

Kada poznajete osnovne koncepte koji stoje iza medijskih poruka, teže će vas prevariti

KONCEPT

MEDIJI IMAJU “UGRAĐENE” VREDNOSTI I STAVOVE

Pošto su medijske poruke konstruisane, one u sebi nose podtekst koji nam govori ko je i šta je važno — barem za pojedinca ili grupu koji kreiraju tu medijsku poruku. Izbor uzrasta karaktera, pol ili rasa, izbor mesta radnje, ali i radnja unutar scenarija su samo neki od načina na koji vrednosti postanu “ugrađene” u video, TV seriju, film ili reklamu.

- KOJE SU UGRAĐENE VREDNOSTI U SERIJI VOJNA AKADEMIJA?
- KOJI SE STAVOVI I VREDNOSTI PROMOVIŠU U DNEVNIKU RTS-A?
- KOJE SU UGRAĐENE VREDNOSTI U REKLAMI ZA KEŠ KREDIT?



Photo: Freepik.com

Kada poznajete osnovne koncepte koji stoje iza medijskih poruka, teže će vas prevariti

KONCEPT

SVE MEDIJSKE PORUKE SU KONSTRUISANE

Medijske poruke predstavljaju stvarnost, ali nisu stvarnost. Kada gledate emisiju "Vesti dana" imate utisak da ona predstavlja događaje koji su se tog dana DOGODILI. Nije to sve što se dogodilo, možda nije ni najvažnije što se dogodilo, jer je grupa ljudi koju čine novinari, producenti, urednici, tehničko osoblje i drugi, radila ceo dan da izabere događaje koje će predstaviti u emisiji.



Photo: Freck.com

Kada poznajete osnovne koncepte koji stoje iza medijskih poruka, teže će vas prevariti

KONCEPT

MEDIJSKE PORUKE SU STVORENE KORIŠĆENJEM KREATIVNOG JEZIKA KOJI IMA SVOJA PRAVILA

Svaki oblik komunikacije ima svoj kreativni jezik: Na filmu određena vrsta muzike povećava strah, krupni plan sugerše intimnost, veliki naslov podvlači važnost. Ako razumemo medijski jezik, njegovu gramatiku, sintaksu i metafore, onda smo manje podložni manipulaciji.



Photo: Freepik.com

Kada poznajete osnovne koncepte koji stoje iza medijskih poruka, teže će vas prevariti

KONCEPT

MEDIJSKE PORUKE SE PRAVE DA NEKOME DONESU PROFIT ILI MOĆ

Većina medija su preduzaća kojima je cilj da zarade novac. Novinari veruju da mediji postoje da bi se istinito informisala javnost i zato su ponekad u sukobu sa vlasnicima medija. Novine i časopisi tokom preloma prvo unesu plaćene reklame, a mesto koje ostane se popunjava vestima. Na sličan način, reklame su važan deo interneta i televizijskog programa. Medijske platforme koriste i grupe i pojedince da pokušaju da vas u nešto ubede.

- **KAKO DONOSE NOVAC?**
- **KAKO DONOSE MOĆ?**
- **ZAŠTO JE TO VAŽNO ZA MENE?**
- **ZAŠTO JE VAŽNO UBEĐIVANJE?**



**SAVET
ZA ŠTAMPU**

Brzo, besplatno, pravično.