni i novi mediji imaju značajan društveni uticaj. Oba mogu oblikovati javno mnjenje, podstaći diskusije i pokretati društvene promene.

Koje bi bile razlike?

Napomena za trenera – dozvolite učesnicima da diskutuju i razgovaraju o razlikama koje su već pripremljene na flipčartovima ili PPT slajdovima sa samo podebljanim karakteristikama koje ćete pronaći u narednoj „odgovor“ sesiji, a usmeno objasnite o čemu se radi u svakoj kategoriji nakon što učesnici završe sa izlaganjem svog razumevanja svake kategorije.



Razumevanje medijske konstrukcije

Koje su ključne razlike?

Format i dostupnost –

Tradicionalni mediji uključuju štampane novine, časopise, radio i televiziju, dok novi mediji obuhvataju internet, društvene mreže, blogove, podcaste i druge digitalne platforme. Novi mediji su često dostupni na više uređaja, uključujući računare, pametne telefone i tablete.

Za razliku od tradicionalnih medija, koji često zahtevaju da budete na određenom mestu da biste konzumirali sadržaj — poput gledanja televizije dok sedite udobno u fotelji — novi mediji su dostupni bilo gde, bilo da ste na pikniku, u restoranu, kod prijatelja ili čak na poslu.

Tradicionalni mediji takođe imaju ograničenja u prostoru. Novine i časopisi su ograničeni brojem stranica, dok radio i televizija imaju vremenska ograničenja — dan ima samo 24 sata, što ograničava količinu sadržaja koja može biti emitovana. Nasuprot tome, novi mediji nemaju takva ograničenja. Internet omogućava objavljivanje neograničenog sadržaja kroz različite kanale i u više formata.

Interaktivnost –

Novi mediji su često interaktivniji od tradicionalnih. Korisnici mogu komentarisati, deliti i učestvovati u kreiranju sadržaja, dok su tradicionalni mediji uglavnom pasivan oblik komunikacije.

Ova promena značajno je uticala na naše komunikacijske navike, omogućavajući pojedincima da javno izraze svoje stavove i osećaju se kao deo javnog dijaloga.

Brzina i dostupnost u realnom vremenu –

Novi mediji omogućavaju brzu razmenu informacija u realnom vremenu, dok tradicionalni mediji često imaju odlaganja u objavljivanju informacija.

Tradicionalni mediji su ograničeni prostorom i vremenom, sa unapred definisanim i strukturiranim rasporedima koji prilagođavaju njihove formate. Međutim, to ne znači da informacije nećemo dobiti na vreme — ponekad je odlaganje samo pitanje minuta ili sati.

Novi mediji, s druge strane, omogućavaju gotovo trenutne reakcije na društvene događaje. Iako to ima prednosti, postoji i rizik, jer brzina izveštavanja ponekad može dovesti do neadekvatno proverene informacije.

Brzina i dostupnost novih medija takođe su uticali na format medijskih sadržaja. Poruke su često kraće i sažete, što utiče na našu pažnju i očekivanja. Danas tražimo instant informacije, i budimo iskreni, često im posvećujemo samo nekoliko sekundi ili minuta.

Postoje i druge razlike poput:

- Troškovi i dostupnost
- Cenzura i kontrola
- Merenje i praćenje publike

Ovo nisu jedine razlike, i kako se tehnologija razvija, pojaviće se novi izazovi i prednosti. Iz ovih primera možemo videti kako formati novih medija utiču na naše medijske navike i percepciju medijskih poruka.

Iako ne možemo tačno predvideti kako će svet izgledati za 20 ili 30 godina, jedno je sigurno — promene će se nastaviti, a sa njima i mi.

Odgovor



Razumevanje medijske konstrukcije

Sve prethodno navedene karakteristike i informacije o transformaciji medija predstavljaju jedan od ključnih razloga promena u našoj percepciji kao potrošača medija. Završimo tako što ćemo razgovarati na koje načine i kako se naše navike konzumiranja razlikuju u odnosu na promene koje smo razmatrali.

Pogledajte tabelu i hajde da zajedno popunimo polja vezana za naše navike. Napomena za trenera: Pripremite tabelu unapred kao slajd u PowerPoint prezentaciji i prikažite je učesnicima.

Pitanje

Era	Primarni medijski format
Pre-20. vek	Knjige, novine, usmeno pripovedanje
20. vek (rani i srednji period)	Radio, kino, štampani časopisi
Kasni 20. vek	Televizija (kablovske vesti, zabavne emisije), VHS/CD/DVD
Rani 2000-ih	Veb sajtovi, online vesti, blogovi, YouTube
2010-2020+	Društvene mreže (Facebook, Twitter, TikTok, Instagram), platforme za strimovanje

Odgovor

Era	Primarni medijski format	Navike u korišćenju medija
Pre-20. vek	Knjige, novine, usmeno pripovedanje	Primer: Duboko čitanje, dug vremenski fokus, spora obrada informacija
20. vek (rani i srednji period)	Radio, kino, štampani časopisi	Pasivna konzumacija, planirano angažovanje (npr. radio emisije, bioskopske projekcije)
Kasni 20. vek	Televizija (kablovske vesti, zabavne emisije), VHS/CD/DVD	Pasivna ali rutinska konzumacija, multitasking uz druge kućne aktivnosti
Rani 2000-ih	Veb sajtovi, online vesti, blogovi, YouTube	Konzumacija na zahtev, povećana interaktivnost, kraći vremenski fokus
2010-2020+	Društvene mreže (Facebook, Twitter, TikTok, Instagram), platforme za strimovanje	Visoko fragmentirana konzumacija, instant zadovoljenje, kultura skrolovanja, preferencija ka kratkom i vizuelno privlačnom sadržaju



Razumevanje medijske konstrukcije

⊕ Odgovor

Napomena za trenera – Dozvolite učesnicima da na osnovu svega što je prethodno diskutovano navedu karakteristike naših medijskih navika. Zaključite sledećom izjavom: Ova tabela je „otvorena“ jer se promene neće zaustaviti, a sa promenama dolazi i naša percepcija. Bez obzira na to koliko postanemo digitalno pismeni i koliko više znamo o funkcionisanju medija nego pre, recimo, deset godina, često se javljaju novi oblici medija u takvom ritmu da nam je teško da im pariramo. Kao rezultat toga, često prihvatamo nečije lično mišljenje kao informaciju. Vremenom se primećuje trend da ljudi sve češće čitaju komentare drugih na objavama na društvenim mrežama i na osnovu njih formiraju svoje stavove, umesto da dublje ulaze u sam „tekst“ medija i postavljaju osnovna pitanja medijske pismenosti – Ko je autor ovog teksta? Da li tekst sadrži činjenice i izvore? Da li je medijska objava objektivna ili nas subjektivno ubeđuje u određeni stav? Mogu li proveriti tvrdnje iznete u medijskom tekstu?



SAŽETAK

Razumevanje medijske konstrukcije

PREGLED

Evolucija medija, od drevnih usmenih tradicija i pećinskih slika do savremenih složenih digitalnih mreža, neprestano menja način na koji društva komuniciraju, razmišljaju i formiraju stavove. U digitalnom dobu, ogroman obim i brzina medijskih poruka dovode do kognitivnog preopterećenja, što otežava našu sposobnost kritičke analize i refleksije o informacijama koje konzumiramo. Ovaj preveliki priliv često izaziva površnu obradu i brzoplete zaključke, zbog čega je neophodno razvijati veštine medijske pismenosti. Medijska pismenost osnažuje pojedince da preispituju način konstrukcije poruka, razumeju skrivene namere i pristrasnosti, i učestvuju u promišljenom i informisanom dijalogu.

ZAKLJUČAK 1 – RAZUMEVANJE EVOLUCIJE MEDIJA

- Prepoznati razvoj od usmenih tradicija i štampanih tekstova do digitalnih i društvenih medija.
- Razumeti kako je svaka medijska era transformisala širenje i konzumaciju informacija.

ZAKLJUČAK 2 – KOGNITIVNI UTICAJ DIGITALNOG PREOPTEREĆENJA

- Razumeti izazove za kritičko razmišljanje, rezonovanje i održavanje pažnje u digitalnom dobu.
- Prepoznati fiziološke i kognitivne efekte brzog i fragmentisanog konzumiranja medija.

ZAKLJUČAK 3 – ULOGA MEDIJSKE PISMENOSTI

- Razumeti zašto je važno naučiti kritički analizirati i procenjivati medijske poruke, propitujući njihove izvore, namere i skrivene pristrasnosti.





DODATNI MATERIJALI

BELEŠKE

- Ne zaboravite da omogućite učesnicima da izraze različita mišljenja i zapažanja.
- Komentarišite fenomen uticaja medija na društvo iz različitih perspektiva.
- Temeljite diskusiju na raznovrsnim iskustvima učesnika.

Naglasite da je svako mišljenje i zapažanje važno za proces učenja

DISKUSIJA

Pokušajte da razmislite o tome kako tako brza razmena informacija, podstaknuta tehnološkim napretkom, može uticati na budući razvoj društva. Podstaknite učesnike da se ne fokusiraju samo na negativne aspekte, već i da razmotre potencijalne pozitivne strane predstojećih promena.

MULTIMEDIA

Knjige:

- On the Evolution of Media: Understanding Media Change, Carlos A. Scolari
- Media Control, Noam Čomski
- Understanding Media and How They Work, Renee Hobbs
- https://mediaeducationlab.com/sites/default/files/Hobbs%252520What%252520Society%252520Needs%252520PDF_0.pdf





Co-funded by
the European Union

MEDEA

RAZVIJANJE MEDIJSKE PISMENOSTI ZA RAZOTKRIVANJE RODNO
ZASNOVANE MANIPULACIJE U MEDIJIMA I LAŽNIH VESTI

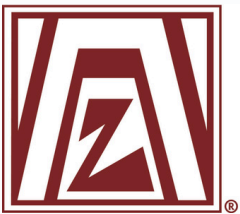


Ako ste vi ili neko koga
poznajete bio/la žrtva
rodno zasnovanog nasilja
olakšanog tehnologijom,
znajte da možete
potražiti pomoć i
prijaviti to:

- AUTONOMNI
ŽENSKI CENTAR

Niste sami!

PROJECT N. 2024-1-LV01-KA210-ADU-000243248



ZONTA
CLUB OF
JELGAVA



NOVOSADSKA
NOVINARSKA
ŠKOLA

