

MEDIJSKA PISMENOST

ABECEDA 21. STOLJEĆA





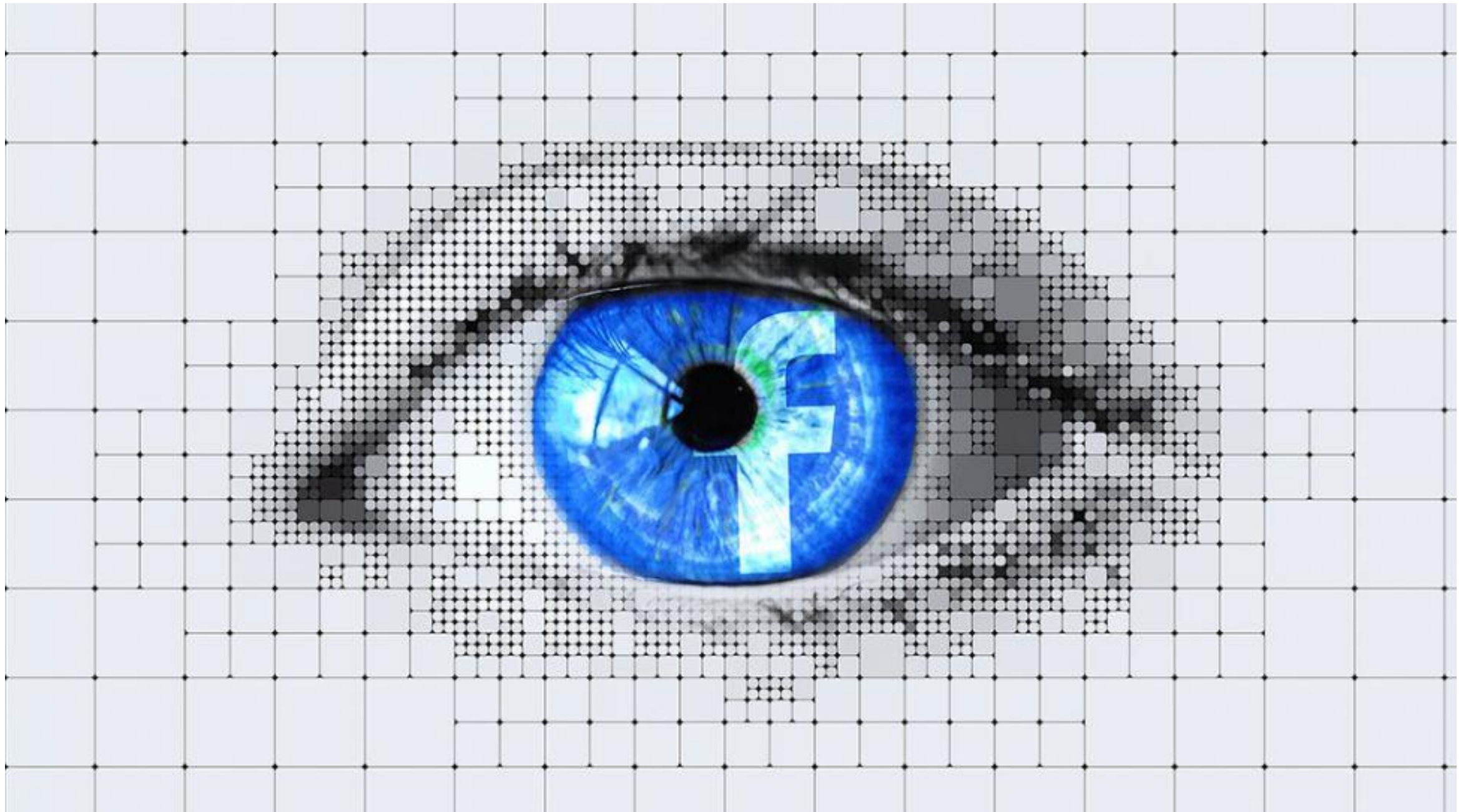




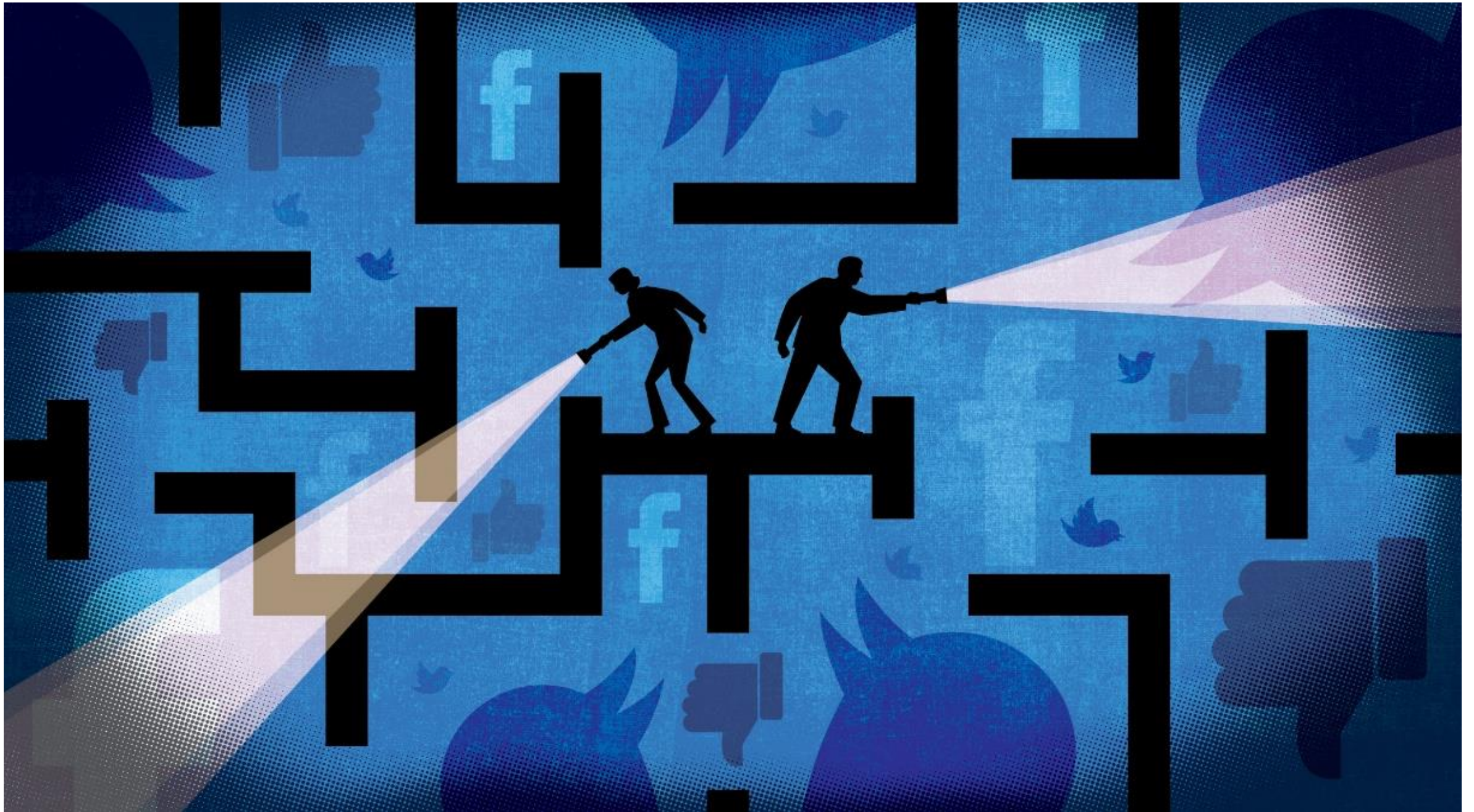














ŠTO JE MEDIJSKA PISMENOST?

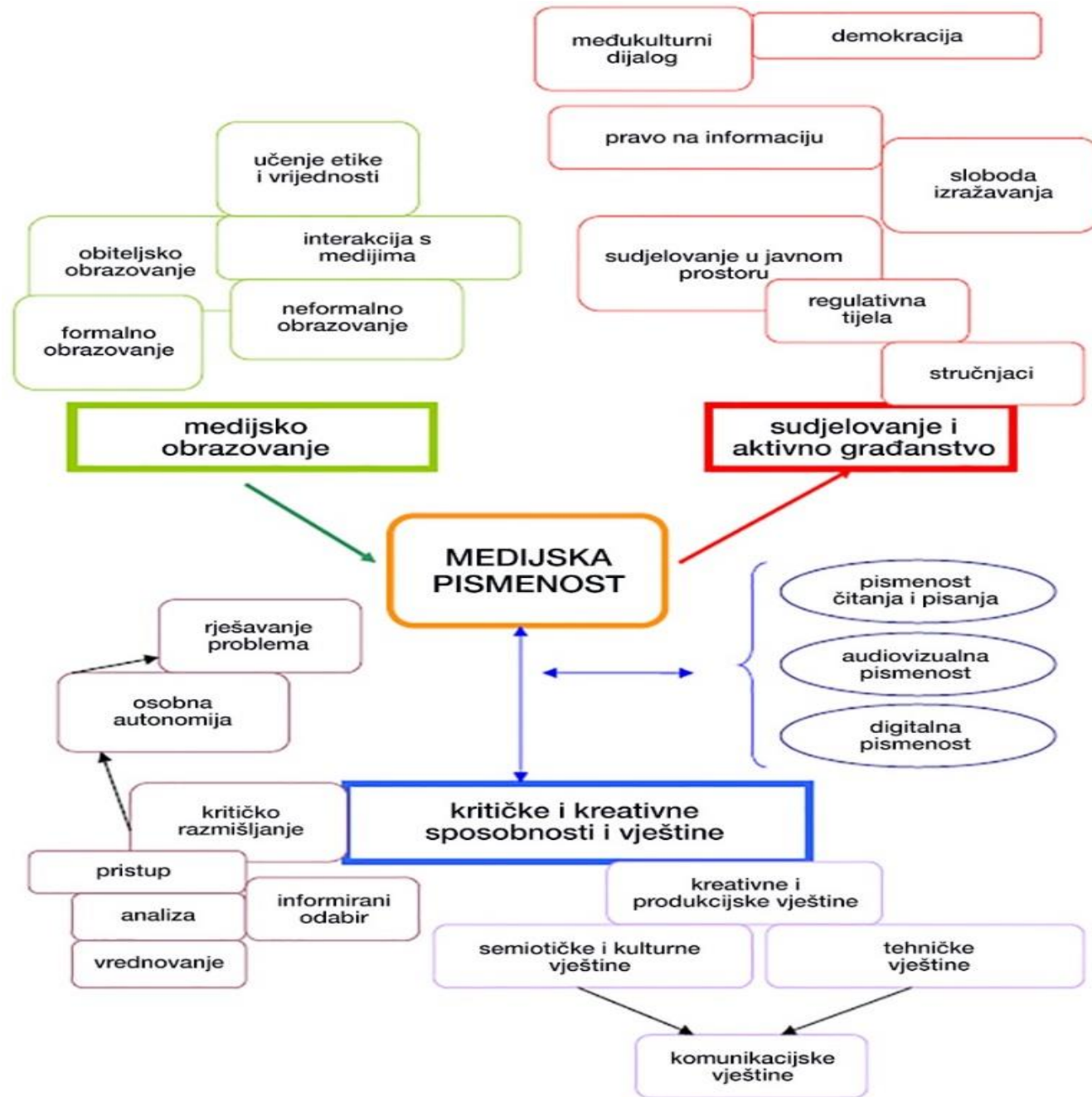
- Europska komisija: „sposobnost pristupa medijima, razumijevanje i kritičko vrednovanje različitih aspekata medija i medijskih sadržaja te ostvarivanje komunikacije u raznovrsnim kontekstima“
- krovni izraz koji uključuje sve tehničke, kognitivne, društvene, građanske i kreativne kapacitete koji građanima omogućuju pristup, interakciju i kritičko razumijevanje medija, kao i sudjelovanje u gospodarskome, društvenome i kulturnome životu društva te aktivnu ulogu u demokratskome procesu

ŠTO JE MEDIJSKA PISMENOST?

- Revidirana Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama:

„medijska pismenost odnosi se na vještine, znanje i razumijevanje koje omogućuju građanima da se učinkovito i sigurno koriste medijima. Kako bi se građanima omogućilo da pristupe informacijama te odgovorno i sigurno upotrebljavaju, kritički procjenjuju i stvaraju medijski sadržaj, oni bi trebali imati napredne vještine medijske pismenosti. **Medijska pismenost ne bi se trebala ograničiti samo na učenje o alatima i tehnologijama, nego bi trebala biti usmjerena na to da građani steknu vještine kritičkog razmišljanja potrebne za prosudbu, analizu složenih stanja i prepoznavanje razlike između mišljenja i činjenica.**

Stoga je potrebno da i pružatelji medijskih usluga i pružatelji platformi za razmjenu videozapisa promiču **razvoj medijske pismenosti u svim dijelovima društva, za građane svake dobi** i za sve medije, **u suradnji sa svim relevantnim dionicima** i uz pomno praćenje napretka s tim u vezi“.





KONCEPT MEDIJSKE PISMENOSTI

- uključuje brojna znanja, vještine i kompetencije:
 - tradicionalnu pismenost (čitanje, pisanje, razumijevanje)
 - audiovizualnu pismenost (filmska, televizijska)
 - informacijsku
 - informatičku
 - ICT i digitalnu pismenost
 - sposobnost analiziranja, vrednovanja i stavljanja u kontekst

ZAŠTO JE VAŽNA ZA DEMOKRACIJU?

- nužan preduvjet za svaki demokratski proces su dobro informirani građani, koji na temelju medijskih informacija donose odluke
- to je jedan od preduvjeta koncepta „informiranoga građanstva” i oslanja se na motivaciju i sposobnosti građana da kritički upotrebljavaju medije i sudjeluju u javnim raspravama i u demokratskome životu

KAKO POMAŽE ZAŠTITI POTROŠAČA?

MEDIJSKA PISMENOST RAZVIJA:

- sposobnost korištenja medija, društvenih mreža i komunikacijskih platformi
- stvaranja, te odgovorno i etičko dijeljenje sadržaja i poruka
- razvijanje kritičkog promišljanja
- razvijanje vještina analize i vrednovanja medijskih sadržaja i oglašivačkih poruka
- **POTROŠAČKU PISMENOST**
- uključuje razumijevanje namjere i svrhe oglašavanja
- prepoznavanje i razumijevanje tehnika i postupaka koje oglašavanje i tržišno komuniciranje koriste da nešto prodaju

ZAKON O ELEKTRONIČKIM MEDIJIMA

- **prikrivena audiovizualna komercijalna komunikacija:** predstavljanje robe, usluga, naziva, zaštitnog znaka ili djelatnosti proizvođača u programima bez upozorenja da je riječ o oglašavanju
- **zavaravajuće oglašavanje:** bilo koje oglašavanje koje na bilo koji način dovodi u zabludu ili je vjerojatno da će dovesti u zabludu pa je vjerojatno da će zbog toga utjecati na ekonomsko ponašanje
- **usporedno oglašavanje:** bilo koje oglašavanje koje izravno ili neizravno upućuje na konkurenta, odnosno koje izravno ili neizravno upućuje na robu ili usluge konkurenta

ZAKON O ELEKTRONIČKIM MEDIJIMA

- **sponzorstvo**: svaki doprinos poduzeća ili fizičkih osoba, koje nisu uključene u proizvodnju audiovizualnih djela u svrhu promicanja njihova imena, zaštitnog znaka, ugleda, djelatnosti ili proizvoda
- **teletrgovina**: izravna ponuda koja se emitira javnosti u svrhu nabave roba ili usluga, uključujući nepokretnu imovinu te prava i obveze, u zamjenu za plaćanje
- **plasman proizvoda**: svaki oblik audiovizualne komercijalne komunikacije koja uključuje ili upućuje na proizvod, uslugu ili pripadajući zaštitni znak tako da se isti prikazuje u programu, u zamjenu za plaćanje ili sličnu naknadu

ZAKON O ELEKTRONIČKIM MEDIJIMA

- oglašavanje i teletrgovina moraju biti lako prepoznatljivi i razlikovati se od uredničkog sadržaja
- moraju se jasno odvojiti od drugih dijelova programa putem optičkih i/ili akustičkih i/ili prostornih sredstava
- u oglašavanju namijenjenom maloljetnicima ili koje koristi maloljetnike, izbjegavat će se sve što bi moglo nauditi njihovim interesima imajući obzira prema njihovoj posebnoj osjetljivosti i podložnosti te se ne smije prouzročiti moralna ili fizička šteta maloljetnicima.
- nije dopušteno oglašavanje u kojem se žene i muškarci prikazuju na uvredljiv ili ponižavajući način, s obzirom na spol ili spolno opredjeljenje.

ZAKON O ELEKTRONIČKIM MEDIJIMA

- nije dopušteno oglašavanje i teletrgovina oružja, streljiva i pirotehničkih sredstava, duhana i duhanskih proizvoda te droge
- oglašavanje lijekova i medicinskih proizvoda mora odgovarati uvjetima propisanim Zakonom o lijekovima, Zakonom o medicinskim proizvodima i podzakonskim aktima
- nije dopuštena teletrgovina lijekova, medicinskih proizvoda i liječenja
- nije dopušteno oglašavanje i teletrgovina alkohola i alkoholnih pića, osim iznimaka propisanim Zakonom o hrani
- oglašavanje alkohola mora udovoljavati sljedećim pravilima:
 - ne smiju biti usmjereni posebno na maloljetnike ili, posebice, prikazivati maloljetnike koji konzumiraju takva pića, ne smiju povezivati konzumiranje alkohola s poboljšanim fizičkim stanjem ili vožnjom, ne smiju stvarati dojam da potrošnja alkohola pridonosi socijalnom ili seksualnom uspjehu, ne smiju tvrditi da alkohol ima ljekovita svojstva ili da je stimulans, sedativ ili sredstvo za rješavanje osobnih konflikata, ne smiju poticati neumjerenu potrošnju alkohola ili prikazivati apstinenciju ili umjerenost u negativnom smislu, – ne smiju stavljati naglasak na visok sadržaj alkohola kao pozitivno svojstvo pića

A ŠTO JE S NEREGULIRANIM PROSTOROM?



Zagreb, Croatia

hanahadziavdagic ♥ Sve #OpetNajljepše stvari u životu su besplatne...ljubav, smijeh, zagrljaj, šetnja prirodom, čitanje knjige, uživanje na suncu...Skeptici će reći da se od ljepote ne može živjeti, i to je istina, ali se u njoj može uživati, svaki dan, neograničeno, potpuno besplatno...a za sve one koji ipak žele voljenoj osobi ili sebi samima priuštiti poklon za Valentinovo no fali im novaca tu je @ferratumbank_hr ♥

- novac na računu kroz 15 minuta
- koliko uzmeš toliko vratiš
- 30 dana bez kamata

#photography @mtphotobl 📷
#ferratumbank #ferratummoney
@instascenex #Zagreb #Croatia #blogger
#blog #instagram #influencer #influencers
#streetstyle #streetfashion #streetwear
#fashionblogger #fashion #fashionable
#fashionista #instadic #instaramer #voque

♥ 💬 ↗ 📌

simonedsgn i njih još 9,473 označuju sa "sviđa mi se"

11. VELJAČE



http://bit.ly/LK_FerratumBanka

Učitaj još komentara

danielabucar 🙌🙌🙌🙌 ♥

mateja107 🙌🙌🙌🙌 ♥

hanahadziavdagic 😍😍😍😍😍 ♥

zenskisivjet ❤️❤️❤️ ♥

anitab.v 😊😊😊🙌🙌🙌 ♥

silva_0103 Hahaha predobro ♥

croatian_chick Ovo je meni jako sumnjivo 🤔 ♥

koslucia <https://www.hnb.hr/-/opreznost-kreditima-putem-interneta> ♥

erakatarina 🙌🙌 ♥

amaxasia @mateasragalj potpisujem!! ♥

marina.c99 @timstims1237 ti si otvorila ♥



POZITIVNI I NEGATIVNI UTJECAJI MEDIJA

PREPORUKE



LEGENDARNI FILM CHARLIEJA CHAPLINA O SKITNICI I DJEČAKU ODUŠEVIT ĆE DJECU

TEME



DJETE IMA TEMPER TANTRUM KAD MU NE DAM MOBILTEL

PRETRAŽI

ZAŠTITA DJECE U MEDIJIMA



PREPORUKE ZA ZAŠTITU DJECE I SIGURNO KORIŠTENJE ELEKTRONIČKIH MEDIJA



IZDVAJAMO



OVAKO VAŠ MOZAK REAGIRA KADA GLEDATE U MOBILTEL PRIJE SPAVANJA



URBEX TRILOGIJA: VAŽNA PORUKA MLADIH VIDEOAKTIVISTA IZ PETRINJE



NE OBJAVLJUJTE MOJE SLIKE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA!



IZGUBLJENI PRSTEN, OBITELJ BEZ DOMA... KAKO MEDIJI SVIJET ČINE BOLJIM



MOJ SIN IGRA MINECRAFT I ŽELI BITI YOUTUBER

KOLUMNISTI

Dani

MEDIJSKE

pismanosti.





DANI MEDIJSKE PISMENOSTI 2018.

TIJEKOM PRVIH DANA MEDIJSKE PISMENOSTI U HRVATSKOJ ODRŽANO JE VIŠE OD

130 DOGAĐANJA I AKTIVNOSTI
U KNJIŽNICAMA, UDRUGAMA, ŠKOLAMA, VRTIĆIMA, KINIMA, U VIŠE OD

60 GRADOVA I MJESTA
U SVIM ŽUPANIJAMA

Dani
MEDIJSKE
pismenosti
medijskapismenost.hr

SUDJELOVALO JE:

6602 DJECE I MLADIH

650 ODRASLIH

438 ODGOJITELJA, NASTAVNIKA, STRUČNIH SURADNIKA



"DJECA UPOZNAJU MEDIJE"

974 UČENIKA IZ **18** ŽUPANIJA

SUDJELOVALO JE U RADIONICAMA U

11 MEDIJSKIH KUĆA

U OSIJEKU, RIJECI, SPLITU, ZADRU I ZAGREBU

400 ŠKOLA, VRTIĆA, KNJIŽNICA, UDRUGA,
MEDIJSKIH KUĆA, KINA, UČILIŠTA PRIMILO JE

5700 KNJIŽICA ZA RODITELJE

1200 SLIKOVNICA



15000 x OBRAZOVNI MATERIJALI

ZA VRTIĆE, OSNOVNE I SREDNJE ŠKOLE, KNJIŽICE ZA
RODITELJE I SLIKOVNICE PREUZETI SU U
ELEKTRONIČKOM OBLIKU SA STRANICE
WWW.MEDIJSKAPISMENOST.HR U TRAVNJU 2018.

DANI

MEDIJSKE

pismenosti.

UKLJUČITE SE U DANE MEDIJSKE PISMENOSTI 2019.

SURADNJA JE KLJUČNA!

- suradnja svih dionika u društvu
 - medijska pismenost treba se razvijati u suradnji državnih institucija, obrazovanja, znanstvene zajednice, civilnog sektora i medija...
- samo suradnjom može se ostvariti sinergijski efekt i dugoročno razvijati medijska pismenost
- a posredno i efikasna zaštita potrošača



AGENCIJA ZA
ELEKTRONIČKE
MEDIJE

