



# MEDIJI I EMOCIJE

MATERIJALI ZA RAZVOJ MEDIJSKE  
I EMOCIONALNE PISMENOSTI  
DJECE OD 6 DO 12 GODINA

KANSALLINEN AUDIOVISUAALINEN INSTITUUTTI  
NATIONELLA AUDIOVISUELLA INSTITUTET  
NATIONAL AUDIOVISUAL INSTITUTE



Embassy of Finland  
Zagreb

Dani  
MEDIJSKE  
pismenosti  
medijskapismenost.hr

unicef   
za svako dijete

 AGENCIJA ZA  
ELEKTRONIČKE  
MEDIJE

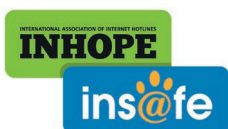
 medijska pismenost.hr  
ABECEDA ZA 21. STOLJEĆE

Materijale *Mediji i emocije (Explorers of the Media Map)* napravili su za Tjedan medijske pismenosti u Finskoj 2016. tamošnji Nacionalni audiovizualni institut (KAVI), Agencija za tržišno natjecanje i potrošače, Obrazovni centar za medije Metka, Društvo za medijsku edukaciju i Finski nacionalni odbor za obrazovanje.

Na hrvatski jezik su prevedeni i prilagođeni u sklopu Dana medijske pismenosti 2021., u suradnji Veleposlanstva Finske, Agencije za elektroničke medije i Ureda UNICEF-a za Hrvatsku.

Hrvatsko izdanje priredila: Ana Dokler  
Dizajn i prijelom: O,ne radiona  
Izdavači: Agencija za elektroničke medije i UNICEF  
Materijal je nastao u sklopu projekta Dani medijske pismenosti.  
Zagreb, svibanj 2021.  
[medijskapismenost.hr](http://medijskapismenost.hr)

Ova publikacija ne izražava nužno službene stavove UNICEF-a.



Co-funded by the  
European Union

# MEDIJI I EMOCIJE

## MATERIJALI ZA RAZVOJ MEDIJSKE I EMOCIONALNE PISMENOSTI ZA DJECU OD 6 DO 12 GODINA

**KAKVE EMOCIJE** bude razni mediji? Zašto su određeni filmski prizori nekima uzbudljivi, a nekima strašni? Što čini neku videoigru zabavnom ili neki oglas dirljivim? Kako napraviti medijski sadržaj koji će nekoga preplašiti ili pak usrećiti?

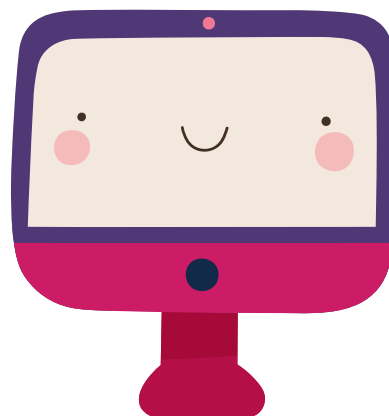
U medijima **EMOCIJE IGRAJU VAŽNU ULOGU**. Različiti medijski sadržaji, programi i prizori mogu nas nasmijati, naljutiti, dosađivati nam – ili nas dirnuti u dušu. Čak i kad su pojedine poruke u medijima zamišljene tako da prenose određene emocije, medijski sadržaj može se uvijek tumačiti na više načina pa će ljudi na njega reagirati različito. Dio medijske pismenosti upravo je prepoznavanje metoda kojima se utječe na naše emocije, kao i prepoznavanje važnosti emocija u vlastitim medijskim sadržajima.

**MATERIJALI MEDIJI I EMOCIJE** sadržavaju informacije i vježbe za razvoj medijske i emocionalne pismenosti kod djece. Predložene aktivnosti temelje se na dječjem iskustvu i razumijevanju medija. Naš je cilj razviti medijsku pismenost i multipismenost te prepoznati i osvijestiti emocije koje pobuđuju mediji, a to znači i načine kojima se na naše emocije utječe. Taj se cilj dijelom ostvaruje time što djeca stvaraju vlastiti medijski sadržaj.

### MATERIJALI SADRŽAVAJU PET POGLAVLJA:

- 1) RAZNORAZNE EMOCIJE:**  
zadatci o emocijama
- 2) SNALAŽENJE U MEDIJIMA:**  
rasprave i zadatci o medijima
- 3) POD POVEĆALOM:**  
analiza emocija koje pobuđuju mediji
- 4) PRODUKCIJA EMOCIJA:**  
učenje kroz stvaranje medijskih sadržaja
- 5) PREMIJERA:**  
predstavljanje vlastitih medijskih sadržaja i završna rasprava

Aktivnosti možete prilagoditi raznim dobnim skupinama služeći se i materijalima za djecu mlađu od 8 godina, odnosno za djecu i mlade starije od 12 godina.



1

# RAZNORAZNE EMOCIJE

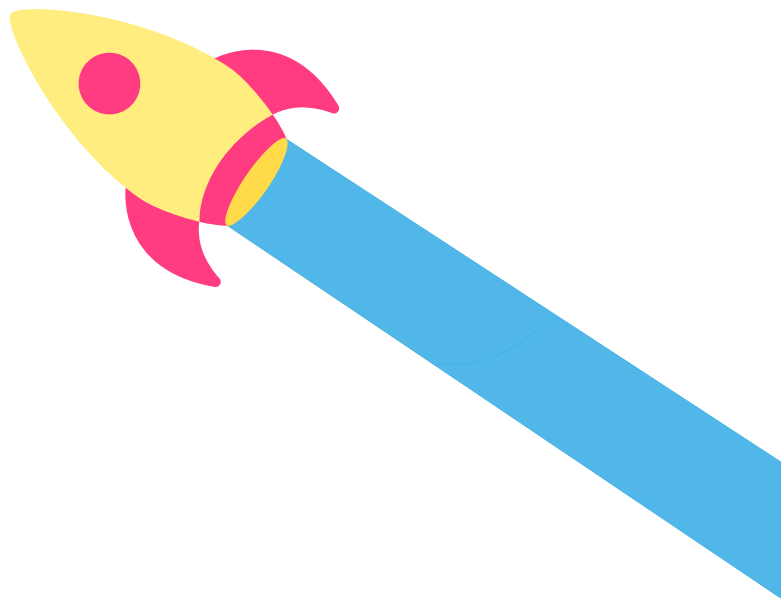
Svrha zadataka iz prvog poglavlja je potaknuti maštu i razmišljanje kako bismo osvijestili s kojim se sve vrstama i s koliko različitih emocija svakodnevno susrećemo. Različite vježbe pokreta i misaone vježbe koriste se za proučavanje emocija. Odaberite jedan ili više zadataka.



### ŠTO ĆE VAM BITI POTREBNO:

svaka bi skupina trebala imati veliki papir na kojem će izraditi svoju mapu medija i emocija, kemijske olovke, papire, internetsku vezu i računalo, oglasnu ploču ili nešto slično za prikupljanje rezultata rasprave; novine i časopise te škare.

Počnite raspodjelom sudionika u manje skupine od 2 do 4 osobe, svakoj skupini dajte veliki papir za izradu mape medija i emocija.



### ZADATAK:

## KAKO IZGLEDAJU EMOCIJE?

U ovom zadatku sve ovisi o glumi, pokretu i iskazivanju različitih izraza lica u skladu s različitim raspoloženjima i emocijama.

- Najprije recite djeci da se slobodno kreću po prostoriji u svojem tempu. Zatim neka pokušaju hodati prema različitim emocionalnim stanjima: sretno, tužno, bojažljivo, hrabro.
- Recite djeci da skakuću uokolo. Zatim neka skakuću u različitim emocionalnim stanjima: ljutito, sretno, bojažljivo.
- A sada im recite da sjednu na pod i zatvore oči. Neka najprije neko vrijeme budu tiho pa neka pokušaju sjediti u skladu s različitim emocionalnim stanjima: uzbuđeno, tužno i sretno.
- Neka djeca naposljetku iznesu dojmove i pitajte ih je li koje emocije bilo smješnije ili teže odglumiti.

### ZADATAK:

## GDJE OSJEĆATE EMOCIJE?

Što zapravo želimo reći kad kažemo da je nekome slomljeno srce ili da netko ima leptiriće u trbuhu? Te uzrečice svakomu znače nešto malo drukčije, ali emocije na koje se one odnose doista mogu izazvati prave reakcije u tijelu. Recite djeci da razmisle pa u skupinama rasprave o tome mogu li odrediti sljedeće emocije negdje u tijelu:

**MRŽNJA • STRAH • GAĐENJE • SREĆA  
TUGA • IZNENAĐENJE**

Je li svatko osjetio te emocije na istom mjestu u tijelu?



## ZADATAK:

# ŠTO FOTOGRAFIJE GOVORE O EMOCIJAMA?

Svoje emocije drugima opisujemo verbalno, ali naši izrazi lica, geste i držanje također izražavaju što osjećamo. Slike su jedan mogući način za prenošenje sadržaja neke situacije, uključujući njezinu atmosferu.

Potražite fotografije ljudi iz novina i časopisa. Dva su moguća načina za obavljanje ovog zadatka.

1) Uzmite hrpu novina i časopisa pa izrežite različite slike ljudi, i to različitih veličina. Izrežite slike tako da budu otprilike slične (primjerice tako da sve slike prikazuju glavu ili glavu i dio trupa osobe na slici).

Organizirajte slike u kategorije ovisno o emociji (sreća, tuga, mržnja, nestrpljivost) ili ih poredajte po ljestvici emocija, od sretnih prema tužnim slikama.

2) Potražite u novinama i časopisima ljude koji iskazuju određenu emociju, npr. sreću, mržnju ili ravnodušnost. Izrežite slike pa usporedite rezultate. Naposljetku provjerite jesu li vam se interpretacije međusobno razlikovale i je li zadatak bio lak ili zahtjevan i zašto je tomu tako. Ako su neke od slika izrezane iz oglasa, kako se one razlikuju od slika iz novina prema tomu kako predstavljaju neku emociju?

## ZADATAK:

# MAPIRANJE EMOCIJA

Skupine su sada vježbama prošle kroz različita emocionalna stanja. Sljedeće ih tražite da navedu što više različitih emocija kojih se mogu sjetiti. Sve ih zapišite tako da ih svi mogu vidjeti.

Kad se uspijete sjetiti dovoljno emocija, odaberite tri koje se međusobno najviše razlikuju (odaberite primjerice metodom glasanja). Zatim svaka skupina na veliki papir

koji su dobili za izradu svoje mape medija i emocija nacrtaju tri velika kruga i u sredinu u svaki od njih zapišu jednu od odabranih emocija. Sve bi skupine trebale imati iste emocije. Time su prve markacije postavljene na mapu medija i emocija i sada možete dalje na poglavlje **2. SNALAZENJE U MEDIJIMA**.

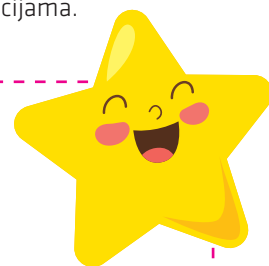
**SAVJET:** Iako možete odabrati samo tri emocije od cijelog niza mogućih odabira, možete uvijek ponoviti ovaj zadatak služeći se nekim drugim emocijama.

## INFOKUĆICA:

# EMOCIJE

Možemo iskusiti čitav niz različitih emocija. Ljude su uvijek zanimala emocije, a znanstvenici i stručnjaci opisali su ih i klasificirali na vrlo različite načine. Međutim ovih se šest emocija može smatrati osnovnima: sreća, iznenađenost, tuga, ljutnja, gađenje i strah. Među ostalim emocijama tu su krivnja, sram, olakšanje, oduševljenje, ljubav i dr. Te različite emocije mogu se osjetiti na različitim mjestima u tijelu, a moguće je osjećati i mnogo emocija istodobno.

Emocije i emocionalne vještine igraju važnu ulogu u našem mentalnom zdravlju, pogotovo u interakciji s drugima. Usto nam emocije ukazuju na to što nam je potrebno i za čime čeznemo. Emocije nisu ni pozitivne ni negativne same po sebi, ali način na koji se izražavaju ovisi o situaciji. Primjerice tužan nas film može dirnuti, dok nas tuga koju osjećamo npr. zbog gubitka voljene osobe može potpuno shrvati. Ponekad identična situacija ili određen medijski sadržaj mogu prizvati mnogo različitih vrsta emocija. Međutim nije uvijek lako prepoznati vlastite emocije ili ih artikulirati zbog čega je važno vježbati svoje emocionalne vještine.





2

## SNALAŽENJE U MEDIJIMA:

Svrha je ovog odjeljka potaknuti djecu da prouče medijsko okruženje u kojem žive na mnogo dublji način. Tijekom snalaženja u medijima sudionici imaju priliku razmisliti o pojmu medija i o tipovima medija kojima se koriste u svakodnevnom životu. Ovdje također proučavamo vrste osjećaja i emocija koje u nama pobuđuju različiti medijski sadržaji. U ovom poglavlju tri različite emocije na mapi medija i emocija bit će okružene osobnim sjećanjima sudionika na medije i na njihovo iskustvo medija.

**ŠTO ĆE VAM BITI POTREBNO:**  
slikovni zadatak *Što su mediji* (dodatak),  
papir, kemijske olovke i sličan pribor za  
bilješke.

**ZADATAK:**

### RAZNE STRANE MEDIJA

Svrha je ovog zadatka obuhvatiti što sve sadržava pojam medija te mapirati sadržaje koji su posebno važni djeci. Podijelite svim skupinama slikovni zadatak *Što su mediji* i zamolite ih da u njemu zaokruže sve slike za koje misle da bi se mogle smatrati medijima. Naposljetku raspravite o odgovorima sa svima.

Zatim recite djeci u skupinama da razmisle i zapišu vrste medija kojima su se služili u posljednja 24 sata. To se može odnositi i na medijsku opremu (TV, časopise, pametne telefone, internet) i na medijske sadržaje (TV-programe, filmove, videoigre, aplikacije). Naposljetku svi zajedno razgovarajte o odgovorima.

## ZADATAK:

# PRIMJERI EMOCIJA IZ MEDIJA

Dosad su skupine razgovarale o različitim emocijama i različitim medijima. Sada raspravite općenito o medijskim sadržajima koji pobuđuju različite emocije. Na kraju zadatka skupine će u mapu medija i emocija napisati primjere svojih sjećanja i iskustava s medijima za svaku od triju odabranih emocija.

### RASPRAVITE S CIJELOM SKUPINOM:

- Kakve filmove smatrate tužnima? A kakvi su vam strašni?
- Kakve stripove smatrate smiješnima? Ili uzbudljivima?
- Kakve su pjesme sretne? Ili tužne?

Ako želite, možete nastaviti s ovim pitanjima na primjerima različitih medija i emocija. Sada je vrijeme da nastavite rad s mapom medija i emocija. Već su upisane tri različite emocije na mapi svake manje skupine. Recite skupini da se prisjeti primjera medijskih sadržaja (npr. nekih TV-serija, videoigara, oglasa, memova, knjiga) koji pobuđuju te tri emocije.

Neka napišu tri primjera po emociji.



Primjer: skupina ima tri emocije na svojoj mapi: tugu, sreću i strah. Najprije sudionici skupine rasprave o elementima u medijima koji mogu pobuditi emociju tuge. Za tugu odaberu sljedeće primjere:

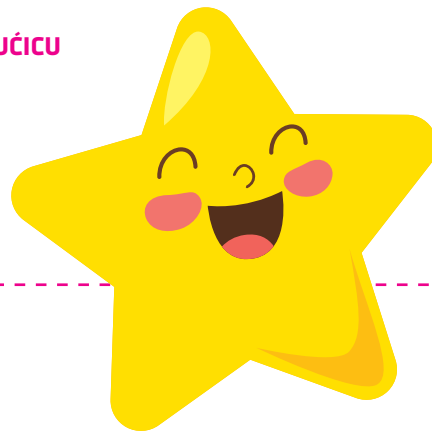
**1)** TV-oglas u kojem dijete plače, a sinkronizacija govori da djeci treba hrane i lijekova, **2)** scena iz Kralja lavova u kojoj umire Simbin otac Mufasa, **3)** knjigu *Braća Lavljeg Srca* Astrid Lindgren.

Skupina bi se također trebala prisjetiti sličnih primjera za sreću i strah.

Kad ispišu svoje primjere na mapu medija i emocija, recite svakoj skupini da predstavi drugima vrste medijskog sadržaja koje su pridodali na mapu.

Možete također razgovarati o tome je li bilo lako ili teško naći primjere. Jesu li se ti primjeri mogli iskoristiti za neke druge emocije?

Vidi **INFOKUĆICU**



### INFOKUĆICA:

## MEDIJI

U ovim materijalima riječ mediji upotrebljava se kako za različite medije poput televizije, radija, knjiga, časopisa, novina, računala i pametnih telefona tako i za medijske sadržaje poput televizijskih programa, filmova, fotografija, članaka u novinama i časopisima, knjiga, internetskih stranica, aplikacija i videoigara. Čak je i ovaj materijal *Mediji i emocije* neka vrsta medijskog sadržaja.

Međutim mediji i medijski sadržaj nisu uvijek lako razdvojivi – a možda ne bi ni trebali biti. Uostalom, mnogo vremena provodimo s različitim medijima, služimo se njima u interakciji s drugima, u iskušavanju različitih stvari, pri učenju, pri traganju za informacijama o svijetu.





## POD POVEĆALOM

Svrha je ovog odjeljka razmotriti što točno u medijima stvara određene emocije te kako se emocije pobuđuju s pomoću medija. Mapa medija i emocija sada sadrži različite primjere, nadodane oko tri emocije o kojima će skupina sada malo dublje moći promisliti. Možete početi s vježbom glazbenog zagrijavanja.

**ŠTO ĆE VAM BITI POTREBNO:** unaprijed odabrani glazbeni brojevi koji predstavljaju različite emocije. YouTube kanal Odjela za glazbeni odgoj finskog Nacionalnoga audiovizualnog instituta nudi [trominutni video](#) izrađen upravo za ovaj materijal.

**ZADATAK:**

### OSJETI GLAZBU

Zajedno poslušajte glazbene primjere koji odražavaju različita raspoloženja. Zatim poslušajte pjesme još jednom i nakon svake zastanite i razgovarajte o osjećajima i emocijama koje one pobuđuju, zajedno ili u manjim skupinama. Što je to u pjesmi što podsjeća na neku određenu emociju?

Umjesto [videa](#) na YouTubeu, možete se služiti i vlastitom glazbom pa puštati djeci cjelovite pjesme. Djeca ne moraju mirno sjediti i slušati; mogu se kretati i plesati ne bi li iskusili sva ta raspoloženja.

## ZADATAK:

# OTKRIVANJE METODA

Zatim će se medijski primjeri za svaku emociju koju je skupina odabrala (npr. tuga, sreća, strah) detaljnije analizirati. Uputite sudionike da razmisle o razlozima zašto su te primjere odabrali za danu emociju. Svrha je ovog zadatka otkriti različite načine i metode kojima se utječe na pobuđivanje emocija.

Primjer: skupina proučava emociju sreće, a kao primjer odabere video s mačkama na YouTubeu. Skupina raspravlja o tome što točno u videu pobuđuje sreću: smiješne stvari koje mačke rade, koliko su slatke ili možda neočekivan završetak videa.

Skupina zatim raspravlja o strahu na primjeru Groke, liku babaroge iz Mumina. Skupina se pokušava dosjetiti što točno Groke čini stravičnim likom: njezin glas, tama oko nje, prijeteća glazba.

Uputite sudionike skupine da (u kratkim rečenicama) zapišu te različite metode i načine u mapu medija i emocija.

Mogu se poslužiti dodatnim papirom ako je potrebno. Kad se primjeri detaljno prouče i bude bilo dovoljno zapisanih metoda na mapi medija i emocija, vrijeme je za zajedničku raspravu o rezultatima. Popišite različite načine i metode koje su sudionici detektirali u svojim primjerima. Zapišite primjere tako da ih svatko može vidjeti: služit ćete se njima u zadacima iz sljedećeg poglavlja.



### INFOKUĆICA:

## MEDIJI I EMOCIJE

Mediji se mogu tumačiti na razne načine i mogu pobuđivati razne emocije. Mem može biti namijenjen da bude smiješan, ali nekome drugom taj isti mem može biti uvredljiv, što pobuđuje osjećaj nervoze ili čak mržnje. U medijima se emocije pobuđuju na različite načine. Primjerice neka medijska priča, likovi o kojima govori i njihova iskustva - sve može utjecati na naše emocije. Također ima drugih načina za pobuđivanje emocija poput zvučnih efekata, glazbe, boje i ritma, kao i facijalnih ekspresija i gesta ljudi. Međutim osim samoga medijskog sadržaja tu su i drugi faktori koji utječu na naše emocije, npr. gdje i kada se sadržaj koristi, tko smo mi i koja su naša prethodna iskustva s tim ili takvim sadržajima.

S druge strane, emocije mogu utjecati na izbore koje donosimo kao korisnici medija. Kad smo sretni, možda poželimo ostati sretni ili postati još sretniji, i to odabirom medijskog sadržaja za koji znamo da će nas podići. Ponekad se čak znamo služiti medijima ne bismo li izbjegli neugodne emocije.



# 4

## PRODUKCIJA EMOCIJA

Svrha je zadataka iz ovog poglavlja iskoristiti ideje do kojih ste došli u prethodnim zadatcima u svakoj skupini te kreirati primjer kako se emocije mogu koristiti u medijima. Mapa medija i emocija sada je već popunjena, uključujući razne načine i metode za pobuđivanje emocija koje su djeca popisivala u fazi analize - sve će to poslužiti kao primjer i inspiracija za kreiranje vlastitog medijskog sadržaja. Ako je potrebno, možete proći kroz prijašnja poglavlja u materijalu i prisjetiti se stvari i misli koje su se ondje javljale.

**ŠTO ĆE VAM BITI POTREBNO:** različita medijska oprema, ovisno o tipu i sadržaju medijske produkcije koju skupina izabere, oprema za vođenje bilježaka.

Recite skupini da odabere **jednu od triju emocija na mapi medija i emocija**. Emocije ne moraju biti podjednako raspoređene među skupinama; važnije je da svaka skupina ima priliku odabrati emociju koju želi. Neka skupina dizajnira i napravi vlastitu medijsku produkciju u kojoj će nastojati pobuditi u publici odabranu emociju. Prije pripreme faze:

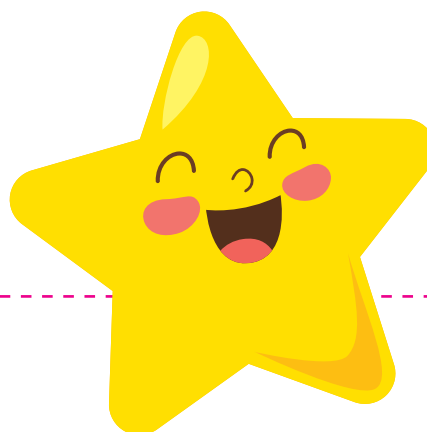
**SAVJET:** Stvaranje vlastite produkcije iziskuje mnogo vremena. Osim toga skupine mogu napraviti plan koji će onda najprije predstaviti drugima. Medijske se produkcije također mogu raditi u etapama: najprije isplanirati produkciju pa nastaviti s radom.

- Kakve emocije želite pobuditi svojim djelom?
- Komu je sadržaj namijenjen?
- Koji medij odabirete za pobuđivanje odabrane emocije?
- Medij može primjerice biti fotografija, video, oglas, film, radiodrama, kratak tekst, strip, crtež ili zvučna kulisa.
- Koji su najbolji načini i metode za pobuđivanje dane emocije kod publike?

Primjer: skupina 1 odabrala je strah kao svoju emociju. Žele postići da se školski kolege jako preplaše i uzbuđe. Skupina odabire napraviti radiodramu koju snimaju s pomoću besplatnog programa za audiomontažu. Radnja je jednostavna, a skupina nastoji stvoriti strašnu atmosferu koristeći se zvučnim efektima koji se mogu besplatno preuzeti, npr. s [Yle Arhive](#).

Primjer: skupina 2 odabrala je sreću kao svoju emociju. Žele usrećiti baku svojeg kolege koja se oporavlja u bolnici nakon teške operacije. Skupina odluči fotografirati bakina psa dok se igra sa susjedovim psima, i to s pomoću pametnog telefona. Cijela skupina misli da su neobično i smiješno držanje i izrazi lica najsmješnija stvar kod fotografija životinja, pa moraju dokučiti kako uloviti smiješnu i začudnu fotografiju bakina psa.

Primjer: skupina 3 odabrala je tugu kao svoju emociju. Žele da se njihovo djelo obraća svim mladima pa za temu odabiru vršnjačko nasilje. Za medij odabiru strip koji će napisati i nacrtati sami. Koristit će se facijalnim ekspresijama i držanjem lika u stripu, ali i tamnim bojama kojima će dočarati tugu. Usto će lik ispričati kratku priču o vršnjačkom nasilju.



#### **INFOKUĆICA:**

## **MEDIJSKA PRODUKCIJA**

Kreatori medijskog sadržaja teže izazvati različite emocije u gledatelja ili korisnika medija. U komičnim filmovima cilj je zabaviti publiku, dok ih drama nastoji dirnuti. U marketingu je važnost emocija već dugo poznata. Igranjem na određene emocije moguće je primjerice stvoriti asocijacije koje potiču na kupovinu ili na određenu vrstu odluka, ili pak utvrđuju određen stav prema nekom proizvodu, marki, organizaciji ili pojedincu.

Stvaranje i odašiljanje medijskog sadržaja, čak i za veću publiku, više ne zahtijeva posebnu profesionalnu opremu ili golem produkcijski mehanizam; naprotiv, danas svatko ima mogućnost širiti vlastite poruke. Uloge primatelja, korisnika, kreatora i producenta medijskog sadržaja promijenile su se i međusobno preklopile s pojavom novih medija i razvitkom klasičnih, a mogućnosti koje mediji nude sve su raznolikije.

Produkcijom vlastitih medijskih tekstova ili dijeljenjem tuđeg sadržaja znatno su porasle mogućnosti za utjecanje na emocije drugih.



# 5

## PREMIJERA

Ovo je posljednja etapa rada s mapom medija i emocija. Svrha je aktivnosti iz ovog poglavlja sažeti sve što smo naučili i iskusili u prijašnjim aktivnostima, kao i postići dublje razumijevanje o dosadašnjim temama. Pitanja za raspravu služe kao poticaj za razgovor o mogućnostima medija u pobuđivanju emocija, kao i o utjecaju emocija na naše svakodnevne aktivnosti i našu zajednicu. Poglavlje počinje upoznavanjem s medijskim sadržajima koje su pripremile skupine i raspravom o njima.

**ŠTO ĆE VAM BITI POTREBNO:** Platforma ili alati za prezentaciju proizvedenih medijskih sadržaja (npr. projektori, zvučnici itd.).

### ZADATAK:

## ZASTOR SE DIŽE!

Nakon zajedničke rasprave, male skupine predstavljaju svoje planove ili proizvedeni sadržaj. Skupine su pripremile vrlo raznolike medijske sadržaje, a cilj je raspraviti o svakome od njih ravnopravno. Nakon svakog predstavljenog sadržaja, zajedno o njemu razgovarajte. Možete se poslužiti sljedećim pitanjima kao temeljem rasprave:

**PUBLICICI:** Kakve emocije pobuđuje ovaj medijski sadržaj? Zašto? Kojim se metodama služilo za postizanje tih emocija?

**PREDSTAVLJAČIMA:** Kakve ste emocije htjeli prenijeti drugima? Kojim metodama?

Kad sve skupine predstave svoj rad, raspravite zajedno o sljedećim pitanjima:

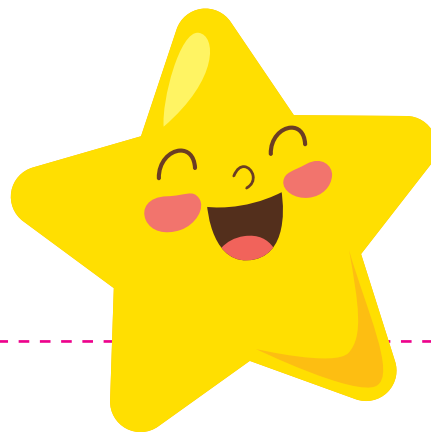
- Koje je emocije najlakše prenijeti drugima? Zašto?
- Koje je emocije najteže prenijeti drugima? Zašto?

## ZADATAK:

# ZAKLJUČAK I ZAVRŠNA RASPRAVA

Raspravite o sljedećim pitanjima sa svim sudionicima:

- Mnogo ste vremena proveli razmišljajući o različitim emocijama. Kakve su emocije u vama pobudili ovi zadatci?
- Tijekom dana svatko od nas osjeća mnogo različitih emocija i bude u interakciji s mnogo različitih ljudi. Zašto je važno znati što druga osoba osjeća i uvažavati njezine osjećaje?
- Medijima možemo utjecati na tuđe emocije. Kojim biste se medijem poslužili da usrećite prijatelja ili nekoga iz obitelji?



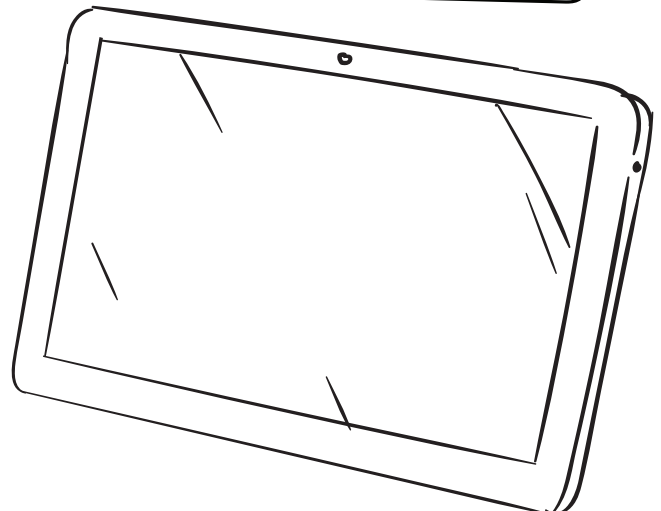
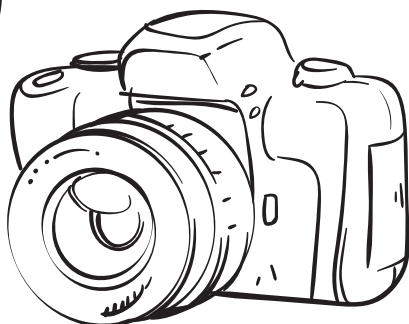
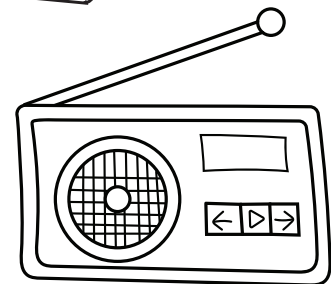
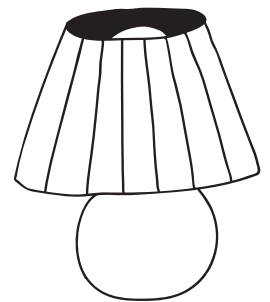
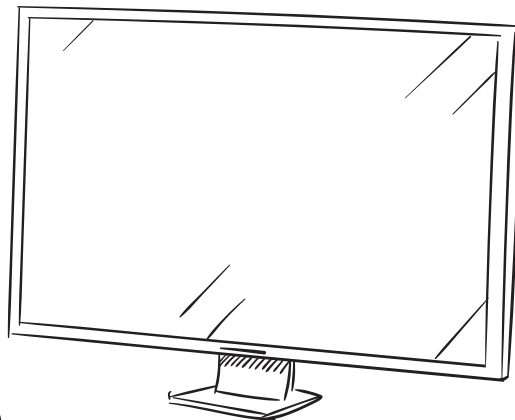
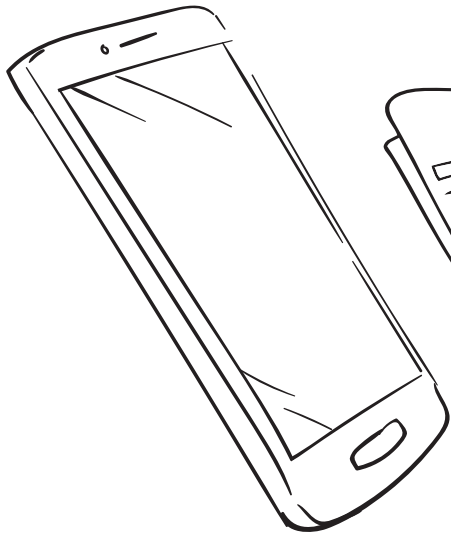
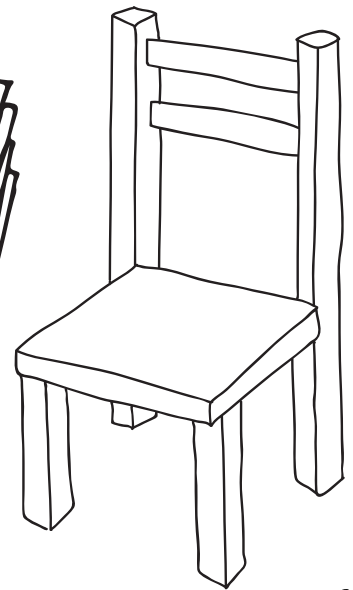
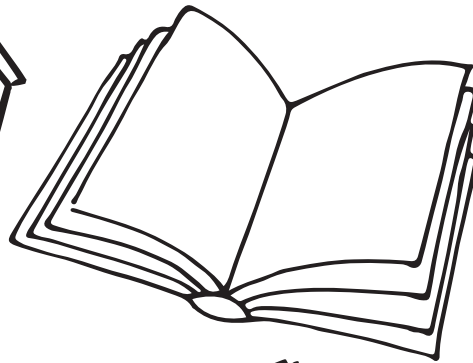
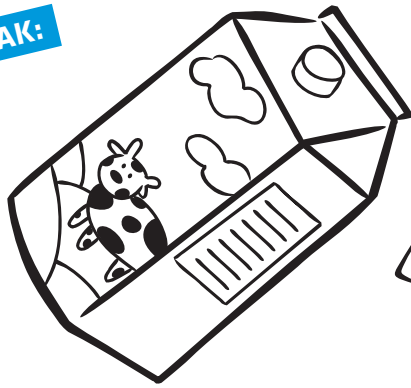
## INFOKUĆICA:

### UTJECANJE NA EMOCIJE

Mnoge poruke, obavijesti, slike i videi koji se dijele na društvenim mrežama potiču snažne emocije. Na internetu se mnogi oglašivači oslanjaju na moć emocija ne bi li prenijeli vlastitu poruku, primjerice nekom slikom ili videom koji će se dijeliti među širom publikom na društvenim mrežama.

Stvaranje i dijeljenje medijskog sadržaja postalo je lakše razvitkom medija, što je pak povećalo mogućnosti za utjecanje na emocije drugih putem medija. Iako različiti mediji pobuđuju raznovrsne emocije u nama, autor ili distributer medijskog sadržaja ne može odlučiti o tome kako će ga drugi tumačiti ili kakve će emocije pobuditi. Međutim, uvijek možete nastojati uvažiti osjećaje primatelja.

DODATAK:



Na portalu

**medijskapismenost.hr**

možete pronaći brojne obrazovne materijale za rad s djecom i mladima te korisne informacije i savjete o sigurnom i odgovornom korištenju medija