

РАБОТЕН ПЛАН НА ПРЕДАВАЧОТ

МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ И ГРАЃАНСТВО НА БАЛКАНОТ

ВОВЕД

ПРЕДАВАЊЕ МИП НА БАЛКАНОТ

ПОГЛАВЈЕ 1

ШТО Е МИП?

Педагошки лист “Што е МИП?”

ПОГЛАВЈЕ 2

ПЕДАГОШКИ ЦЕЛИ НА ОБУКАТА

Педагошки лист “Педагошките цели на обуката“

M1

СВЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ

СЕСИЈА 1 – ФУНКЦИИ И ПОДДРШКИ НА ИНФОРМАЦИЈАТА

ПОГЛАВЈЕ 3

ИНФОРМАЦИЈАТА И МЕДИУМИТЕ

Педагошки лист “Информацијата и медиумите“

Лист за активност 1: “Облак од зборови“

Лист за активност 2: “Преглед на печат“

Лист за активност 3: “Игра на улоги на темата патот до информацијата“

ПОГЛАВЈЕ 4 МЕДИУМИТЕ И ГРАЃАНСТВОТО

Педагошки лист “Медиумите и граѓанството“

Лист за активност 1: “Како да ги проверите вашите извори“

Лист за активност 2: “Квиз“

СЕСИЈА 2 – НОВИТЕ МЕДИУМИ

ПОГЛАВЈЕ 5 ОД ТРАДИЦИОНАЛНИ ДО НОВИ МЕДИУМИ

Педагошки лист “Од традиционални до нови медиуми“

Лист за активност 1: “Истражувачка настава“

Лист за активност 2: “Трката во дезинформацијата“

ПОГЛАВЈЕ 6 ДИГИТАЛНИ МЕДИУМИ: РИЗИЦИ И МОЖНОСТИ

Педагошки лист “Дигитални медиуми : ризици и можности“

Лист за активност 1: “Социјалните мрежи: до каде сте?“

Лист за активност 2: “Заштити ги твоите податоци“

M2

АНАЛИЗА НА ИНФОРМАЦИЈАТА

СЕСИЈА 3 – ИНФОРМАЦИЈА И ДЕЗИНФОРМАЦИЈА

ПОГЛАВЈЕ 7 ПРИСТАПУВАЊЕ КОН ИНФОРМАЦИЈАТА СО КРИТИЧКО РАЗМИСЛУВАЊЕ

Педагошки лист “Пристапување кон информацијата со критичко размислување“

Лист за активност 1: “Градење на скала на докази“

Лист за активност 2: “Применување на правилото на 5 W“

ПОГЛАВЈЕ 8 БОРБА ПРОТИВ ЛАЖНИТЕ ВЕСТИ

Педагошки лист “Борба против лажните вести“

Лист за активност 1: “Лажни вести или не“

Лист за активност 2: “Создади твоја сопствена лажна вест“

СЕСИЈА 4 – ПРЕГЛЕД НА РАЗЛИЧНИТЕ МЕДИУМИ

ПОГЛАВЈЕ 9 ПРЕТСТАВУВАЊАТА НА ЕКРАНОТ

Педагошки лист “Претставувањата на екранот“

Лист за активност 1: “Кино-дебата“

Лист за активност 2: “Анализа на ТВ-дневник“

ПОГЛАВЈЕ 10 СЛИКАТА И НЕЈЗИНИТЕ РИЗИЦИ ОД МАНИПУЛАЦИЈА

Педагошки лист “Сликата и нејзините ризици од манипулација“

Лист за активност 1: “Анализа на слики“

Лист за активност 2: “Создавање на приказна почнувајќи од сликата“

ПОГЛАВЈЕ 11 РАСКАЗИТЕ ВО КОЛЕКТИВНАТА ИМАГИНАЦИЈА НА БАЛКАНОТ

Педагошки лист “Расказите во колективната имагинација на Балканот“

Лист за активност 1: “колаборативна приказна“

Лист за активност 2: “Секоја фотографија раскажува една приказна“

Лист за активност 3: “Националните херои во претставите“

СЕСИЈА 5 – ОНЛАЈН ГРАЃАНСТВО

ПОГЛАВЈЕ 12 ПОДИГАЊЕ НА СВЕСТА ПРОТИВ ОНЛАЈН ОМРАЗТА

Педагошки лист “Подигање на свеста против онлајн омразата“

Лист за активност 1: “Безжичниот телефон“ (*“расипан телефон“*)

Лист за активност 2: “Анализа на заговорничко видео“

ПОГЛАВЈЕ 13 ЗА ГРАЃАНСКА УПОТРЕБА НА МЕДИУМИТЕ

Педагошки лист “За граѓанска употреба на медиумите“

Лист за активност 1: “Откривање на граѓански медиум”

Лист за активност 2: “Анимирање онлајн социјална кампања”

ПОГЛАВЈЕ 14 ДИГИТАЛНОТО ГРАЃАНСТВО

Педагошки лист “Дигиталното граѓанство“

Лист за активност 1: “Табела на добри практики”

Лист за активност 2: “Движечка дебата”

СЕСИЈА 6 - ПРОДУКЦИЈА НА ГРАЃАНСКИ МЕДИУМ (РАДИО, СПИСАНИЕ, ВИДЕО)

ПОГЛАВЈЕ 15 АНИМИРАЊЕ РАБОТИЛНИЦА ЗА МЕДИУМСКА ИНКУБАЦИЈА

Педагошки лист и активност “Анимирање работилница за медиумска инкубација“

ПОГЛАВЈЕ 16 КРЕИРАЊЕ ПОДКАСТ

Педагошки лист и активност “Креирање подкаст“

ПОГЛАВЈЕ 17 ДИЗАЈНИРАЊЕ ОНЛАЈН СПИСАНИЕ ЗА МЛАДИ

Педагошки лист и активност “Дизајнирање онлајн списание за млади“
Лист прилог: “Прирачник за апликацијата Мадмагз“

ПОГЛАВЈЕ 18 СОЗДАВАЊЕ ВИДЕО ПРОЕКТ

Педагошки лист и активност “Создавање видео проект“

ЛИСТОВИ ПРИЛОЗИ

Лист прилог 1: “Прирачник за апликацијата Мадмагз“

Лист прилог 2: “Онлајн активности за медиумска писменост“

ЛИСТ БР.1 – ШТО Е МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ ?

ВОВЕД	<i>ПРЕДАВАЊЕ ЗА МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ НА БАЛКАНОТ</i>
НИВО	<i>Средно</i>

ШТО Е МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ ?

ПЕДАГОШКИ ЦЕЛИ

- 1. Цел 1 : Обучувачот е во состојба да дефинира што е медиумска и информациска писменост*
- 2. Цел 2 : Обучувачот ги сфатил предизвиците на МИП*
- 3. Цел 3 : Обучувачот ги знае различните пристапи кон МИП*

КЛУЧНИ ТЕМИ

ПРЕДИЗВИЦИ НА МЕДИУМСКА И ИНФОРМАЦИСКА ПИСМЕНОСТ

Воглавно, медиумската и информациската писменост имаат тенденција да го промовираат знаењето и разбирањето на медиумите и информациите, од гледна точка на граѓанската дебата и општествено учество.

МИП комбинира две различни области: **совладување на информацијата** ја потенцира важноста на пристапот до информациите, нејзината проценка и нејзината етичка употреба. **Едукацијата за медиумите** ја потенцира можноста да се разберат функциите на медиумите, да се процени начинот на кој се извршуваат овие функции и рационално да се користат овие медиуми за изразување.

Овој домен им овозможува на оние што го пренесуваат:

- Да се ги потенцираат улогата и функциите на медиумите во општеството и условите под кои медиумите ги исполнуваат овие функции.
- Да се интегрираат и пренесат алатките за критична проценка на медиумските содржини
- Да се создаде, со целната публика, квалитетни медиуми за информирање.

За целосно да се сфати глобалниот дострел на МИП, треба да се потенцира дека едно општество кое ги владее медиумите и информациите, и го промовира развојот на слободни, независни и плуралистички медиуми, има тенденција да поттикне значајно учество на граѓаните.

ПРЕДАВАЊЕ НА МИП : РАЗЛИЧНИТЕ ПРИСТАПИ

Различните педагошки пристапи треба да бидат користени од страна на предавачот на МИП:

- **Пристапот „проблематика - истражување“**, кој се состои во идентификување на проблематиката; препознавање на основните ставови и верувања; разјасување на фактите и принципите поврзани со оваа проблематика; организирање и анализирање на насоките; интерпретирање и решавање на прашањето; преземање на мерки и преиспитување на последиците и резултатите од секоја фаза. Ова му овозможува на ученикот да го развие своето критичко размислување. Овој пристап може да се претпочита за анализа на лажни вести или теории на заговор.
- **Проучувањето на случаи**, кое вклучува детална анализа на една единствена ситуација или еден единствен настан. Овој пристап обезбедува систематски метод за набљудување на настани, собирање на податоци, анализа на информации и известување за резултатите.
- **Соработничкото учење**, може да се движи од едноставна работа во парови до посложени начини како што се учење преку проекти, учење преку загатки, испрашување водено од страна на врсници и реципрочно учење.
- Со **текстуална анализа**, учениците учат да идентификуваат како се користат јазичните кодови и конвенции за да се создадат посебни типови претстави насочени кон одредена публика („технички“, „симболички“ и „наративни“ кодови за кој било медиумски текст).
- **Контекстуалната анализа** има за цел да им помогне на учениците да се запознаат со теми како што се системите за класификација на кинематографија, телевизија и видео игри, врските помеѓу сопственоста и медиумската концентрација и прашањата за демократија и слободата на изразување.
- Со **препишувањата**, учениците можат, на пример, да состават серија постоечки визуелни материјали поврзани со животот на една личност и да ги користат како почетна точка за да изготват и направат краток документарен филм за таа личност.
- Со **симулациите**, учениците можат, на пример, да ја преземат улогата на телевизиска екипа која продуцира програма за млади. Стратегијата се прави со студентите како педагошки процес.

- За крај, **продукцијата** им нуди на студентите можност да навлезат во учењето преку откривање и пракса. Преку продукција на медиумски текстови (аудио, видео и / или печатено), учениците можат да ја поттикнат својата креативност и да ги изразат своите лични мислења, идеи и перспективи.

ПРАКТИЧНИ АКТИВНОСТИ

Лист 3 – Активност 1: “Облак на зборови“

Лист 3 – Активност 2: “Преглед на печат“

КАКО ДОПОЛНУВАЊЕ (извори од англиски)

1. <https://www.youtube.com/watch?v=b0Fxi4XDbLo> Видео “Што е медиумска писменост?” – Професор Давид Бакингам
2. <https://en.unesco.org/themes/media-pluralism-and-diversity/media-information-literacy> Медиумска и информациска писменост (УНЕСКО)
3. <https://www.hrw.org/report/2015/07/15/difficult-profession/media-freedom-under-attack-western-balkans> Извештај 2015 од НО Хјуман Рајт Воч (Human Rights Watch)
4. <https://rsf.org/en/ranking> Индекс на слобода на медиумите во светот за 2020 година од РБГ (Репортери без граници)

ЛИСТ 2 – ПЕДАГОШКИ ЦЕЛИ НА ОБУКАТА

ВОВЕД	ПРЕДАВАЊЕ ЗА МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ НА БАЛКАНОТ
НИВО	Средно

ПЕДАГОШКИ ЦЕЛИ НА ОБУКАТА

ПЕДАГОШКИ ЦЕЛИ

Цел 1: Обучувачот може да ја дефинира медиумската писменост

Цел 2: Обучувачот ги интегрира вештините што треба да ги стекнат учесниците

Цел 3: Обучувачот ги интегрира вештините што мора да ги стекне за да ги обучи учесниците во МИЛ под најдобри услови

КЛУЧНИ ТЕМИ

ДЕФИНИЦИЈА НА МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ

Според дефиницијата зацртана од УНЕСКО, целта на медиумската писменост е да се **направи секој граѓанин активен, автономен и критички настроен кон кој било медиумски документ или уред чиј примател или корисник е тој**. Оваа дисциплина се однесува на сите печатени, аудиовизуелни или електронски медиуми, без оглед на нивните технолошки алатки (пишан печат, радио, кино, ТВ, онлајн медиуми, социјални мрежи, дигитални платформи). Не е ограничена на кој било жанр на медиуми и затоа го опфаќа целиот спектар на комуникации: информативен, убедлив, забавен или лесен за корисниците.

И понатаму според УНЕСКО, медиумска писменост треба да овозможи секој граѓанин **да ги совлада јазиците на медиумите и да се обучува за алатките за толкување, изразување и комуникација** преку медиумите. Во оваа смисла, медиумската писменост ги подготвува поединците да бидат одговорни граѓани, способни да придонесат за развој на демократско општество. Така, се чини дека медиумската писменост е тесно поврзана со образованието за граѓанство. Користењето на медиумите на младите - идни граѓани - во голема мера го условува нивниот однос кон општеството, слободата на изразување и културата. Ова е причината зошто медиумската писменост овозможува да се доведат во прашање стереотипите, дискурсите стапици, предрасудите или толкувањето на пораките. На крајот на краиштата, дисциплината има за цел да ги инспирира обучувачите и младите во развојот на клучните вештини за разбирање на современите проблеми и да се позиционираат како активни, критични, креативни и обединети граѓани.

Но, можеби токму самите ученици најдобро ја дефинираат медиумската писменост. Така, класен корисник на МИП програма во гимназијата Пјер де Кубертен во Франција, го понуди следното резиме на нивното учење: *„Живееме во општество каде што ехото на светот е моментално и многу често погрешно. Сè оди многу брзо, понекогаш премногу. Поради брзината на ширење на социјалните мрежи, јазолот се зголемува меѓу традиционалните медиуми и населението. Ние, хиперповрзаните млади луѓе обично први ги примаме, а потоа пренесуваме информациите. Значи, ние сме тие што мора да научиме да ги декодираме медиумите и вестите. Значи, ние сме тие што мора да бидеме едуцирани за медиумите “*

ПЕДАГОШКИ ЦЕЛИ НА МЕДИУМСКАТА ПИСМЕНОСТ

Вештини што треба да ги стекнат младите

УНЕСКО ги дефинираше **6-те клучни вештини** што секој млад човек треба да ги стекне преку медиумска писменост:

1. Да се сфати работата на новинарите и како функционираат медиумите
2. Да се умее како да се пристапи до сигурна информација и да се идентификуваат нејзините извори
3. Да се развијат критичкото размислување и способноста за дешифрирање на информациите
4. Да се заштитат од лажни вести, заговор и говор на омраза
5. Да се совладаат дигиталните алатки на аргументиран и одговорен начин
6. Да се сфатат предизвиците на општеството за да се направат информирани демократски избори

Вештини што треба да ги стекнат обучувачите

Обуката на обучувачите за медиумската писменост ги има следниве педагошки цели:

1. Да се сфати како МИП може да им овозможи на граѓаните да станат поактивни, автономни и критички настроени кон медиумите и другите комуникациски алатки на кои се изложени
2. Да се сфати како МИП ни овозможува да ги доведуваме во прашање стереотипите, дискурните стапици, предрасудите или толкувањето на пораките.
3. Да се асимилира фактот дека МИП може да ги инспирира младите од различно потекло да ги разберат современите предизвици и да им овозможи да се позиционираат како активни, критички, креативни и солидарни граѓани.
4. Да се разбере еволуцијата на медиумскиот пејзаж, да се знае како да се пристапи со младите проблемот со медиумите и да се знае како да се подигнете свеста за одговорната и информирана употреба на “новите медиуми“.
5. Да се стекне педагошкото знаење потребно за вежбање на МИП (упатства, клучни концепти и еволуција на дисциплината) со прилагодување особено кон младата публика.
6. Распоредување на ангажирани практични активности специфични за МИП, со цел да се олесни стекнувањето вештини од страна на младите и развојот на

позитивни вежби за развој на граѓанско изразување (на пример, онлајн медиумски кампањи)

КАКО ДОПОЛНУВАЊЕ

<https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy/gapmil/about> : UNESCO' s Global Alliance for Partnerships on Media and Information Literacy

ЛИСТ БР.3 – ИНФОРМАЦИЈАТА И МЕДИУМИТЕ

МОДУЛ 1	<i>СВЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ</i>
СЕСИЈА 1	<i>Функции и поддршки на информацијата</i>
НИВО	<i>лесно</i>

ИНФОРМАЦИЈАТА И МЕДИУМИТЕ

ПЕДАГОШКИ ЦЕЛИ

Цел 1 : Обучувачот е во состојба да ги дефинира поимите „медиум“ и „информација“

Цел 2 : Обучувачот е во состојба да ги објасни трите типа за пренос на информацијата

Цел 3 : Обучувачот го знае целиот процес до информацијата

КЛУЧНИ ТЕМИ

ДЕФИНИЦИИ

1/ Медиумот е пред сè материјал за поддршка кој овозможува масовно ширење на информации како што се пишаниот печат, радиото, интернетот или телевизијата.

Зголемување и разновидност на понудата на информации

По Втората светска војна, сме сведоци на поголема засиленост на информациите и зголемување на бројот на медиумите: домовите се опремуваат со телевизори, радио каналите се множат и се појавуваат бројни списанија. Тогаш почнуваме да зборуваме за „масовни“ медиуми. Оттогаш, достапните информации стануваат поважни и разновидни отколку што биле порано, а тој феномен се нагласува и до ден денес со дигиталната доба којасуштински ги смени начините за добивање информации.

Промена на односот кон информациите

Како понудата на информации се зголемува и станува сè поразновидна, така нашиот однос кон информациите се менува, особено со појавувањето на Интернет во раните 90-ти години. Како вистинска против демократска власт медиумите стануваат суштински за животот на граѓаните. За време на изборите, на пример, но и во текот на целата година, медиумите се главен извор на информации на предлозите, дебатите и политичките програми на претставниците и политичките лидери.

Покрај тоа, ваквата еволуција на медиумската понуда и особено развојот на Интернетот овозможил поголемо ширење на идеи и мислења кои тогаш биле маргинални - или помалку објавувани во јавното мислење - како теории на заговор или екстремистичките идеологии, овозможувајќи нивно полесно ширење во пошироката јавност.

Но, медиумите исто така се однесуваат **како помалку видлива структурна и професионална** димензија, т.е. тие претставуваат економски организиран систем (на финансирање, надомест на новинари) како и социјално (што подразбира да се дознае во што се состои професијата на новинар, неговите практики, неговата употреба и образование во новинарството).

2/ Информациите, во контекст на критичкото образование на медиумите, се раскажувачки факт, што доаѓа од идентификувани, проверени и вкрстени контроли. На ова може да се додаде перспектива која што го објаснува или толкува фактот за кој станува збор во социјалната, културната и политичката димензија. Покрај тоа, информациите мора да исполнуваат **три критериуми**:

1. **Да биде од важност за јавноста:** Да се смета за информација, во медиумска и социјална смисла на зборот, еден факт мора да има јавен интерес. На пример, ако станува збор за присуство на кој било граѓанин на фудбалски натпревар, тоа не претставува информација што веројатно ќе биде од значење за сите други граѓани.
2. **Да се настапува со факт:** информацијата мора да се однесува на факт, односно да се настапува со факт. Тоа значи, доколку продолжиме со нашиот пример, дека резултатот од натпреварот или повредата на еден играч на теренот претставува целосна информација, бидејќи станува збор за факти, дела и забележливи резултати. Напротив, гласините за трансферот на играчот во друг клуб или потенцијалните тензии што можат да постојат во рамките на тимот, сè уште не претставуваат информација.
3. **Да се биде проверен или потврден:** за да го потврдите неговиот статус на информации, фактот мора да биде проверен и потврден. Со други зборови, ние тука мора да бидеме внимателни кон поимот доказ што го потврдува фактот.

КАКО МЕДИУМИТЕ ЈА ПРЕНЕСУВААТ ИНФОРМАЦИЈАТА

Во пишаниот печат, можно е информацијата да се раскаже на **три начина**, односно да се користат различни новинарски жанрови:

1. **Објаснета информација:** Новинарот ги анализира фактите, ги дешифрира информациите и му дава на читателот информации на прашањата „како“ и „зошто“. Овој вид на пишување се користи за анализа, истрага, досие и новинарско интервју.
2. **Коментирана информација:** Станува збор за послободен вид на пишување во кое новинарот толкува и се обидува да ги дешифрира фактите играјќи со хумор, давајќи свое мислење или донесувајќи пресуда. Овој стил на пишување се користи за колумна, лист, едиторијал, карикатура или преглед.
3. **Пренесена информација:** Ова е многу наративен новинарски стил на известување во кој новинарот детално ги изложува и ги раскажува фактите. Токму овој метод на пишување се користи за куса вест, депеша, општа вест, извештај, репортажа или сторија.

ПАТОТ ДО ИНФОРМАЦИЈАТА

Патот до информацијата подразбира минување низ повеќе фази:

1. Фактот

2. Алармот (новианрот е информиран од своите извори)

3. Проверка (неколку новинари се мобилизирани, тие ги испрашуваат организациите, луѓето или институциите кои се засегнати со одење на лице место).

4. Уредничкиот состанок може да биде организиран од страна на медиумот. Главниот и одговорен уредник ги свикнува шефовите на сектори, се одлучува за распоредување на новинарите на терен и покривање на сите можни аспекти: карактеристиките, претпоставките, преседаните, репортажите, сторијата на денот ...

5. При пишувањето, новинарот го пишува својот напис или коментар, а потоа уредниците ги препрочитуваат и корегираат, објаснувајќи ги фотографиите ...

6. Кога информацијата е обработена, време е за нејзино **објавување**. Објавена е во форма на блиц, аларм или депеша, во зависност од важноста на информацијата.

Добро е да се знае: да се има „**scoop**„ (ексклузивитет) тоа значи да се биде прв во објавувањето на информацијата. Другите медиуми ќе можат да ја преземат прецизирајќи од каде потекнува

ПРАКТИЧНИ АКТИВНОСТИ

Лист 3 Активност 1: “Облак од зборови“

Лист 3 Активност 2: “Преглед на печат“

Лист 3 Активност 3: “Игра на улоги на темата патот до информацијата“

КАКО ДОПОЛНУВАЊЕ (Извори на англиски)

1. <https://www.youtube.com/watch?v=HjncIEhy960> “Како медиумите влијаат врз младите „Тедх за жанрот и претставување во медиумите“
2. <https://www.youtube.com/watch?v=f-17MbjEws4> Видео “народни и училишни извори“

ЛИСТ БР.4 – МЕДИУМИ И ГРАЃАНСТВО

МОДУЛ 1	СВЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ
СЕСИЈА 1	Функции и поддршки на информацијата
НИВО	Лесно

МЕДИУМИ И ДЕМОКРАТИЈА

ПЕДАГОШКИ ЦЕЛИ

1. Цел 1: Обучувачот е способен да ја дефинира слободата на изразување и слободата на печатот, како и нивната улога во едно демократско општество.
2. Цел 2 : Обучувачот може да ги претстави различните етички принципи на новинарите
3. Цел 3: Обучувачот може да им објасни на своите ученици клучната улога на новинарите во општеството кои, исто така, претставуваат контра-моќ и ги пријавуваат, доколку тоа е потребно, злоупотребите на моќта од страна на лидерите.

КЛУЧНИ ТЕМИ

СЛОБОДА НА ИЗРАЗУВАЊЕ И СЛОБОДА НА ПЕЧАТ

- Слободата на изразување е одредено право, право на слободно изразување на она што некој го мисли.

Ако слободата на изразување треба да му овозможи на секој(а) да биде слободен да размислува и да го искаже своето мислење, таа исто така има свои граници: мора да се биде внимателен да не се клевети, навредува, да не се повикува на омраза кон одредена група заради својата религија, боја на кожа или сексуална определба, ниту на охрабрување на тероризам или воени злосторства.

- Слободата на печатот, што го рефлектира правото на слобода на изразување, гарантира дека граѓаните ги имаат сите информации што им се потребни за слободно да формираат мислење.

Улогата на весниците е да ги просветли читателите и да стимулира дебати за идеи кај граѓаните. За тоа, новинарите почитуваат одредени правила. Тие можат да зборуваат за која било тема, но внимавајќи да ги проверат информациите со цел да обезбедат квалитет.

Во некои земји, слободата на печатот може да биде поткопана, а новинарите може да бидат спречени да покриваат одредени настани или да ја критикуваат моќта. Секоја година, НВО “Репортери без граници“ објавува [рангирање на слободата на печатот низ целиот свет](#).

ЕТИКА НА НОВИНАРСТВОТО

- **Новинарството** е област што се состои во истражување на информации, проверка на истите во нивниот контекст, класифицирање на истите, да им се даде форма, нивно коментирање и објавување на квалитетни информации; така што не може да се помеша со она што се нарекува комуникација
- **Вршење на професијата:** Поим за итноста при ширење на информации или ексклузивност не треба да ја надмине сериозноста на истрагата и проверката на изворите. За да работи во добри услови, новинарот мора да може слободно да ги извршува сите активности од својата професија (истрага, истраги, фотографирање и тонско снимање и сл.), да има пристап до сите извори на информации во врска со фактите кои го режираат јавниот живот дури и заштита на тајноста на нејзините загарантирани извори.
- Минхенската декларација за правата и должностите на новинарите, изготвена во 1971 година од сите синдикати на новинари на европско ниво, дава насоки за **етичката практика на новинарството**. Според оваа изјава, новинар достоинствен за името:

- го почитува достоинството на лицата и презумпцијата на невиност;
- смета дека критичкото размислување, вистинитоста, точноста, интегритетот, правичноста, непристрасноста се столбовите на новинарското дејствување;
- смета дека обвинението без доказ, намерата да наштети, промената на документи, искривувањето на фактите, злоупотребата на слики, лага, манипулација, цензура и самоцензура, непроверување на фактите и сл. се најсериозни професионални злоупотреби;
- применува најголема внимателност пред ширење на информации од каде и да потекнуваат;
- има право на корекција, кое исто така е и должност, на информациите што ги објавува и гарантира дека сите објавени информации што излегуваат како неточни, брзо се корегираат;
- ја брани слободата на изразување, на мислење, на информации, коментар и критика;
- забранува какви било неправедни и несакани средства за добивање информации;
- не прифаќа пари од јавна служба, установа или приватна компанија со кои би биле искористени неговите квалитети на новинар, неговите влијанија и врски.

ПРАКТИЧНИ АКТИВНОСТИ

Лист 4 Активност 1: “Како да ги проверите вашите извори“

Лист 4 Активност 2: “Квиз“

Лист 4 Активност 3: “Расипан телефон“

КАКО ДОПОЛНУВАЊЕ (Извори на англиски)

1. <https://rsf.org/fr/donnees-classement> Индекс на слобода на медиумите по земји (Репортери без граници)
2. <https://graphism.fr/wp-content/uploads/2017/03/charter-of-munich-english.pdf> Минхенска декларација за правата и должностите на новинарите, напишана во 1971 година

ЛИСТ БР°5 - ОД ТРАДИЦИОНАЛНИ ДО НОВИ МЕДИУМИ

МОДУЛ 1	<i>СВЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ</i>
СЕСИЈА 2	<i>Новите медиуми</i>
НИВО	<i>средно</i>

ОД ТРАДИЦИОНАЛНИ ДО НОВИ МЕДИУМИ

ПРЕДАГОШКИ ЦЕЛИ

Цел 1: Да се знае како да се разликуваат традиционалните од новите медиуми

Цел 2: Да се разбере како социјалните медиуми го трансформираат медиумскиот пејсаж

Цел 3: Да се дознаат ризиците и можностите на “граѓанското новинарство“,

КЛУЧНИ ТЕМИ

Традиционалните медиуми

Традиционалните медиуми се медиуми кои биле **основани пред интернетот**; Тоа се радиото, телевизијата и печатените медиуми во форма на хартија. Од 90-тите години на минатиот век и со доаѓањето на дигиталните, методите на “потрошувачка / емитување на информациите“ еволуираа, доведувајќи ги овие традиционални медиуми да ја прилагодат својата содржина за да останат што е можно поблиску до својата публика и едноставно да преживеат. Како резултат на тоа, пишаниот печат, радиото и телевизијата структурно се обновуваат нудејќи “онлајн“ верзии, но исто така и верзии прилагодени на паметни телефони (смартфони) и таблети. И покрај овие нови начини на информирање, да забележиме дека целта на традиционалните медиуми останува иста: **емитување на истите информации на голема група луѓе во исто време**. На примателот на информацијата е да избере дали ќе посвети особено внимание на информациите упатени до него.

Овие традиционални и историски медиуми, кои се карактеризираат со професионална новинарска практика и одредена крутост во нивните формати (уреднички ограничувања, периодичност), ја имаат својата репутација како нивен главен адут. И денес **се сметаат за сигурен извор на информации**, особено во услови на појава на ширење на вести преку социјалните медиуми.

Социјалните медиуми

Од 2004 година, се појавуваат нови медиумски актери и се натпреваруваат со традиционалните медиуми: социјалните медиуми (нови медиуми - *new media*). Тоа се **дигитални платформи чија содржина е генерирана од корисниците** и каде што е од суштинско значење принципот на интеракција помеѓу различните корисници на интернет. Оваа логика за соработка е специфична за веб 2.0: порано гледачи на веб-страниците, корисниците на интернет сега се актери. Меѓу најважните социјални медиуми денес се вбројуваат: Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, Pinterest, Snapchat и LinkedIn.

Социјалните медиуми, кои стануваат еден од главните извори на информации за јавноста, особено кај младите, се разликуваат по **специфични карактеристики** кои длабоко ја трансформираат медиумската средина. Овие платформи, пред сè, промовираат **интеракција**: програмите за вести сега се дизајнирани да бидат коментирани на социјалните мрежи и особено на Твитер, што промовира размена на идеи и размислување. Социјалните медиуми ја носат во себе и моќта на

моменталноста. Денес, со алатки како „LiveTweet“, корисникот може да следи настан во живо без да присуствува. Тој знае што се случило многу пред снимките од дневникот во 20 часот. Социјалните медиуми **го разбија исто така и монополот на фабриката за информации** што некогаш го имаа традиционалните медиуми. Со платформите како Фејсбук, секој може да биде сведок на настан и да го сподели со светот во рок од една секунда. Оваа практика роди „граѓанско новинарство“, што го прави секој корисник на социјалните мрежи потенцијален производител на вести.

Информацијата во дигиталната ера: ризици и можности

Појавата на нови дигитални форми на информации (вести на Интернет, блогови, Википедија, Јутјуб, социјални мрежи итн.) **промовира поголем пристап до знаење, до слободата на изразување и учество на граѓаните.** Денес забележуваме дека соживотот на печатените, аудиовизуелните и онлајн медиумите преку повеќе медиуми овозможува проширување на пристапот до информации и создавање партиципативна култура каде што граѓаните не се задоволуваат само со конзумирање на информациите туку активно придонесуваат за нејзино производство и емитување.

Главниот ризик од овој обновен медиумски пејзаж е **дезинформацијата.** Навистина, масовната употреба на социјалните мрежи доведува до размислување за вистинитоста на информациите. Кој е кредибилитетот на една индивидуа кога се произнесува на одредена тема? Зарем не ризикува да придонесе во одржувањето на конфузија околу прашањето на лажни вести и уште потешко да се разликува вистинитото од лажното на интернет? Од оваа перспектива, “класичното” новинарство ја задржува целата своја важност. Нејзината мисија за селекција, анализа и дешифрирање на информациите останува најважна.

ПРАКТИЧНИ АКТИВНОСТИ

Лист 5 - Активност 1: “Час по истрага, новинарска истрага во група“

Лист 5 - Активност 2: “Трка за дезинформација“

КАКО ДОПОЛНУВАЊЕ

English for Media Literacy - University of Pennsylvania

What is social media ? - [Линк](#)

ЛИСТ БР°6 – ДИГИТАЛНИТЕ МЕДИУМИ : РИЗИЦИ И МОЖНОСТИ

МОДУЛ 1	<i>СВЕТОТО НА МЕДИУМИТЕ</i>
СЕСИЈА 2	<i>Новите медиуми</i>
НИВО	<i>тешко</i>

ДИГИТАЛНИТЕ МЕДИУМИ: РИЗИЦИ И МОЖНОСТИ

ПЕДАГОШКИ ЦЕЛИ

- 1. Цел 1: Да се идентификуваат ризиците и можностите поврзани со употребата на интернетот од страна на младите.*
- 2. Цел 2: да се стане свесен за влијанието на алгоритмите врз начинот на пребарување на интернет.*
- 3. Цел 3: Да се разбере улогата на медиумската писменост во подигањето на свеста кај младите за добрите практики на интернет и граѓанската онлајн култура*

КЛУЧНИ ТЕМИ

Интернет можности и ризици за младите луѓе

Интернетот и мобилниот телефон, надвор од нивната забавна природа, нудат нова форма на социјализација, размена и пристап до основните знаења за децата и адолесцентите денес. Овие нови технологии претставуваат огромна можност да го подобрат квалитетот на животот на младите низ целиот свет и да стават неограничено количество знаење со само еден клик во сите основни области на нивното постоење (образование, здравство, наука, култура, итн.) . Но, напредокот на дигиталната ера не е без цена. Оваа виртуелна револуција создаде опасности и ризици, честопати како оние во реалниот свет, со кои се соочуваат младите на интернет.

УНЕСКО ги идентификува и класифицира овие ризици кои им се закануваат на младите преку интернет. Овие вклучуваат изложеност на педофилска содржина,

говор на омраза, лажни вести; Овие ризици се поврзани и со несоодветно рекламирање, комерцијална измама или манипулација со лични податоци.

Образованието е најдобриот начин да се одговори на овие закани кои го демнат секој млад корисник кој се движи низ дигиталниот свет. Преку медиумската писменост, од суштинско значење е родителите и надзорниците да ги пренесат најдобрите практики на младите за да останат безбедни на интернет.

Ова вклучува особено соодветно управување со нивниот дигитален идентитет на интернет, преку следење на нивните социјални мрежи или заштита на нивните лични податоци. Подигањето на свеста за граѓанска култура преку интернет е исто така важно: со почитување на приватноста на другите, размислување пред објавување на одредена содржина, почитување на правото на угледот на колегите студенти ... Ова се основни правила за да се спречат злоупотреби како што е сајбер вознемирување.

Подигање на свеста кај младите за меурчињата на филтри

Дигиталните платформи, како што се Гугл и Фејсбук, користат алгоритми за да ни понудат содржини засновани на нашето однесување на корисник, т.е. на нашите претходни интеракции (кликони, допаѓања, набавки, историја на прелистување). Преку алгоритмите, дигиталните компании ни нудат персонализирано прелистување, заснована на предвидлива анализа која има за цел да ги предвиди нашите очекувања. За веб-гигантите, целта е да влијаат на нашето однесување во комерцијални цели.

Влијанието на алгоритмите е далеку од безопасно. Ги соочува корисниците на интернет и потрошувачите кои сме - а особено најмладите - со проблемот на меурчињата на филтри. Ова е **“состојба во која се наоѓа корисникот на интернет кога информациите до кои пристапува на интернет се резултат на персонализација извршена без негово знаење“**. Терминот “меур на филтри“ се однесува на изолацијата произведена од овој механизам: секој корисник на интернет пристапува до различна и единствена верзија на мрежата. Затоа постои ризик да остане заклучен во тесен дигитален свет кој постојано ги турка истите типови на содржини. Ова алгоритамско заклучување драматично ги исцрпува изворите на информации, го намалува вниманието и ги уништува вештините за критичко размислување. Корисникот потоа е лишен од теоретската отвореност ветена од интернетот и не е веќе во можност за конфронтација со бројноста на идеи и мислења, елемент кој сепак е во срцето на интелектуалниот развој.

Ова е причината зошто медиумската писменост има за цел да ги научи граѓаните за опасностите од алгоритамското затворање. Да се разбере неговата механика е суштински чекор за да се ослободиме од него и да ги збогатиме изворите. Ова е

главен услов за да интернетот ги исполни првичните ветувања за еманципација и слобода.

ПРАКТИЧНИ АКТИВНОСТИ

Лист 6 - Активност 1 : “МИНИ КВИЗ “Социјални мрежи, до каде сте ?””
Лист 6 - Активност 2 : “Заштити ги своите податоци”

КАКО ДОПОЛНУВАЊЕ

- “How to help young learners stay safe on the internet” : [ЛИНК](#)
- A Chilling Case Study Shows What’s Wrong with the Internet Today - [ЛИНК](#)

ЛИСТ БР. 7 – ПРИСТАПУВАЊЕ КОН ИНФОРМАЦИЈАТА СО КРИТИЧКО РАЗМИСЛУВАЊЕ

МОДУЛ 2	<i>АНАЛИЗА НА ИНФОРМАЦИЈАТА</i>
СЕСИЈА 3	<i>Информација и дезинформација</i>
НИВО	<i>Средно</i>

ПРИСТАПУВАЊЕ КОН ИНФОРМАЦИЈАТА СО КРИТИЧКО РАЗМИСЛУВАЊЕ

ПЕДАГОШКИ ЦЕЛИ

1. *Цел 1 : Совладување на поимот критичко размислување и разбирање на важноста на критичката обработка на информациите*
2. *Цел 2 : Познавање и применување на принципите на процесот на новинарското пребарување на информации*
3. *Цел 3 : Совладување на клучното прашање на проверката на извори*

КЛУЧНИ ТЕМИ

Критичко размислување, концепт во суштината на медиумската писменост

Како дел од медиумската писменост, концептот на критичкото размислување се состои од внимателно испитување на достапните информации, документирајќи се за нив и ставајќи ги на тест на демонстрација. Ова е *критички поглед* што ги отфрла амалгамите, избрзаните генерализации, фиксни идеи, предрасуди и изјави без доказ. Општо земено, тоа е можност за расудување на *автономен, рационален и свесен* начин. Станува збор, исто така, и за капацитет за анализа и разбирање на медиумските содржини, земајќи ги предвид намерите на нивните автори.

Критичкото размислување се заснова на три принципи :

- **Принцип на автономија** : да се биде способен за самостојно размислување, независно од луѓето кои нè опкружуваат, од нашата средина.
- **Интроспективен принцип**: Станува збор за свесноста за нашите граници во разбирањето на феномените, влијанието на нашите когнитивни пристрасности, нашите емоции и од останатите врз нашето расудување и нашите верувања.
- **Принцип на учење**: критичкото размислување се учи и се стекнува преку обезбедување на знаење и на прашања што се погодни за интелектуалното будење. Може да има конкретни форми, како што е споредбата на хипотези или проверката на изворите на информацијата.

Конкретно, примената на своето критичко размислување при пристапувањето кон медиумите се состои во придржување кон следниве практики:

- **Информирање**: одвојување време за само информирање, соочување со информациите и разбирање пред да се суди, коментира или да сподели
- **Проценка на информацијата**: идентификување и проверување на изворите на информацијата пред да биде потврдена
- **Разликување на фактите од толкувањата**: одделување на вистинските факти од толкувањето на настаните
- **Соочување на толкувањата**: запознавање со различните толкувања што можат да ја создадат информацијата и прифаќање на оваа плуралност
- **Давање приоритет на толкувањата**: разликување, по редослед на легитимност, толкувањата потврдени преку искуството и истражувањето, хипотезите и мислењата поврзани со нашите верувања.

Новинарскиот процес на проверка на информацијата

Критичкото размислување е во центарот на новинарскиот процес кој вклучува ригорозна обработка на информацијата пред нејзиното емитување. Така, новинарот ќе води **истрага и соочување со изворите**; Се заснова на анализа и ставање во перспектива на фактите и можните објаснувања.

Новинарскиот процес е уште посуштински во ова време на дигиталното општество,

обележано со ширењето на лажни информации, слики и фалсификувани видеа на интернет.

Како дел од медиумската писменост, новинарскиот процес на проверка на информацијата е популаризиран и прилагоден на практиките на младите во форма на **список на добри практики**:

- **Проверување на природата на страницата каде што сме ја консултирале информацијата.** Фолдерите “услови за користење“ или “за нас“ обично се користат за идентификување на видот на страницата што ја гледате (блог, хумористична страница, институционална страница, итн.);
- **Навраќање кон изворот на информацијата.** Многу често на интернет, информациите се споделуваат, се шират, а понекогаш исто така се искривени, деконтекстуализирани или толкувани. Затоа е важно да се открие од каде потекнуваат информациите
- **Гледање на датумот на објавување на информацијата.** Во денешно време, една информација брзо застарува или, честопати, е веќе потврдена или негирана
- **Проверување на идентитетот и веродостојноста на авторот на информацијата.** Дали станува збор за новинар? Дали е експерт за темата за која пишува?
- **Идентификување на неговата цел и намера.** Дали тој се обидува да нè информира? Да нè манипулира? Да ни продаде нешто?
- **Запрашување за вистинските прашања.** Да се биде љубопитен и способен да го преиспитате авторот, без да паднете во недоверба или параноја.

Значење на потврдувањето на изворите

Изворот е потеклото на информацијата, појдовна точка, исто така зборуваме за „навраќање“ до изворот за да се открие од каде доаѓа информацијата.

Двојната проверка на информацијата е едно од најважните правила на новинарството. Зголемената брзина на информирањето, делумно поврзана со појавата на социјалните мрежи и економските притисоци врз публиката, за жал го истиснуваат овој принцип.

Сигурен извор е најчесто квалификувано лице или структура (експерт или кој има знаење) на одредена тема, давајќи информации за оваа тема.

За да се добие во веродостојност и да се има шанси да се сметаат за точни, мора да се најде информација, потврдена од други извори на информации и / или да се пребарува на други медиуми. Тогаш велите дека информацијата мора да биде **вкрстена** со други за да биде проверена.

Постојат четири главни видови на извори:

- **Институционалните извори:** јавни власти, државни власти;
- **Посредните извори:** здруженија, професионални организации, политички партии, синдикати;
- **Личните извори:** дискретни извори, дури и тајни, од кои новинарот има корист во круговите на моќ и професионалните кругови;
- **Повремени извори:** спонтани извори, понудените или бараните сведоштва по случаен избор зависно од околностите, сведоците на некој настан;

ПРАКТИЧНИ АКТИВНОСТИ

Лист 7 активност 1 - Градење доказна скала
Лист 7 активност 2 - Применување на правилото од 5 W

ДОПОЛНИТЕЛНИ РЕСУРСИ НА АНГЛИСКИ

Canada Center for digital and media literacy
Authenticating and Verifying the information - [Lien](#)- [Линк](#)

ЛИСТ БР. 8 – БОРБА ПРОТИВ ЛАЖНИТЕ ВЕСТИ

МОДУЛ 2	АНАЛИЗА НА ИНФОРМАЦИЈАТА
СЕСИЈА 3	Информација и дезинформација
НИВО	Средно

БОРБА ПРОТИВ ЛАЖНИТЕ ВЕСТИ

ПЕДАГОШКИ ЦЕЛИ

1. Цел 1 : Совладување на поимот за лажни вести
2. Цел 2 : Разбирање како да се бори против дезинформацијата
3. Цел 3: Запознавање со концептот на “проверка на факти“ (fact-checking)

КЛУЧНИ ТЕМИ

ПОИМОТ ‘ЛАЖНА ВЕСТ’ (ИНФОКС) : ЦЕНТРАЛЕН ЕЛЕМЕНТ НА МИП

Дефиниција : Кога зборуваме за лажна вест (инфокс), за лажни информации или за “Фејк њуз“, тоа значи **фабрикувани, излажирани или извртени** информации, со намера ширени од поединци, активисти или политичари, со цел манипулирање со граѓаните и привлекување на истите кон нивните идеи.

Ширењето на овие лажни информации може да има штетни последици врз општеството: на пример, кога станува збор за таргетирање или обвинување на малцинство или заедница со цел да се

предизвика страв и да се поттикне омраза кон нив. Исто така, кога се користи лажната информација за да се создаде чувство на несигурност за изборна цел, манипулацијата со информациите се покажува како многу ефикасна алатка.

Пример: Демонстрациите против присуството на мигранти се размножија во пресрет на парламентарните избори од 21 јуни во Србија. Предходно, на 2-ри март 2020 година, околу 500 луѓе се имаа собрано во Суботица, град кој граничи со Унгарија на северниот дел на земјата, и ги осудија „злосторствата“ извршени од мигрантите на српска територија, иако според полициските податоци, извршените прекршоци од страна на бегалците претставуваат само 0,06% од кривичните дела регистрирани во земјата.

Одредени хроники и скандали, како што е „Кембриџ аналитика“ во САД (користење на податоци на милиони корисници кои потоа ќе бидат мета на лажни вести), не потсетуваат колку манипулираните информации имаат влијание врз нашиот живот, нашето секојдневие сè до претседателските избори.

Пример: Во март 2020 година во Босна и Херцеговина, 51-годишна жена која се вратила од патување во Италија и тестирана позитивна на коронавирусот, била жртва на вистински линч на социјалните мрежи по објавувањето на погрешни информации од страна на неколку медиуми. Тие рекле дека таа присуствувала на концерт и користела јавен превоз. Во некои коментари на Фејсбук се вели дека оваа жена заслужува да биде убиена затоа што била заразена и дека не требала да се врати во Босна и Херцеговина.

Поради тоа, со извртување, манипулирање и фалсификување на реалноста со цел да се предизвика омраза и обид да се убедат граѓаните со лажни аргументи или информации кои не постојат, **лажните информации го доведуваат во прашање самиот поим за вистината** и граѓанството во модерните општества. Бидејќи поголемиот дел од времето ги мобилизираат нашите емоции, нашите предрасуди и понекогаш ги потврдуваат нашите мислења, лажните вести (инфокс) лесно се шират и наоѓаат важно ехо на социјалните мрежи, зајакнувајќи ги нивните штетни ефекти врз квалитетот на достапните информации.

Како такво, информациите кои се суштински за нашиот живот и во срцето на сите наши одлуки и нашите односи кон другите, неопходно е да **се зачуваат нивната сигурност** и транспарентност и да се избегнат колку што е можно повеќе манипулациите на кои можат да бидат предмет. Покрај тоа што треба да се внимава на квалитетот на информациите, усвојувањето на критичен став во однос на содржините кои се прегледуваат или примаат, овозможува да се ограничи ризикот од манипулација или надворешно влијание и создавање поточно мислење.

СПРЕЧУВАЊЕ НА СТАПИЦИТЕ ОД ДЕЗИНФОРМАЦИЈАТА

За борба против дезинформацијата предвидени се повеќе решенија:

- Подобра контрола врз ширењето на информации на интернет со **преземање одговорност од страна на платформите и на “гигантите на интернет“** (Фејсбук, Гугл, Твитер и сл.). Сите тие презеле мерки во оваа насока давајќи им на корисниците можност да пријавуваат лажни информации, бришејќи профили кои шират говор на омраза и лажни вести, или спроведувајќи ги и пренесувајќи ги кампањите за превенција. На пример, во јануари 2020 година, Фејсбук објави дека ќе ги отстрани и ќе ги забрани на својата платформа видеата од типот “дипфејк“.

Треба да се напомене дека допуштањето на овие компании (*ГАФА*) да ја регулираат содржината на овие платформи може да биде проблематично во однос на слободата на изразување и цензура, во контекст кога се поставува прашањето за хегемонија на овие “Гиганти на интернет“. Како такво, во некои земји постојат независни тела одговорни да го контролираат дејството на традиционалните медиуми, но исто така да обезбедат контрола врз информациите и заштита на корисниците на овие мрежни платформи.

- Многу држави, исто така, стануваат свесни за итноста и за нивната улога во контрола и сигурност на информациите кои кружат во нивната држава, минувајќи, најчесто, преку

законодавниот систем. Сепак, треба да се внимава преземените мерки за ограничување на дезинформацијата и зајакнување на средствата за контрола, парадоксно да не ја ограничуваат слободата на изразување на медиумите и граѓаните, спречувајќи ја работата на новинарите.

- Исто така, можеме да **го подготвиме населението** да, сè почесто, се соочи со лажни информации, манипулации со слики, или сè поголемо и брзо ширење на теориите на заговор. Така што, активностите како што се **критичко образование за медиуми и информации** ќе го охрабри населението да се заштити од овие манипулации, преку обезбедување знаење и развој на интелектуална автономија и критичко размислување.
- За крај, свеста се зголемува и од страната на **традиционалните медиуми**. Како такво, неодамна се појави во одредени земји, но исто така и на пошироко меѓународно ниво, нов метод на новинарска обработка, со цел да се ограничат ризиците од дезинформација: Проверка на факти (fact-checking).

ПРОВЕРКА НА ФАКТИ

Потекло и Дефиниција

Соочени со множењето на лажни информации, излажирани слики и видеа, особено на интернет, новинарските методи за соочување и проверка на информации станаа толку неопходни што многу медиуми неодамна развија специјализирани услуги за **проверка на факти**.

Честопати наречена **проверка на факти (fact-checking)**, овој нов начин на новинарска обработка првично се состоела од систематска проверка на тврдењата на политичарите или на елементите од јавна расправа (бројки, законодавни содржини, итн.). Но, со ширењето на лажните вести (инфокс) и опасностите од дезинформација, денес проверката на факти се состои во **брзото проверување на вистинитоста на еден факт, слика или гласина** и пошироко од сите видови на пренесени информации на интернет.

Границите на проверка на факти

Сепак, иако проверката на факти е корисна алатка за проверка на информациите, таа не треба да се претвори во непроменлив диктат на вистината. Всушност, некои прашања не можат да се решат со едноставна проверка на факти, како што се, на пример, политичките прашања, мислењата или моралните прашања. Како што сугерира името, станува збор да се остане “фактичен“ и да се проверат конкретните факти.

Покрај тоа, елементите за проверка на информациите понекогаш може да недостасуваат или да бидат зависни од други организации. На пример, пресметувањето на бројот на присутни лица на демонстрации ќе го присили медиумскиот проверувач на факти самиот да верува во бројки што ги соопштуваат властите или организаторите на демонстрацијата, што секако ќе доведе до големи диспаратети.

И овде, се препорачува претпазливост одржување критичка мисла знаејќи кога да се верува во медиумскиот проверувач на факти и кога едно прашање заслужува да биде третирано со ретроспектива.

БАЛКАНСКИОТ КОНТЕКСТ

Рубрика “Медиумите на Балканот“, особено:

- “Обсерватории на лажни вести“
- 10 листови - вест наспроти лажна вест

ПРАКТИЧНИ АКТИВНОСТИ

Лист 8 – Активност 1 : “Разликување помеѓу вистинито и лажно: Лажни вести или не ? “

Лист 8 – Активност 2 : “ Создади твоја лична Лажна Вест“
Лист 10 – Активност 1 : “Анализа на слики и/или фотомонтажи“

КАКО ДОПОЛНУВАЊЕ (извори од англиски)

1. <https://www.nytimes.com/2018/04/04/us/politics/cambridge-analytica-scandal-fallout.html> Скандал со “Кембриџ Аналитика“
2. <https://balkaninsight.com/2017/06/29/macedonia-s-young-spammers-fear-golden-age-is-over-06-29-2017-1/> Улога на Северна Македонија за време на американските претседателски избори
3. <https://balkaninsight.com/2020/03/19/bosnias-republika-srpska-imposes-fines-for-coronavirus-fake-news/> Борба против лажните вести поврзани со корона вирусот на Балкан
4. <http://balkans.aljazeera.net/vijesti/facebook-ce-zabraniti-deepfakeove-ne-i-parodicne-videosnimke> Бришење и забрана на “дипфејк“ на Фејсбук
5. https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/84059/four-western-balkans%E2%80%9999-fact-checking-organisations-join-facebook%E2%80%99s-platform-against_en Публикација на ‘European Union External Action‘ за Проверка на факти на Балканот
6. Организации за проверка на факти на Балканот (во партнерство со Фејсбук):
[Raskrinkavanje.ba – Bosnia and Herzegovina \(link is external\)](#)
[Raskrinkavanje.me \(Centre for Democratic Transition\) – Montenegro \(link is external\)](#)
[Metamorphosis Foundation and Truthmeter – North Macedonia \(link is external\)](#)
[Istinomer \(Centre for research transparency and accountability\) – Serbia \(link is external\)](#)

ЛИСТ БР.9 – ПРЕТСТАВУВАЊАТА НА ЕКРАНОТ

МОДУЛ 2	АНАЛИЗА НА ИНФОРМАЦИИ
СЕСИЈА 4	Преглед на различни медиуми
НИВО	Средно

ПРЕТСТАВУВАЊАТА НА ЕКРАНОТ

ПЕДАГОШКИ ЦЕЛИ

1. Цел 1 : Разликување на разни формати на информации и нивните цели
2. Цел 2 : Разбирање на улогата на сликата во различни аудиовизуелни формати
3. Цел 3 : Пронаоѓање на карактеристични примери за решавање на прашањето за претставувањата на екранот

КЛУЧНИ ТЕМИ

Аудиовизуелните “дела“

Документарец и репортажа

Дефиниции: Понеѓу уметничкото дело и новинарската истрага, документарецот се разликува од фикцијата поради тоа што темите со кои тој се занимава се реални и главната цел останува информирањето за оваа реалност. За разлика од новинарското известување, **документарецот користи уметнички јазик** кој исто така ги предизвикува емоциите на гледачот, со цел да го натера да размислува. Спротивно на тоа, **репортажата е новинарска истрага заснована врз принципот на објективност**, иако авторот на истрагата може да има активистички и ангажиран став. Во репортажата, секој аспект на фикција е напуштен за да се направи простор за фактичките елементи.

Примери:

- Документарецот “Другата страна на сè“ (“*Druga strana svega*“, од 2017 година), од српската режисерка Мила Турајлиќ, се навраќа, на пример, на српската историја во изминатите 70 години преку перспективата на Србијанка Турајлиќ, мајка на режисерката и активистка за мир. Режисерката ја внесува семејната историја во дијалог со историјата на нејзината држава, осврнувајќи се на прашањето за политичкиот ангажман на постарите генерации кој се соочува со разочарувањето на денешните млади Срби.

- Друг режисер на документарни филмови, Косовецот Самир Карахода, се осврнува на прашањето за иселувањето на дел од младите од Косово преку неговото дело “Во меѓувреме“ (“*Në Mes*“ од 2019 година). Преку овој документарец, Карахода покажува клучен аспект на тековните работи во неговата држава, особено недостатокот на економски перспективи за голем дел од своите млади и распаѓањето на семејството, многу важна општествена единица во косовското општество.

- Во балканскиот контекст, голем број репортажи се, на пример, посветени на прашањето на корупцијата и организираниот криминал. Таков е случајот со репортажата на црногорската новинарка Оливера Лакиќ, автор на истрага за организириот криминал, заради што таа стана мета на напад со огнено оружје.

Филмовите и кинематографијата

Фикцијата и кинематографијата, исто така, можат да се осврнат на истите теми како и документарците и новинарските репортажи без притоа да ги следат истите постапки. Филмовите можат да раскажат измислени приказни додека црпат инспирација од реалноста. Затоа, кинематографијата овозможува да се пристапи, со голема слобода, кон централни општествени прашања и да го поттикне гледачот да размислува.

Пример: Во својот филм “Медените месеци“ (“*Honeymoons*“ од 2009 година) српскиот режисер Горан Паскаљевиќ ја снима измислената приказна на двете брачни двојки, едниот српски, другиот албански, за да се осврне на темата за емиграција кон Европа, преку ироничен и драматичен поглед.

Телевизијата : ТВ дневник

Во историјата на медиумите и пристапот до информациите, појавата на телевизијата одигра улога слична на онаа што ја одиграа социјалните мрежи во денешното време, во смисла дека нејзината употреба претставува еден вид револуција според начинот на кој луѓето ги конзумираат информациите. Овој значаен медиум останува сèуште важен во нашите општества и треба да се запрашаме за тоа како се користи аудиовизуелната алатка за пренос на информациите.

Дефиниција: ТВ дневникот е **информативна емисија** која трае неколку десетици минути емитувана на телевизија и анимирана од страна на еден или повеќе водители. Може да понуди репортажи за меѓународни, национални или локални теми, или наизменични хроники како што е временската прогноза.

Главната цел на ТВ дневникот е да обезбеди квалитетни информации собрани од новинари или дописници кои работат за ТВ каналот, информации за тековните работи или за суштински теми. За разлика од радиото, кое исто така нуди „кратки“ програми за тековни настани, **ТВ дневникот ѝ дава посебно место на сликата**, истовремено во изгледот и гестовите на водителот, но и за време на репортажите, фотографиите или инфографиите прикажани на екранот (кодификација на боите, користен фонот при пишувањето, вид на декор за студиото, итн.)

Пример: Раководството на ТВ дневникот на албанскиот канал Зјар ТВ (Zjarr TV) донесе одлука во 2016 година, вестите да бидат презентирани од водителки со разголени гради со подотворено сако кое едвај ги прикрива градите. Овој избор, силно критикуван за својата сексистичка природа, претставува екстреман случај, но ја илустрира важноста на управувањето со сликата и визуелната алатка за време на ТВ дневникот.

Поддршка која има свои граници

Иако телевизијата е многу популарен медиум, каналите не можат да избегнат одредена економска логика, а понекогаш дури и политичко влијание (особено во случајот со јавните канали), а тоа може да влијае на квалитетот на емитираните информации и да ја ограничи застапеноста на диверзитетот на мислењата и на опозициските движења. Особено во балканскиот регион, суштинските теми можат да бидат заменети со полесни теми, по пример на „таблоиди“ и на модел на жолтиот печат.

Пример: Во март 2019 година, српските демонстранти од движењето #1од5милиони и други претставници на опозициските партии протестираа пред канцелариите на српската радио-телевизија (РТС) за да ја критикуваат оваа незастапеност на телевизијата.

Во таква ситуација, неколку меѓународни новински канали имаат инвестирано во регионот со цел да понудат алтернатива за гледачите, но исто така и од геополитички причини. Така е примерот, во последниве години со катарскиот канал „Ал Џазеира“ кој ја отвори својата локална редакција во Сараево, додека каналот „Русија денес“ започна да емитира информации на локален јазик на српското радио Студио Б.

ТВ дневникот, иако останува сèуште популарен, од друга страна сè повеќе е надминат од медиумите на интернет и од социјалните мрежи.

Новите екрани

Во целиот свет, **времето поминато пред екраните** постојано се зголемува секоја година, особено кај младите. Иако телевизијата зафаќа добар дел од ова време, пристапот кон социјалните мрежи е тој што го зголемува времето минато пред екраните. На пример, студијата на *“BusinessFibre.co.uk”* од 2019 година, ги наведува земјите кои поминуваат најмногу часови на интернет, потсетувајќи дека глобалниот просек на време поминато пред екраните е 6 часа и 42 минути на ден (линк достапен во делот “како дополнување”).

Во однос на времето поминато на социјалните мрежи, голем дел од него е за гледање видеа, престапани на интернет, тоа се должи на апликацијата на видео “гигантот“ : **Јутуб (YouTube)**.

Дефиниција: Јутуб е платформа за хостирање на видеа и еден социјален медиум на кој корисниците можат да испраќаат, гледаат, коментираат, оценуваат и споделуваат видеа во стриминг. Создаден во февруари 2005 година од Стив Чен, Чад Харли и Џавед Карим, тројца поранешни вработени во “ПејПал“ (“PayPal”), и откупен од “Гугл“ во октомври 2006 година за 1,65 милијарди американски долари, тој е еден од најпосетуваните сајтови во светот (во 2020 година, секој месец, Јутуб има повеќе од 2 милијарди прегледи).

Затоа интересно е да се забележи дека оваа платформа **презема одредени аудиовизуелни кодови од телевизијата**. На пример, зборуваме за “Јутјуб канал“, а „Јутуберите“ мораат да ги имаат истите вештини како и ТВ водителите: добро усно изразување, изглед што поттикнува желба да се гледа видеото, дури и се оди до таа мера што се репродуцираат ТВ-студии од телевизиски емисии.

Пример : Најследените Јутубери во различни земји :
Босна и Херцеговина : <https://www.youtube.com/user/Seherzad>
Србија : <https://www.youtube.com/user/SerbianGamesBL2>
Црна Гора : <https://www.youtube.com/user/BalkanGamesHD>

Свесни за привлечноста на овој формат за помладите генерации, некои телевизиски канали инвестираат во овој медиум со реемитување програми или нудење да се гледаат овие канали директно на Јутуб (како што е каналот РТС Сајт – Официјален канал во Србија, кој го емитува, на пример, серијалот “Моја генерација 3” - “Моја generacija Z”).

Успехот на Јутуб во споредба со телевизијата се објаснува и со богатата содржина што ја нуди. Поради тоа што секој корисник на интернет може да продуцира или објави видео, вкусовите и мислењата на сите се многу подобро застапени отколку на телевизијата. Затоа е и **алатка која граѓаните можат да ја присвојат** за да се изразат за темите кои ги интересираат, да ги популаризираат знаењата, да ги појаснат своите идеи, да предупредат за некоја тема или да комуницираат важни информации, како што е случај кога одредени демонстранти ги снимаат во живо своите движења за време на некоја демонстрација.

Со тоа што се пласира како **централен столб во аудиовизуелната дифузија и продукција**, Јутјуб и социјалните медиуми кои нудат видеа уживаат хегемонична позиција во нашите односи со информациите. Тогаш се поставуваат суштинските прашања за слободата на изразување, монопол и одговорност за емитуваните содржини, особено за потенцијалните лажни информации, говорот на омраза и теорија на заговор кои, за жал, се многу популарни на оваа платформа која е во голем дел прегледувана од младите.

ПРАКТИЧНИ АКТИВНОСТИ

Лист 9 – Активност 1 “Кино-дебата”
Лист 9 – Активност 2 “Анализа на твој дневник”
Лист 9 – Активност 3 “Реализирање на твој дневник”

КАКО ДОПОЛНУВАЊЕ (извори од англиски)

1. <https://www.theguardian.com/world/2018/may/08/investigative-journalist-olivera-lakic-shot-montenegro> Напис за црногорската новинарка Оливера Лакиќ, мета на стрелец поради нејзиниот документарец
2. <https://www.youtube.com/c/Hexatorm/featured> Црногорскиот Јутуб канал – 6 јутубери се изразуваат на теми од јавен интерес
3. <https://www.youtube.com/watch?v=IQ3OvhrANO0> Демонстрација на движењето #1од5милиони пред просториите на РТС во Србија
4. <https://www.news.com.au/finance/business/media/albanian-newsreaders-strip-down-to-boost-audience/news-story/dfdcebdccf9bd3e64b4fe07e005b9e16> Напис за водителките за временска прогноза на албанскиот канал Зјар ТВ
5. <https://businessfibre.co.uk/screen-time/> Студија за поминатото време пред екраните
6. <https://www.brandwatch.com/blog/youtube-stats/> Статистика за користење на Јутуб

ЛИСТ БР.10 – СЛИКАТА И НЕЈЗИНИТЕ РИЗИЦИ ОД МАНИПУЛАЦИЈА

МОДУЛ 2	АНАЛИЗА НА ИНФОРМАЦИИ
СЕСИЈА 4	Преглед на различни медиуми

НИВО

Средно

СЛИКАТА И НЕЈЗИНИТЕ РИЗИЦИ ОД МАНИПУЛАЦИЈА

ПЕДАГОШКИ ЦЕЛИ

1. *Цел 1 : Дистанцирање во однос на важноста на сликата во нашите општества*
2. *Цел 2 : Спречување на манипулацијата со слика*
3. *Цел 3 : Пристапување кон сликата како критична и позитивна форма*

КЛУЧНИ ТЕМИ

Моќта на сликата

“Сликата кажува повеќе од долг говор “.

Веќе неколку децении, употребата на сликата зазема значајно место во нашите општества, без разлика дали е тоа на телевизијата, во медиумите, во рекламирањето или директно во нашите животи со честата употреба на социјалните мрежи. Впрочем, со сликата постои таа идеја дека тоа е реалноста која се рефлектира и која се нуди однеднаш, скоро веднаш, побрзо од текст или збор. Така што, овој начин на комуникација или изразување има **силна симболична моќ** бидејќи може да резимира многу работи во многу малку содржина.

Сила со две острици

Сепак, оваа силна симболична моќ не е без маана, а тенденцијата да се мисли дека сликата зборува сама по себе е стапица што мора да се избегне затоа што сликата може лесно да ги измами нашите сетила и затоа може да се искористи за да нè доведат во заблуда или манипулираат. На пример, сосема е можно да се дадат неколку толкувања за една иста слика.

Со силата на социјалните медиуми и интернет, сликата, фотографијата или видеото **може да станат вирални и глобални**. Од една страна, оваа виралност може да биде добра кога објавувањето на една слика овозможува да ја разбуди совеста, како фотографијата на една млада српско-хрватски двојка која гордо се бакнува со нивните сопствени знамиња на грбот, а која беше широко распространета на социјалните мрежи. Но, во исто време, тоа значи да се соочи понекогаш и со масовно и брзо ширење на лажни информации, или дури и теории на заговор, илустрирани или поврзани директно со слики или видеа.

Производство и манипулација на слики

Централната улога на сликата и нејзиното влијание во нашите општества ни помага да разбереме зошто најефикасните и најраспространетите лажни информации се оние што ги користат визуелните алатки (слики, фотографии, видеа). Дури и кога лажните информации не се директно поврзани со фотографијата, нејзиниот автор во најголем дел од времето ќе се обиде да ја илустрира оваа лажна информација преку слика (честопати извадена од контекст или манипулирана).

Постојат различни видови на манипулации на слики :

- **Вадење од контекст:** Ова е најкористениот метод затоа што е многу лесен за спроведување. Тоа е процес кој го преиспитува значењето на сликата за да може да значи нешто поразлично со тоа што ќе го извади од почетниот контекст. Така што, вистинските причини и околности во кои е направена фотографијата не се веќе важни. Целта е да се обиде да се илустрира точка и да се запре само на првиот аспект на сликата со негирање на неговото потекло, што претставува форма на предавство на значењето на сликата.

Пример: Во август 2020 година, една слика кружеше низ социјалните мрежи во која се тврди дека е поставена 5Г антена во покривот на минаре од една џамија во Босна и Херцеговина. Ова е всушност обична фотографија на споменатото минаре, но коментарите поврзани со сликата наведуваат дека 5Г антената е таму и емитува силно магнетно зрачење, иако 5Г сè уште не е инсталиран во земјата.

- **Лажирање или фото-монтажа:** Овој метод вклучува **вештачка модификација** на оригиналната слика или фотографија со цел да се промени нејзиното значење. Тоа би можело да биде :
 - Предмет или личност додадена или отстранета од фотографијата или видеото.

Пример: По експлозијата во пристаништето во Бејрут во август 2020 година, на интернет кружеа модифицирани слики на кои е додадена ракета, благодарение на видео софтвер, со што се сугерира дека експлозијата била воен напад од странска држава, особено Израел.

- Или повторно кадрирање со цел да се скрие дел од фотографијата, како на пример за време на митинг или демонстрација: можно е да се пресече делот од сликата каде што нема луѓе за да се даде впечаток дека просторот е исполнет.
- **Дипфејк (Deepfake):** Ова е техника на лажирање која користи софтвер за вештачка интелигенција за да го замени лицето на една особа во видеото. На пример, има видео од лажен говор на Барак Обама во кое тој го навредува неговиот наследник Доналд Трамп. Ова лажирање беше постигнато со употреба на техниката “Дипфејк“. Со новите достигнувања во технологијата, ќе станува сè потешко да се забележат лажирани или уредувани слики, а со појавата на нови методи на видео манипулација, ќе мора да се биде двојно по внимателен и да се проверуваат изворите.

Лажни информации и социјални мрежи: два поврзани предизвика

За огромното мнозинство на овие мрежи, **споделувањето на слики и видеа** е во срцето на нивното работење (Фејсбук, Инстаграм, Снепчат). Од оваа гледна точка, опасноста е тогаш двојна, бидејќи од една страна можно е секоја личност да објавува / споделува слики **на широката јавност на мрежите**, а од друга страна манипулацијата со сликите не бара посебни технички вештини (како за фотографијата со 5Г антената на минарето во Босна и Херцеговина).

Цртежи во печат и карикатури

Оваа симболична моќ на сликата долго време се користи во печатот, со цел да ги пренесе своите пораки. Додека фотографијата сè уште не постоела, употребата на сликата како **критична форма** во печатот се изразувала преку цртежот, особено со карикатура. Интересно е да се напомене дека дури и денес, и покрај распространетата употреба на сликата и фотографијата, карикатурата сè уште се користи во печатот, и оваа техника дури сама по себе стана и професија и уметност.

Дефиниција: *Симболичен начин на изразување кој прави синтеза на концепт, на проблематика или на актуелен факт со претерување на особените или аспектите на една личност или феномен. Најчесто карикатурата го користи тонот на хуморот за да осуди и критикува.*

Пример: *Во Србија, во ноември 2018 година, карикатурите на познатите карикатуристи Предраг Кораксиќ Коракс и Душан Петричиќ беа предмет на полемика, принудувајќи ја библиотеката на Лазаравац да ги симне нивните цртежи. Бидејќи тие се многу вклучени во одбраната на слободата*

на изразување, на 22 ноември е отворена изложба на нивните цртежи за печат и карикатури во општината на Стари град во Белград.

Карикатурата е интересна тематика во однос на употребата на сликата и нејзиното влијание, но исто така е и алатка која младите малку ја користат. Поради нејзиното симболично значење и фактот дека е поврзана со специфичен контекст или предмет, обработувањето на темата со младите, честопати потребна е работа на контекстуализација, со цел да се обезбедат клучевите за разбирање на прашањата / темите што се мобилизирани од карикатурата.

БАЛКАНСКИОТ КОНТЕКСТ

Рубрика “Медиуми на Балканот“, особено:

- Листови Вест наспроти Лажна вест: “Лажна научна вест“

ПРАКТИЧНИ АКТИВНОСТИ

ЛИСТ 10 – Активност 1 “Анализа на слики и/или на фото-монтажа“
ЛИСТ 10 – Активност 2 “Создавање на приказна почнувајќи од слика“

КАКО ДОПОЛНУВАЊЕ (Извори на англиски)

1. <https://raskrinkavanje.ba/analiza/nije-tacno-da-je-u-donjem-vakufu-na-vrh-munare-postavljena-5g-bazna-jedinica> Пример на фотографија – деконтекстуализација (вадење од контекст)(5Г)
2. <https://raskrinkavanje.ba/analiza/montaza-a-ne-vijest-snimci-projektila-koji-razara-bejrut-nisu-autentichni> Пример на лажирани фотографии и видеа
3. <https://balkaninsight.com/2013/03/11/croat-serb-kiss-announces-new-era/> Моќта на слики : Фотографија од бакнежот на српско-хрватската двојка
4. <https://www.youtube.com/watch?v=EtEP859w94> Пример на Дипфејк: Видео на лажниот говор на Барак Обама
5. <http://astro.wsu.edu/worthey/astro/html/im-ufo/im-aliens/aliens9.html> Пример на лажирана фотографија на “Дорџ В. Буш како се ракува со вонземјанин“
6. <https://www.youtube.com/watch?v=AaAUMWjpJ38> Да се види делото на Предраг Кораксик Коракс и Душан Петричиќ

ЛИСТ БР.11 – РАСКАЗИТЕ ВО КОЛЕКТИВНАТА ИМАГИНАЦИЈА НА БАЛКАНОТ

МОДУЛ 2	АНАЛИЗА НА ИНФОРМАЦИЈАТА
СЕСИЈА 4	Преглед на различните медиуми
НИВО	Тешко

РАСКАЗИТЕ ВО КОЛЕКТИВНАТА ИМАГИНАЦИЈА НА БАЛКАНОТ

ПЕДАГОШКИ ЦЕЛИ

1. Цел 1 : Продлабочување на прашањето за митовите и нивната функција
2. Цел 2 : Осврнување кон примери на митови специфични за регионот
3. Цел 3 : Преиспитување на местото на кинематографијата како вектор на мит и како алатка за деконструкција на митот

КЛУЧНИ ТЕМИ

МИТОВИТЕ ВО ПОЛИТИЧКИТЕ ГОВОРИ

Типологија и функција на митовите

Дефиниција: Митот е **имагинарна конструкција** која служи како објаснување, како основа за одредени социјални практики, и претставува фактор за мобилизација. Но, тоа е исто така посебен начин на говор, сличен на соништата и легендите. Според францускиот историчар Раул Жирарде, местото што го зазема имагинацијата во историјата на политичките идеи е важно, затоа што **понекогаш ја објаснува моќната привлечност што ја извршуваат одредени политички системи без религиозна основа.**

Младите пост-југословенски републики се сите засегнати со прашањето за ширење национални митови и симболи со цел да создадат **заедничко чувство за припадност кон нацијата или кон заедницата.** Историчарот Раул Жирарде нуди четири теми што се повторуваат кои можеме да ги најдеме во повеќето митови и кои ја покажуваат основната важност на имагинарното во развојот на политичките идеи и на општеството:

- **Митот на единството:** Тоа е возвишување на татковината, на колективот и на заедницата, претставен од една група на слични поединци (засилување на логиката на опозицијата: тие / ние)
- **Митот на спасителот:** Се работи за истакнување на фигурата на херојот, на водачот со кого се идентификуваме како модел и кој обезбедува легитимност.
- **Митот на златното доба:** Тоа е идеализација на старото време, носталгија за една ера и приврзаност кон елементи од минатото за да се најде сегашна и идна стабилност.
- **Митот на заговорот :** Се работи за означување на надворешен виновник, истакнувајќи ја фигурата на непријателот одговорен за несреќите на заедницата и што ги охрабрува поединците да се мобилизираат против него.

Митовите и нивната политичка употреба обично се појавуваат во **критични периоди**, во време на криза на идентитетот или **непријатност поврзана со промените во општеството и во начинот на живеење.** Кога внатрешните тензии растат, тогаш митот станува неопходен, поради тоа што имагинацијата реагира на промени, на губење на референтни точки или на испрашување на традициите. Затоа, овие митови имаат јасна политичка функција: да го **мобилизираат населението**

околу заедничка историја и одредници.

На ист начин како што сликата може да резимира еден концепт или настан, митот ја храни имагинацијата на поединците. Овој феномен може да се засили според групите на луѓе, особено кај младите **во потрага по идентитет**, или објаснувања за светот околу нив, па дури и **да се соочат со неизвесна иднина**.

ПРИМЕРИ НА ВАЖНИ МИТОВИ ВО БАЛКАНСКИОТ РЕГИОН

Во сите култури има различни митови и не сите имаат иста функција, но културното богатство на Балканот овозможува развој и ширење на многу митови специфични за регионот.

Пример : “Потомците на Александар Велики“

Во Северна Македонија, митот според кој Македонците се наследници на Александар Велики е многу распространет иако е невозможно територијата на современа Македонија да се совпадне со онаа од времето на Александар, па дури и да се најде спојување помеѓу населението кое некогаш живеело на овие територии и населението кое живее тука денес. Иако Северна Македонија делумно се наоѓа во областите контролирани од Филип Втори до неговата смрт во 336 година п.н.е., срцето на кралството на Александар Велики лежи главно во Грција во близина на Вергина. Покрај тоа, граѓаните на денешните балкански држави се резултат на комплексни мешавини, поттикнати од последователните инвазии и миграции кои се случувале во регионот повеќе од два милениуми.

Сепак, овие митови го **хранат дискурсот на современите националистички текови** на Балканот, кои се обидуваат да ја потврдат предимството на нивниот народ на одредена територија, со цел да се докаже легитимноста на нивните претензии.

Ширењето на митот може потоа да придонесе **во затегнувањето на односите помеѓу заедниците или народите** во регионот. Навистина, прашањето за македонското наследство на Александар Велики ги оживеа тензиите помеѓу Грција и Северна Македонија за време на преговорите за промена на името на државата во 2018 година. Грчките националистички струи сметаат дека терминот “Македонија“ му припаѓа на хеленското наследство, одбиваа поранешната југословенска република да го користи ова име. Ова доведе до неколку насилни демонстрации во двете земји.

Пример: Митот на “православното братство“

Во Србија, Црна Гора и Северна Македонија, силната врска со Русија останува во главите на многу луѓе, поттикната од чувството дека “православно братство“ ќе ги обедини особено со оваа држава. Според студијата спроведена кон крајот на 2017 година од српската влада, четвртина од жителите (24%) ја назначуваат Русија како главен донатор (финансиска помош и материјални донации) на нивната земја, додека 75% од донациите и помошта доаѓаат од Европската Унијата или земји членки. Исто така, според бројките на Српската национална банка, повеќе од 70% од странските инвестиции во периодот помеѓу 2010 и 2017 година потекнуваат од ЕУ, споредено со околу 10% од Русија.

Затоа, овој мит се заснова повеќе на емоционална отколку рационална врска, која продолжува и е одржувана од одредени политичари, како што е српскиот претседател Александар Вучиќ или Милорад Додик од Република Српска.

За да се ограничи нивното негативно влијание, деконструкцијата на митовите подразбира **истражување и историско и / или новинарско продлабочување**. Како и да е, не е секогаш лесно да се спроведе истражувачка работа на теми кои сèуште се чувствителни за поединци и за владите на засегнатите земји. Недостигот на ресурси за новинарите, недостатокот на интерес за историски истражувања во медиумите и брзото ширење на теориите на заговор на интернет може да го забават напредокот на истражувањето и деконструкцијата на некои зацврстени митови.

Во таа насока, здружението “Крокодил“ во јуни 2020 година покренала иницијатива во Белград против инструментализација на историјата за политички цели. Целта е да се создаде **простор за историски и**

интеркултурен дијалог во земјите родени од распаѓот на Југославија и да се поттикне поинклузивна култура на меморија.

За крај, одредени канали за ширење на информации може да се искористат за заобиколување на оваа проблематика на историското истражување и слабиот интерес на медиумите за оваа сериозна тема, како што е случајот со кинематографијата.

КИНЕМАТОГРАФИЈА : МЕЃУ ГРАЃАНСКОТО ИЗРАЗУВАЊЕ И ВЕКТОРОТ НА МИТ

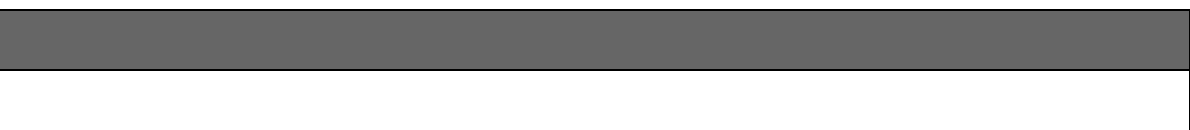
Промоцијата на националните митови понекогаш се врши и преку кинематографијата, каде што наоѓа извор на инспирација и обезбедува значително влијание врз имагинацијата на поединците. Навистина, освен ако се има важна и специфична историска култура за предметната тема, понекогаш е тешко да се суди за вистинитоста на изведените настани во едно кинематографско дело. Исто така, не е невообичаено одредени филмови да нудат пристрасно читање на настани, дури и да хранат и пропагираат одредени митови, легенди и примени идеи.

Пример: На крајот на 2017 година, РТС (српска национална телевизија) ја продуцираше и емитуваше серијата *Senke nad Balkanom* (“Сенките над Балканот”), од режисерот Драган Бјелогриќ. Акцијата се одвива во Белград, престолнината на Кралството на Србите, Хрватите и Словенците, потоа во Кралството Југославија, во годините 1920-1930. Оваа серија го претставува овој период како златно доба за земјата. Помеѓу 2008 и 2014 година, можевме да ја видиме и адаптацијата за телевизија на трилогијата на *Мир-Јам*, (*Ранетиот орел*, *Непобедливо срце*, *Самец во бракот*), и на филмот што доведе до серија, *Монтевидео, Господ те видел* (2012-2014), саги кои со носталгија го прикажуваат истиот период на националната историја.

Сепак, кинематографијата може да се користи и како моќен инструмент за деконструкција и како средство за изразување на граѓанското општество кое ќе овозможи осврнување кон важни општествени и актуелни предизвици.

Пример: Краткиот филм *“Take me somewhere nice”* (“Одведи ме на некое убаво место”) излезен во 2019 година и во режија на Ена Сендијаревиќ, млада режисерка со босанско потекло, прикажува една млада Босанка која живее со семејството во Холандија, а се враќа во родната земја. Ова дело се осврнува на прашањето на имиграцијата, интеркултурноста, национализмот и враќањето кон корените, што понекогаш е комплицирано за помладите генерации.

Пример: Филмот *“Пред дождот”* на македонскиот режисер Милчо Манчевски, кој го освои Златниот лав на Венецискиот филмски фестивал во 1994 година, го евоцира прашањето за војна и етнички тензии меѓу Македонците и Албанците.



ПРАКТИЧНИ АКТИВНОСТИ

Лист 11 – Активност 1 “колаборативна историја”

Лист 11 – Активност 2 “Секоја фотографија раскажува една приказна”

Лист 11 – Активност 3 “Националните херои во претставите”

КАКО ДОПОЛНУВАЊЕ

1. https://folk.uio.no/palk/Historical_myths.htm Напис од “Институтот за источна Европа и ориентални студии“ од Пал Колсто, Професор по истражувања од областа на Русија, Централна Европа и Балканскиот регион, од Универзитетот во Осло - “The use of historical myths in changing Balkans societies”
2. <https://balkaninsight.com/2020/06/17/north-macedonia-greece-rewriting-history-after-prespa/> Напис за тензиите меѓу Грција и Северна Македонија околу наследството на Александар Велики и употребата на името “Македонија“
3. <https://www.youtube.com/watch?v=qtHkCGIybYo> Демонстрација во Грција против доделувањето на името “Македонија“ во јануари 2019 година
4. <http://www.krokodil.rs/eng/2020/06/declaration-entitled-defend-history-has-been-announced/> - Иницијатива на здружението Крокодил за унапредување на историското истражување
5. <https://www.polygraph.info/a/the-balkan-line-russian-disinformation-on-the-big-screen/30026068.html> - Напис од сајтот за проверка на факти “полиграф“ за филмот “Balkan Line“(“Балканска линија“)

ЛИСТ БР.12 – ПОДИГАЊЕ НА СВЕСТА ПРОТИВ ОН-ЛАЈН ОМРАЗТА

МОДУЛ 3	ГРАЃАНСКОТО ПРАВО НА МЕДИУМИТЕ
СЕСИЈА 5	Он-лајн граѓанство
НИВО	Средно

ПОДИГАЊЕ НА СВЕСТА ПРОТИВ ОН-ЛАЈН ОМРАЗТА

ПЕДАГОШКИ ЦЕЛИ

1. Цел 1 : Совладување на концептот на теоријата на заговор
2. Цел 2 : Да се направи врска помеѓу заворот и говорот на омраза
3. Цел 3 : Да се разбере улогата на МИП во борбата против заворот

КЛУЧНИ ТЕМИ

Теории на заговор

Иако ова навистина не е нов феномен, теориите на заговор уживаат голем успех во последните години, особено преку нивно ширење на социјалните мрежи и пошироко на Интернет.

Дефиниција: Теорија на заговор е теоретски расказ или говор кој се чини кохерентен и „логичен“ и кој се обидува да докаже, да разоткрие постоење на мала група моќни луѓе кои тајно планираат нелегални и / или неповолни дејствија кои ќе влијаат на текот на настаните или бараат да доминираат со светот

Теоријата на заговор се разликува од дезинформации по тоа што е структуриран збир на претпоставки и манипулирани аргументи за да се поттикне одредена теорија. Лажните информации понекогаш се користат како заговорни аргументи, но не секогаш се поврзани со теорија.

Сепак, **медиумите и лажните информации играат клучна улога** во обемот на оваа појава. Од една страна, претпазливост, па дури и недовербата кон медиумите, ги засилува верувањето и вербата што им се дава на теориите на заговор, особено во државите каде што медиумите се перцепираат како корумпирани или под капата на политичкиот систем. И од друга страна, лажните вести ги користат истите механизми како теориите на заговор (употреба на страв, манипулација со факти и сл.), и честопати се однесуваат на истите теми.

Неколку примери на најпознатите теории на заговор:

- Илуминатите би биле тајно друштво сочинето од најмоќните личности на овој свет според кои - Земјата не е тркалезна, туку рамна - Човекот никогаш не бил на Месечината,
- Југославија се распаднала поради заговор меѓу Германија и Ватикан. Исто така, постојат повеќе ad hoc теории на заговор како оние за 5G, за коронавирусот или вакцините.

Говор на омраза и умереност на содржините со омраза

Теориите на заговор се клучни за нашите односи со информациите и општеството. Тие се на половина пат помеѓу предрасудите, политичките размислувања, уверувањата и можат да бидат интимно поврзани со **говорот на омраза**. Така, нивното ширење може брзо да создаде конфликтна околина. Ова е случај, на пример, со теориите на заговор за светски еврејски заговор.

Дефиниција: Кога зборуваме за говор на омраза, се повикуваме на **израз на омраза** што може да биде отелотворена со реченица, текст, звук или слика што изразува **отфрлање на другиот** и што може да навреди, на тој начин охрабрувајќи да се развие чувство на омраза. Кога овој израз на омраза јавно се објавува, може исто така да ги поттикне сведоците на овој израз, да чувствуваат омраза кон едните или другите, да изберат страна, а понекогаш и да поттикнуваат повторно изразување на омраза со слично или влошено ниво на насилство од групно влијание. Ова се нарекува **поттикнување на омраза**.

Врз основа на **стереотипите** или **лажните верувања**, овие содржини, заедно со отсуството на критичко размислување, доведуваат до говори на раскол и насилство, со истакнување на постоењето на жртвено јагне заедница, одговорна и виновна и потоа хранејќи мешавици и чувство на параноја.

Пример: **Населението од ромската заедница** честопати е насочено кон дискриминација и предрасуди, опишувајќи ги како нечесни или крадци, со што се спречува пристапот до квалификувани работни места. Ромите имаат двојно поголема веројатност да бидат невработени од другите жители, а многумина сè уште живеат во области каде што нема вода во нивните домови.

Да се модерираат одредени содржини со премногу омраза, особено на социјалните мрежи, со нудење истовремено образование на граѓаните, медиумите и дигитално образование поинклузивни може да помогне да се ограничи овој лизгав пад што води кон физичко или морално насилство.

Дефиниција: Модерација се состои од **отстранување, цензурирање или дури и казнување на авторите со содржини на омраза со цел да се спречи нивното ширење**. Може да биде насилен коментар под некоја објавена содржина, споделување на напис, видео, фотографија или инфографија која стигматизира одредена категорија на луѓе, па дури и приватна размена преку е-пошта или инстант пораки.

Борба против заговорот

Дефиниција: Заговор значи тенденцијата за **погрешно** претставување на настани или појави како **последича на организиран заговор**. Тоа е начин на размислување или став што ги негира вообичаено прифатените објаснувања на фактите за да ги заменат со постоење на заговор со **непризната и нејасна цел**.

Последиците од заговорот:

- Генерира говор на омраза
- Поттикнува пристапување кон недокажани теории
- Затвора во логика на недоверба и лажно верување, со што се ограничуваат дебатите за идеи.
- Може да ги отежни проверките на контра-моќ со кои може да се откријат вистинските политички малверзации или судир на интереси што може да постојат.

Средства за ограничување на заговор:

1. Со регулирање и ограничување на содржината со омраза и лажни информации (проверка на факти, одговорност на платформите на социјални мрежи, итн.)
2. Со развивање на критички дух кај граѓаните преку едукација на медиумите и информации со цел:
 - Запрашување за постапката на заговор: Дали доказите се навистина доволни?
 - Охрабрување на претпазливост со цел да станат и останат претпазливи граѓани (да не се меша претпазливост со недоверба и да не се меша сомнеж со недоверба.)
 - Канализирање на критиката и можност за подобра информираност благодарение на логичен и проверлив пристап - И, конечно, да се направи чекор назад кон светот што не опкружува.

БАЛКАНСКИОТ КОНТЕКСТ

Листови од рубриката “Медиумите на Балканот“ и особено:

- Лист Вест наспроти Лажна Вест: “Лажна заговорна вест“

ПРАКТИЧНИ АКТИВНОСТИ

Лист 12 – Активност 1 “Безжичниот телефон“

Лист 12 – Активност 2 “Анализа на заговорничко видео“

КАКО ДОПОЛНУВАЊЕ (Извори на англиски)

1. <https://balkaninsight.com/2020/07/07/conspiratorial-corona-hoaxes-and-conspiracy-theories-in-the-balkans/> : Теории на заговор за коронавирусот на Балканот
2. <https://iep.utm.edu/conspira/> : Филозофска енциклопедија: “Conspiracy Theories”
3. <https://www.space.com/apollo-11-moon-landing-hoax-believers.html> : Пример на теорија за народен заговор
4. <https://www.coe.int/en/web/european-commission-against-racism-and-intolerance/hate-speech-and-violence> : Публикација од Советот на Европа за говорите за омраза
4. <https://www.undp.org/content/undp/en/home/news-centre/news/2018/Despite-some-progress-Marginalized-Roma-community-still-most-excluded-in-Western-Balkans.html> : Напис за дискриминацијата претрпена од популацијата од ромската заедница на Балканот

ЛИСТ БР.13 – ЗА ГРАЃАНСКА УПОТРЕБА НА МЕДИУМИТЕ

МОДУЛ 3	ГРАЃАНСКА МОЌ НА МЕДИУМИТЕ
СЕСИЈА 5	Граѓанството на линија
НИВО	средно

ЗА ГРАЃАНСКА УПОТРЕБА НА МЕДИУМИТЕ

ПЕДАГОШКИ ЦЕЛИ

1. Цел 1 : Совладување на клучните концепти на “сајбер-граѓанство“ и “граѓански медиуми“
2. Цел 3 : Обезбедување примери на успешни граѓански медиуми
3. Цел 3 : Проценка на ризици и стапици на граѓанските медиуми

КЛУЧНИ ТЕМИ

Што е граѓански медиум?

Дефиниција: Во “граѓански медиум“ ги наоѓаме зборовите “медиум“ и “граѓански“. Токму така, станува збор за медиуми, односно поддршки (радио, ТВ, интернет, итн.) преку кои се пренесуваат информации до пошироката јавност. Во исто време, се користи придавката “граѓански“, бидејќи авторите на овие статии и овие истражувања не се професионални новинари, туку обични граѓани чија цел е да анимираат дебати за конкретни прашања или проблеми што се однесуваат на целото општеството.

Како резултат на тоа, читателот **се откажува од неговото чисто пасивно однесување** и се вклучува во градењето и ширењето на информациите. Затоа, учеството е многу важен елемент во граѓанските медиуми. Преку радија (со вклучување или не), но и блогите, или влогови (блог чија главна алатка е видеото), подкасти, итн. Така, обичните граѓани, истражувачи или професионалци од светот на здруженија можат **да земат збор** и да допрат до широка јавност.

Пример: Во Албанија, **блогот како граѓански ангажман:** создаден во 2007 г. Од страна на Ардијан Вехбиу, блогот “Peizazhe të Fjalës” (*Пеисаж на говорот*), се претставува како посебен и независен простор, одржлив модел во албански медиумски пејсаж, се соочуваат со брзи трансформации, постепено намалување на финансиските ресурси, намален кредибилитет и значајна политизација. Според неговиот автор, “*блогот беше замислен уште од самиот почеток како едно “засолниште“ на албанската слободна мисла, заштитено од заплашување, вина, понижување, стигматизација, судења, обвиненија “глувоста на мнозинството“ и други форми на современата цензура во јавниот говор.*

Ангажирањето преку социјалните мрежи

Социјалните медиуми, исто така, го трансформираа протокот на информации од традиционално вертикална и од горе надолу во пренос повеќе хоризонтален.. **Секој може да произведе содржина и да ја прошири** во рамките на својата мрежа, но и надвор од неа. Овој начин на говор не е само виртуелен, но честопати се одвива **паралелно или низводно од конкретните мобилизации на теренот**. Во контекст на арапските револуции, на пример, социјалните мрежи играа неспорна улога, но политичките промени се случија благодарение на општествените движења (протести, блокади и сл.). Социјалните мрежи овозможуваат брз проток на информации и идеи, но промените на социјално ниво се случуваат кога овој ангажман се соочува со физичката реалност на теренот.

Пример. Во Србија, случајот со движењето **#1од5милиони**, што се појави на крајот на 2018 година, ги искористи новите технологии и современите средства за комуникација со мобилизирање на граѓаните преку споделување онлајн содржини и размена на информации преку социјалните мрежи. На тој начин, движењето освои голем дел од јавноста, а Твитер и Фејсбук овозможија создавање на групи за дебати и мобилизација на масите луѓе против авторитарните злоупотреби на политичкиот систем и за слобода на изразување.

Ризици и стапици

Треба да се има на ум дека новинарството е професија која вклучува специфични вештини, како и почитување на етиката. Сепак, секој може да биде обучен за новинарство, особено преку дијалози меѓу професионалните новинари и аматери. **Ова споделување на знаења** помага граѓанските медиуми да станат **вистински алтернативни и сигурни извори**.

Леснотијата со која секој може да ја преземе улогата на аматерски новинар денес, исто така, може да доведе до ризици. Производителите на вести понекогаш можат да ги игнорираат основните стандарди на новинарската етика и да **шират неточни или, на моменти, целосно манипулирани информации**.

Граѓански медиуми, телевизиски канали, печат дури и социјални мрежи, количината и разновидноста на информации што се достапни денес се повеќе од богатство кое бара **сочувување критички ум** кон сите овие извори на информации.

Покрај тоа, интернетот е простор за слобода, но исто така и **простор за економска размена**. Маркетинг логиката го зазема не само интернетот и социјалните мрежи, туку и информацијата станува извор на профит.

Движењето на одредени информации (особено оние што имаат емоционално влијание врз читателите), исто така, можат да бидат извор на профит во системот финансиран од објавувачите и рекламите. **Овој феномен „ClickBait“** (клик мамки) сè повеќе се забележува и ги наведува луѓето да кликнат на линк и да посетат веб-страница за да прочитаат статија. Авторот на статијата и засегнатата веб-страница е, всушност, парично награден преку рекламирањето на неговата страница и според бројот на прегледи што ги акумулира. Исто така, тој е извор на ризик затоа што може да се шират лажни верувања со цел да се привлечат интернет корисници.

ПРАКТИЧНИ АКТИВНОСТИ

Лист 13 – Активност 1 “Откривање на граѓански медиум”

Лист 13 - Активност 2 “Анимирање граѓански медиум”

КАКО ДОПОЛНУВАЊЕ (извори од англиски)

1. <https://www.youtube.com/watch?v=Mo2Ai7ESNL8&t=5s> Zeynep Tufekci: "How the Internet has made social change easy to organize, hard to win" TED Talks
2. <https://adespresso.com/blog/clickbait-facebook-advertising-examples/> Пример и функционирање на "кликбајтовите"
3. <https://peizazhe.com/> Блогот на Ардијан Вехбиу

ЛИСТ БР.14 – ДИГИТАЛНОТО ГРАЃАНСТВО

МОДУЛ 3	<i>ГРАЃАНСКАТА МОЌ НА МЕДИУМИТЕ</i>
СЕСИЈА 5	<i>Он-лајн граѓанството</i>
НИВО	<i>Средно</i>

ДИГИТАЛНОТО ГРАЃАНСТВО

ПЕДАГОШКИ ЦЕЛИ

1. *Цел 1 : Пристапување кон концептот "дигитално граѓанство"*
2. *Цел 2: Давање конкретни примери за добрите практики на Интернет*
3. *Цел 3 : Истакнување на границите на "дигиталното граѓанство"*

КЛУЧНИ ТЕМИ

Што е тоа дигиталното граѓанство?

Тешко е, ако не и невозможно, да се биде без интернет во денешно време како во нашиот професионален така и личен живот. Ако интернетот е насекаде, треба да научиме да го користиме на најдобар можен начин, а тоа бара поголема контрола и **подобро разбирање на нашиот дигитален живот.**

Дефиниција: Дигиталното граѓанство покажува на кој начин корисниците на интернетот се однесуваат и комуницираат онлајн. Ова е во суштина однесувањето што го усвојуваме при онлајн интеракција со други корисници на чувствителни социјални или политички теми. Правата и должностите што ги имаме во реалниот живот се истити и на интернет. Нашето однесување и нашите интеракции, исто така, дефинираат како другите нè гледаат на интернет. Сепак, начинот на кој комуницираме преку интернет не е ограничен на нашето однесување или на нашите објави, исто така и **начинот на кој ја заштитуваме нашата приватност**, без разлика дали станува збор за нашите лозинки, нашата локација или нашето минато на интернет.

На тој начин, дигиталното граѓанство нè повикува да имаме **покритички поглед кон интернетот** како и кон начинот на кој го користиме, особено во поглед на личните податоци што ги споделуваме понекогаш без да знаеме.

Добрите дигитални практики

Дефиниција: Терминот “добрите практики“ се однесува и на начинот на кој треба да се однесуваме за да го направиме Интернетот **простор на слобода и взаемно почитување**, но и **правила** што сајтовите и апликациите бараат од нас да ги почитуваме. Навистина, многу страници и веб-услуги наметнуваат правила што го дефинираат однесувањето што треба да се почитува како и правата на корисниците.

Пример: Интернет-апликацијата „Твитер“ нуди неколку совети за користење на своите алатки: „Размислете за тоа што твитате: Вие ја контролирате содржината споделена на Твитер или на која било друга веб-страница. Никогаши не објавувајте информации што се сметаат за доверливи туку проценете ги добрите од лошите страни пред јавно да ја споделите вашата локација. Пазете се од комуникациите што ги бараат вашите податоци за контакт, лични податоци или лозинки. Ако имате сомнежи пред да твитате, препорачуваме да си ги поставите следниве прашања: Со кого се споделуваат моите информации? Кој вид и колку информации ќе споделам? На колку корисници се достапни моите информации? Може ли да им верувам на сите луѓе кои имаат пристап до овие информации?“

Но апликацијата исто така наметнува одредени **основни правила**:

“Насилство“ : Забрането е заканување, користење насилство врз личност или група на луѓе. Ние, исто така, забрануваме каква било апологија на насилство. **Однесување со омраза**: Заканување, вознемирување и поттикнување насилство врз други луѓе врз основа на критериуми за раса, етничка припадност, националност, каста, сексуална определба, пол, родов идентитет, верска припадност, возраст, инвалидитет или сериозна болест“.

Затоа е корисно да се потсетува, што е можно почесто, дека **нашите виртуелни однесувања имаат реално влијание врз поединците** и дека вознемирувањето преку интернет, на пример, може да доведе до трагедии во реалниот живот.

Од друга страна, интернетот денес претставува **вистински инструмент за граѓаните**. Овозможува подобро информирано граѓанство и поголема партиципативна демократија, како и многу подобар пристап до информации. Тоа е инструмент кој овозможува **дебата за идеи, комуникација** и што може да се искористи за да се пријават опасностите или ризиците за целото општество, како во случајот со „свиркачите“ кои користат интернет за да ја пријават корупцијата или кршењето на слободите (види филмот / документарецот “*Citizenfour*” од 2014 година за аферата Сноуден).

Да се сочува дигитален отпечаток и позитивен ум

Дефиниција: Дигиталниот отпечаток претставува **свкупни информации кои постојат на интернет како резултат на нашата онлајн активност**. Тоа е слика од нас, создадена од нашето однесување, нашите објави и нашите лични избори.

Затоа е многу важно да се направи што попозитивен дигитален отпечаток! Можете да напишете блог на одредена тема, да споделувате таленти или да снимате видео туторијал, да се соберат пари за

добротворни цели или да се помогне во организирање настани. Списокот на решенија за позитивен отпечаток е бесконечен!

ПРАКТИЧНИ АКТИВНОСТИ

Лист 14 – Активност 1 : “Квиз”

Лист 14 – Активност 2 : “Движечка дебата”

Лист 14 - Активност 3 : “Табела на добри практики”

КАКО ДОПОЛНУВАЊЕ

1. <https://www.amnesty.org.au/6-really-practical-ways-to-protect-your-privacy-online/> 6 практични совети за тоа како да си го заштитите приватниот живот на интернет
2. “*Citizenfour*” : Документарен филм во режија на Лора Поатрас, излезен во 2014. Ги обработува откритијата на Едвард Сноуден за светкиот шпионски скандал на НСА.

ЛИСТ БР.15 – АНИМИРАЊЕ РАБОТИЛНИЦА ЗА МЕДИУМСКА ИНКУБАЦИЈА

МОДУЛ 3	<i>ГРАЃАНСКАТА МОЌ НА МЕДИУМИТЕ</i>
СЕАНСА 6	<i>Продукција на граѓански медиум (радио, подкаст, списание, видео)</i>
НИВО	<i>Средно</i>

АНИМИРАЊЕ РАБОТИЛНИЦА ЗА МЕДИУМСКА ИНКУБАЦИЈА

ПЕДАГОШКИ ЦЕЛИ

1. *Цел 1: Обучувачот е во можност да ги поддржи младите во создавањето медиум*
2. *Цел 2: Обучувачот знае да дефинира формула и идентитет прилагоден на неговата група и на неговата цел и да ги обезбеди основните медиумски поими*
3. *Цел 3: Обучувачот разбрал како да го одржува медиумот како за младите новинари така и за целната публика*

КЛУЧНИ ТЕМИ

Како да се почне ?

1. Првите чекори

Првиот чекор е да **се изгради тим** од високо мотивирани луѓе кои ќе се вложат во реализација на проектот како и негово спроведување. Ова е “тврдото јадро“ на редакцијата. Можете исто така да соберете повремени или редовни соработници кои ќе бидат задолжени за колумните, фотографиите, создавањето цинглови, микро-тротоарите, интервјуата, социјалните мрежи, поставувањето онлајн на подкасти, програмирањето на гостите. Тогаш се работи на изготвување список на сите фази на реализација на вашиот медиум и, како и распределување на одговорностите според желбите на секој од нив.

2. Дефинирање на сопствена формула, пронаоѓање на сопствен идентитет

- Да се постави прашањето за целите на медиумите: дали станува збор за придонес кон анимацијата на животот на едно средно училиште, на некое здружение? Да се промовира изразување на што повеќе млади луѓе? Да се поттикнат дебати меѓу нив на тема медиуми?
- Да се утврди целната група: учениците на едно училиште? Членовите на здружение? Целата заедница?
- Да се постави прашањето на тоналитет е исто така клучно: Дали сакате да се фокусирате на хуморот? Сатирата? Продлабочен и документиран пристап кон суштински теми? Директен или повеќе литературен стил?
- Прашањето за избор на наслов (и на лого) исто така мора сериозно да се сфати затоа што ќе помогне да се разликува, да се афирмира неговиот идентитет и ќе учествува во озлогласувањето на вашиот медиум.
- Конечно мора да ги процените материјалните услови поврзани со вашиот медиум според зачестеноста и темпото на објавување. Бројот на членовите на вашиот тим, нивното вложување и нивната достапност се важни фактори, како и опремата и буџетот што ги имате.

3. Изберете го рецептот за вашиот медиум

За да го задржите интересот на вашата публика, задржете го нејзиното внимание и поттикнете ја нејзината љубопитност, мора да се внимава да се менуваат методите за обработка на информациите.

Ова се **главните новинарски жанрови** што ви се достапни:

Репортажата, истражувањето и интервјуто се главните жанрови на новинарството. Објавата, едиторијалот, кратката статија, хрониката, критиката, извештајот, портретот, микро-тротоарот ви нудат разновидна палета што ќе ви овозможи да го направите вашиот медиум разновиден.

4. Да се создаде темата

- Одредување на аголот

Изборот на темата е само првиот чекор. Вие нема да можете да пристапите кон сите аспекти на темата што сте ја одбрале. Можно е да завршите со предолг напис, густ и тежок за читање, накусо, да си ја изгубите публиката. Затоа е потребно да се избере агол, односно, **гледна точка**, да се избераат посебните аспекти на предметот што сакате да ги истакнете и да ги оставите другите настрана.

На пример: подкастот е предмет, а местото на жените во подкастот е агол.

- Шестте суштински прашања

За да напише статија, студентскиот новинар мора да си ги постави прашањата: Кој? Што? Кога? Каде? Како? Зошто?

Создавање и опстанок на еден медиум

● **Симулирајте уреднички одбор:**

- Организирање уреднички состанок ви овозможува најпрво да ги **соберете и презентирате** различните актери на медиумот, но исто така и да го **одредите името** на ТВ дневникот
- Ова потоа овозможува да се дискутира **за уредничката линија**, темите што треба да се обработуваат, од сите можни агли но и формати (репортажа, интервју, дебата, блиц инфо).

Идеално е да се организира овој одбор еднаш неделно или со цел да се создаде **редовен состанок** за промовирање на ангажманот.

● **Распределба на улогите:**

Ова е и прилика за:

- Распределба на улогите на “новинарите“, на “експертите“, на водители, на техничарите (сниматели, монтажери) да се **утврди кој што ќе работи**
- **Да се насочуваат активностите на секој** за да се помогне при подготовка на нивните задачи (истражувања, прашалници, репортажа, интервју)
- **Да се формираат групи** (бином, трио) според желбите и вештините на секој
- Младите ќе треба да создадат **визуелниот идентитет** на нивниот медиум:
- Обучувачот може да оди со младите на веб-страницата “**Canva**”

(<https://www.canva.com/>) и да креира со нив визуелни алатки за нивниот блог (лого, банер, илустрација...)

- Обучувачот исто така може да се повика на алатките што ги нуди апликација **Madmagz**, специјализирана за создавање весници (печатени или онлајн) за млади : <https://madmagz.com/> (види лист 17)

- **Објавување и вреднување на една информација :**

- За да ја направите вашата содржина видлива на веб-страници како Вордпрес (**Wordpress**), важно е да обрнете внимание **на дополнителните елементи за вреднување** на статијата како што се: насловот, поглавјето, фотографиите, кратките извадоци што ќе се појават на пребарувачите.
- Овие елементи мора да бидат **привлечни** за брзо да го привлечат вниманието и љубопитноста на читателот.
- **Таговите** (клучните зборови кои се однесуваат на тематиките и темите опфатени во статијата) се исто така важни затоа што овозможуваат подобро референцирање.
- **Социјалните мрежи** можат да бидат истовремено простори за изразување и објавување содржини како и простори за вреднување. Не треба да се двоумите да бидете присутни на неколку социјални медиуми, бидејќи на тој начин содржината е достапна за што повеќе луѓе. Текстовите за вреднување мора да бидат кратки и јасни.
- Без оглед на медиумот или поддршката (фотографии, видеа или звуци), **врските со други страници** се од суштинско значење.

Статија која содржи еден или повеќе од овие елементи е многу повеќе посетена отколку статија кој содржи само текст и не дозволува интеракција со други простори.

- Исто така, потребно е да се биде внимателен **на ниво на јазикот**, кој не смее да биде ниту премногу литературен, ниту премногу говорен.

ПРАКТИЧНИ АКТИВНОСТИ

Овој педагошки лист може да се искористи и како основа за организирање активност за создавање медиум со младите.

КАКО ДОПОЛНУВАЊЕ

За да создадете визуелен идентитет на медиум, како и сите видови визуелни помагала (лого, банер, илустрација ...) корисни за создавање медиум, можете да ја користите страницата Canva

<https://support.canva.com/account-basics/nonprofit-program/apply-for-nonprofit/>

„Центарот за медиумска писменост“ нуди на својата веб-страница ресурси (статии, архиви и сл.) Кои ќе ви овозможат да откриете различни аспекти на МИП, како и практиките што се користат во оваа област:

<http://www.medialit.org/student-made-media>

ЛИСТ БР16 – КРЕИРАЊЕ ПОДКАСТ

МОДУЛ 3	<i>ГРАЃАНСКАТА МОЌ НА МЕДИУМИТЕ</i>
СЕАНСА 6	Продукција на граѓански медиум (радио, подкаст, списание, видео)
НИВО	<i>Средно</i>

КРЕИРАЊЕ РАДИО ЕМИСИЈА

ПРЕДАГОШКИ ЦЕЛИ

1. *Цел 1 : Обучувачот ги знае различните фази на продукција на подкаст*
2. *Цел 2: Обучувачот може да ги поддржува младите во подготовката, продукцијата, уредувањето и дистрибуцијата на подкастот.*
3. *Цел 3: Обучувачот може да организира со младите шоу според моделот на Фабрика за лажни вести (Fake News Factory) (види подолу)*

КЛУЧНИ ТЕМИ

ПАТОТ ДО ПРОИЗВОДСТВО НА ИЗВОРЕН ПОДКАСТ

Подкаст и радио емисија

Подкастот се разликува од радио-емисијата по тоа што е дизајниран само за да се емитува онлајн (преку интернет), а не преку радио.

Внимание : не мешајте радио-репризи, често наречени “подкасти“ што ви овозможуваат да слушате веќе емитувани радио програми, и изворен подкаст, кој не е наменет да се емитува во етер.

Спецификите на изворниот подкаст

За разлика од радио-емисијата, изворниот подкаст **нема временско ограничување** и може да се занимава со многу **широк спектар на теми** (тематика за широка јавност како и теми по специфични). А со тоа и продуцентите имаат поголема **редакциска слобода** и можат да ја изберат својата цел со прилагодување на содржината. Подкастот може да содржи неограничен број епизоди и да се подели на сезони (тематски или хронолошки).

Доколку сака да **ги задржи слушателите**, продуцентот ќе ја земе предвид важноста на редовноста на емитувањето, визуелниот и звучниот идентитет со акцент на квалитетот на звукот. Покрај тоа, бидејќи има за цел да циркулира преку интернет, клучно е да се дистрибуира **на што повеќе платформи** и да се **промовира** на интернет, особено на социјалните мрежи.

1. Избор на темата

- **Уредничкиот состанок** е првиот чекор во одредувањето на темата на вашиот подкаст со целиот тим
- Може да **изберете тема**:
 - Многу едноставо, на пример : *“Животот во медиатекаата во вашиот град”*
 - Широка тема но не и лесна за обработка, на пример : *“Што е тоа да се биде млад во денешно време ?”*
 - Или уште посспецифична тема, на пример: *“Светското првенство во фудбал”, “сексизам”, итн.*
- Учесниците мора да одлучат и за **името на емисијата**.

2. Потребно е и усогласување за :

- **Времетраењето на емисијата** (20 минути на пример)
- **Распределба на улогите** на секој (водител, новинар, експерт...)
- **Одредување на содржината** за секој дел од емисијата (репортажа, дебата, интервју)
- **Одредување на минутата**, или **“водачот”** на епизодата минута по минута

3. Формите за анимација на подкастот : за анимирање на еден подкаст, може да се користи интервју, дебата, репортажа или овие сите три форми истовремено.

- Техники за интервју :

- Врз основа на избраната тема, учесникот мора да го најде лицето за контакт.
- Лицето кое го води интервјутото ја држи контролата на разговорот. Мора да го следи редоследот на однапред подготвените прашања. Истите имаат логичен редослед.
- Ова подразбира голема предходна истражувачка работа. Прашањата мора да бидат прецизни.
- Лицето кое интервјуира знае како да продолжи согласно дадените

одговори и да се одалечи од своите прашања кога е потребно.

- **Подготовка на дебата:**

- Целта е да се дискутира околу одредена тема каде што е потребна разновидност на гледишта.. Или затоа што темата е сложена или затоа што предизвикува дебата.

Водителот има посебна улога :

- Тој ќе ја предводи оваа тркалезна маса поставувајќи специфични прашања за да одговори на темата и за да даде збор. Тој ќе мора да се осигура дека се почитува времето на зборување на сите.

Некои учесници сами ќе ја играат улогата на експерт/и :

- Секој мора да има одредена улога. (социолог, родител на ученик ...).
- Секој од експертите работи на своите аргументи.
- Тие заедно ја усовршуваат темата, разменуваат идеи и му помагаат на водителот да ги подготви своите прашања.
- На крајот од овој чекор, учесниците мора да го подготват текот на нивната дебата и мора да бидат подготвени за снимање!

- **Репортажа** : Репотерот ќе ја бара информацијата таму каде што се наоѓа : на терен. Репортерот е новинар кој ќе ги покрива тековните настани за да ги пренесе на слушателите.

За да го подготви своето излегување, тој треба :

- Да се распраша за темата
- Да ја подготви својата екипа
- Да ги избере своите соговорници
- Да ги подреди информациите што сака да ги собере

На терен, тој треба :

- Да ги пронајде вистинските соговорници
- Да знае да се претстави
- Да ги поставува вистинските прашања, да набљудува, да забележува.
- Да снима интервју, да снима дел од атмосфера, да додаде свучни елементи

4. Снимање вон емисија

Интервју или тонско снимање на отворено :

- Репортерот мора да има мобилен телефон од типот на паметен телефон (или по можност микрофон)
- Да ја користи функцијата “снимање“ (копчето “rec“, “stop“ и “save“) за да ги сними своите прашања потоа, одговорите од својот соговорник, внимавајќи да не е пребучна околина
- Ако станува збор за снимање амбиентални звуци (на пример: звуци од толпа што демонстрира), тогаш тој може само да го пружи својот мобилен или микрофон кон дадената толпа.

5. Предходна монтажа

- Откако ќе бидат снимени различните записи, тој може да премине во фаза на монтажа што се состои во извлекување на звуците од неговиот телефон (со испраќање на својата е-пошта или преку УСБ стик).

Внимание: Проверете дали звуците се испратени до обучувачот пред да се избришат од телефонот или микрофонот, заради безбедност

- Потоа мора да се вчитаат во компјутер опремен со софтвер за монтажа на Audacity (www.audacity.sourceforge.net), Netia или друг софтвер за монтажа на звук
- За да научите како да поставите сесија за монтажа на компјутерот и да ги уредувате звуците, упатствата се достапни на (<https://manual.audacityteam.org/index.html>)
- Ваше е да ги обучите младите од вашата група во неколку чекори (прилично е едноставно!), што ќе им овозможи да вчитаат и уредуваат звуци за да создадат звучна репортажа.

6. Снимање на емисија

Учесниците наизменично седнуваат околу мала маса.

Во средината на масата, снима смартфон опремен со микрофон.

За да се избегне бучавата од столовите, на разни движења од чекори но и заради одржување на ритмот на снимањето, пожелно е да се **снима во неколку дела според протокот на емисијата**

На пример:

- Снимање на водителот
- Едиторијал
- Претставување на темите
- Интервјуа
- Заблагодарување, крај на емисијата

Внимание: Ако сакате да емитувате репортажа, ќе треба да ја додате на крајното снимање.

7. Монтажа на снимки и емитирање на подкастот

- Обучувачот е задолжен да ги склопи снимките за да направи епизода и да додаде “звучни запирки“ (музички извадоци пократки од 5 секунди) за флуидноста на деловите и за да ги поврзе паузите.
- Потоа треба да се емитира на бесплатна платформа (soundcloud на пример <https://soundcloud.com/discover>) со пишување на резимето на подкастот (неговата тема, форматот, продуцентите, оригиналноста).
- Конечно можете да организирате групна сесија за слушање.

Забелешка: Вежбата може да се поедностави со користење на само еден од форматите (интервју, дебата, репортажа)

ЕМИСИЈА “ ФАБРИКА НА ЛАЖНИ ВЕСТИ“ (FAKE NEWS FACTORY)

Програмата Фабрика на лажни вести е создадена за да ги предупреди учениците за ризиците поврзани со ширењето на лажни вести и теории на заговор во медиумите, особено на интернет.

Оваа програма е создадена за да им овозможи на младите да учествуваат **во игра со улоги** во кои **некои ќе играат заговорници, а други, новинари**, и со тоа да ги совладат одредени централни теоретски поими за овие проблематични теми.

Емисијата се одвива во неколку фази :

1. Распределба на улогите на сите :

- Новинари и заговорници (во еднаков број)
- Водител/ка
- Експерт
- Инженер за звук, кој го следи снимањето и го подава микрофонот
- Монтажер

2. Заговорниците

- Со преземање на механизмите и структурата на теоријата на заговор (споменати во педагошките листови од сесија 3 “Информација и дезинформација“), заговорниците се задолжени да ја напишат сопствената теорија на заговор на избраната тема (или да преземат веќе постоечка)
- Откако ќе се финализира теоријата, заговорниците ја откриваат пред новинарите.

3. Новинарите

- Новинарите, потоа, ќе треба да извршат ригорозни истражувања почитувајќи ги главните правила на новинарскиот пристап (детално наведено во педагошките листови во сесија 3: проверка, споредба, вкрстена проверка на информациите).
- После тоа, новинарите ќе треба да одговораат, да ја разоткриваат теоријата на заговор, аргумент по аргумент.

4. Експертот

- Да се назначи еден од младите кој ќе ја игра улогата на експертот, специјалист за теории на заговор и лажни вести, кој обезбедува алатки за откривање на лажните информации.

5. Снимање

- Може да го снимите звукот со микрофон на звучна картичка или со мобилен,

- а потоа целиот да го монтирате на софтвер (Audacity или Netia)
- Епизодата мора да следи однапред дефиниран тек и сите интервенции мора да бидат преходно запишани.

6. Одвивање на епизодата

ДЕЛ 1

- Епизодата започнува со вовед на водителот: име на радиото, структурата, самата емисија, започнување на емисијата.
- Водителот потоа го претставува првиот гостин (заговорник) и го замолува да ја објасни својата теорија, своите докази
- Водителот го претставува и првиот новинар, неговите против-аргументи, неговите докази
- Водителот им се заблагодарува на учесниците и преминува на вториот дел

ДЕЛ 2

Водителот му дава збор на експертот, специјалист за теории на заговор и лажни вести, кој обезбедува алатки за откривање на лажните информации имено:

- Проверка на природата на сајтот каде е пронајдена информацијата
- Проверка на идентитетот на авторот на таа информација: Дали е новинар, специјалист по темата за која разговара? Која е неговата цел?
- Да се провери датумот на објавата на информацијата (секоја информација брзо застарува)
- Изворите: една информација секогаш мора да биде потврдена од 3 различни извори пред да биде објавена
- Потсетување дека секогаш треба да се пребарува, да се биде љубопитен и сомнителен
- Потсетување дека критичкото размислување е најефикасното оружје што сите го поседуваме против лажните информации и теориите на заговор

Водителот им се заблагодарува на експертот, на гостите, на екипата и ја завршува емисијата.

ПРАКТИЧНИ АКТИВНОСТИ

Овој педагошки лист може да се користи како основа за организирање на активност на креирање на радио или изворен подкаст со млади; или за симулација на радио емисија со заговорници и новинари.

КАКО ДОПОЛНУВАЊЕ

- За да се научи како да се совладаат **основите за аудио монтажа**, да се избере помеѓу Audacity, Netia (постои и бесплатна верзија) et Garageband (само на уредите Apple).
 - *Audacity* :
www.audacity.sourceforge.net (télécharger Audacity)
<https://manual.audacityteam.org/index.html> (apprendre à monter sur Audacity)
 - Едноставни апликации за аудио монтажа за *Android* исто така :
<https://www.info24android.com/10-meilleures-applications-dedition-audio-pour-android/>
- **Емитирање** на својот подкаст преку Soundcloud :
<https://soundcloud.com/discover>
- Дополнителни совети за **новинарска продукција** :
 - *Сайт на 24 часа во една редакција*: <https://www.24hdansuneredaction.com/en>
 - *Фокус на репортажата* :
<https://www.24hdansuneredaction.com/en/radio/18-news-reporting/> (anglais)
<https://www.24hdansuneredaction.com/radio/18-le-reportage/> (français)

ЛИСТ БР. 17 - ДИЗАЈНИРАЊЕ ОНЛАЈН СПИСАНИЕ ЗА МЛАДИ

МОДУЛ 3	<i>ГРАЃАНСКАТА МОЌ НА МЕДИУМИТЕ</i>
СЕСИЈА 6	<i>Продизирање на граѓански медиум (радио, подкаст, списание, видео)</i>
НИВО	<i>Средно</i>

Дизајнирање онлајн списание

ПЕДАГОШКИ ЦЕЛИ

1. *Цел 1: Обучувачот е во можност да ги следи младите во создавањето на онлајн списание*
2. *Цел 2: Обучувачот успева да ги води младите во различните чекори на создавањето на онлајн списанието*
3. *Цел 3: Обучувачот во суштина ги знае спецификите на апликацијата Мадмагз (Madmagz)*

КЛУЧНИ ТЕМИ

1. ПРЕЗЕНТАЦИЈА

Создавањето на едно списание им овозможува на младите да ги стекнат основните знаење развивајќи ги своите вештини (критичко размислување, тимска работа) и нивните квалитети (љубопитност и упорност).

1. ЧЕКОРИ НА КРЕИРАЊЕ ОНЛАЈН СПИСАНИЕ

1. Првите чекори

Првиот чекор е да се изгради тим од мотивирани луѓе кои ќе се вложат во реализирањето на проектот.

Ова е “тврдото јадро“ на редакцијата. Тие ќе бидат одговорни за:

- Избирање и пишување статии
- Фотографирање / пронаоѓање слики и видеа за илустрирање на списанието
- Пронаоѓање говорници и водење интервјуа пред нивна транскрипција
- Дистрибуирање на списанието на социјалните мрежи

За ова, најефикасно е редовно организирање на **уредничкиот одбор**, така што секој може да ги знае своите одговорности во продукцијата на списанието според нивните желби и склоности.

2. Дефинирање на својата формула, пронаоѓање на својот идентитет

- Поставување на прашањето за целите на медиумот: дали станува збор за придонес кон анимацијата на животот на едно средно училиште, на некое здружение? Да се промовира изразувањето на што повеќе млади луѓе? Да се поттикнат дебати меѓу нив на одредена тема?
- Дефинирање на својата цел: Учениците на едно училиште? Членовите на некое здружение? Целата заедница?
- Поставување на прашањето за уредничката линија: Во неколку редови, обидете се да ја дефинирате насоката на вашето списание: неговата амбиција, неговите омилени теми, неговиот тон (сериозен, лесен, хумористички?), природата на содржините и начинот на кој тие ќе бидат обработени во зависност од вашата цел.
- Пронаоѓање наслов за вашето списание што ќе ви помогне да го истакнете, да го потврдите неговиот идентитет и да придонесе за неговата популарност.
- Конечно, потребно е да се оценат материјалните услови поврзани со вашиот медиум според периодичноста и темпото на објавување. Бројот на членови во вашиот тим, нивната вклученост и нивната достапност се важни фактори, како и опремата со која располагате.

3. Изборот на содржините

За задржување на интересот на вашата публика, мобилизирање на нејзиното внимание и поттикнување на нивната љубопитност, мора да се внимава да се менуваат методите за

обработка на информацијата.

Главните новинарски жанрови со кои располагате се:

Репортажата, истрагата и интервјуто, нота, критиката, извештајот, портретот.

За секоја тема, агол

За да избегнете напис (или портрет) предолг и тежок за читање, апсолутно е потребно да се избере агол, односно, **гледна точка**, да се изберат специфичните аспекти на темата што сакате да ја истакнете и да се остават останатите.

Пример: Отворањето на едно кино е тема

Туристичкото влијание на новото кино врз градот е агол.

4. Поделување на улогите

Во редакција, сите не ја извршуваат истата работа. Моделот Мадмагз (Madmagz) предлага да се подели групата на 3:

- 1 главен и одговорен уредник,
- уредници,
- редактори

(Види: Лист 17 прилог). Улогите можете да ги прилагодите ако не сакате да го следите моделот Мадмагз (Madmagz).

Сите редактори треба да ги имаат предвид **шестте суштински прашања** за пишување статија. Новинарот или редакторот секогаш мора да си ги поставува прашањата: кој? што? кога? каде? како? зошто?

Исто така, треба да се согласите за **должината** на статијата и **нивото на јазик** на списанието пред да се премине на пишувањето (ниту премногу возвишен ниту премногу фамилијарен).

Помеѓу останатите задачи што можат да се извршат, ги наоѓаме:

- Илустраторот/илустратока, чија работа е да слика, црта или презема фотографии, слики, звуци, илустрации или видеа (без авторски права или означувајќи го изворот) за да го илустрира списанието.
- “Комјунити менаџер“ (“community manager“) кој се грижи за наоѓањето врски поврзани со креираната содржина од редакторите за да го упати читателот кон други страници. Тој е исто така одговорен за социјалните мрежи и мора да ја промовира дистрибуцијата на списанието кон што повеќе луѓе, обрнувајќи внимание на **дополнителните вреднувачки елементи** на статијата како што се: насловот, поглавјето, фотографиите, кратките извадоци што ќе се појават на пребарувачот.

5. Објавувањето на списание

Откако вашето списание е завршено, можете да одлучите да го објавите во веб или хартиена верзија (види “лист 17 прилог“) според вашите желби, вашите амбиции и вашата цел.

3. АПЛИКАЦИЈАТА МАДМАГЗ (MADMAGZ)

Можете, за да го креирате вашето онлајн списание, да ја користите апликацијата Мадмагз (Madmagz). Нејзиниот колаборативен изглед и интерфејс овозможуваат тимска работа и поедноставување на изгледот и графичките елементи на списанието.

Мадмагз (Madmagz) (<https://madmagz.com/>) е веб апликација која овозможува создавање весник на едноставен и колаборативен начин. Оваа алатка нуди голема флексибилност што овозможува создавање на секаков вид списанија (училишен весник, информативен весник, дневник за патувања, асоцијативен весник итн...). Единствената граница е вашата имагинација!

Апликацијата Мадмагз (Madmagz) им овозможува на своите корисници да создадат во група, онлајн списание кое исто така ќе може, на крајот од процесот, да се трансформира во печатена верзија.

Благодарение на различните алатки на платформата, ќе можете да:

- Изберете модел на списание што одговара на вашата содржина
- Креирате категории на страници (корици, резиме, едиторијал, статии ...)
- Пишувате статии и да ги прегледувате истите користејќи ги функциите за хиерархиска соработка
- Додадете, менувате, уредувате и бришете страниците
- Избирате опции за изледот
- Додадете фотографии, звуци, видеа и вметнете линкови кон други веб-страници
- Објавите вашето списание онлајн или во печатено издание, откако целата содржина ќе биде проверена

Сите овие чекори се објаснети и детални во “лист 17 прилог“

ПРАКТИЧНИ АКТИВНОСТИ

- Можете да го користите овој едукативен лист за да водите активност за создавање весник со млади луѓе.
- Да се погледне и “лист 17 прилог“ за апликацијата Мадмагз (Madmagz)

ДОПОЛНИТЕЛНИ РЕСУРСИ

<https://madmagz.com/>страница Мадмагз (Madmagz)
<https://madmagz.com/faq>Често поставувани прашања

ЛИСТ 3 АКТИВНОСТ БР. 1

МОДУЛ 1 : СВЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ

Поглавие 3 “Информацијата и медиумите”

АКТИВНОСТ 1	ОБЛАК НА ЗБОРОВИ – Откривање на медиумскиот пејсаж
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист бр. 3 – “Информацијата и медиумите” (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	30 минути
ОПРЕМА	Табла, пенкала и / или фломастери
ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА	
<p>Облакот на зборови е заедничка вежба во која младите се поканети да започнат од зборот “медиуми” напишан на таблата, да го покажат своето знаење за медиумскиот свет и да ги споделат.</p> <p>Оваа вежба им овозможува на учесниците да ги претстават главните актери во балканските медиуми на јасен и организиран начин, истакнувајќи ги нивните разлики.</p> <p>Оваа вежба, исто така, претставува можност за супервизорите да ја набљудуваат медиумската практика на целната група (кои видови на медиуми користат? каде се информираат?) и со тоа да го насочуваат развојот на работилницата според нивните практики и нивните мислења. Се бара да се разјаснат или аргументираат одговорите или да ги охрабрите да дадат свои мислења со цел да се задлабочат во одредени теми.</p>	
ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА	
<ol style="list-style-type: none">1. Пишување на зборот “медиуми” на визуелна алатка и запишување на имињата на медиумите или (медиумски поддршки : телевизија, радио, печатени медиуми, социјални мрежи) што им паѓаат на ум.2. Распределување на медиумите предложени од учесниците според видовите на поддршка.3. Разликување на приватните медиуми од јавните.4. Разликување на традиционални медиуми и социјалните медиуми : повеќето учесници често користат социјални мрежи (Инстаграм/Снепчет/Фејсбук), било за консултирање на информации или едноставно да поминуваат време на овие мрежи. Така што, за време на оваа вежба, ќе се постави прашањето за местото на социјалните мрежи во медиумскиот пејсаж, или спонтано од учесниците или од едукативниот супервизор. Затоа, ова ќе биде прилика да се воведат темите за масифицирање на информациите на интернет и потенцијалната манипулација со информациите што социјалните мрежи можат да ги пренесат. Покрај тоа, ќе треба тогаш да се напомене дека социјалната мрежа нема редакција, ниту новинар, сите ние сме креатори и дистрибутери на информации без да сме професионалци. Затоа, треба да се охрабри претпазливоста бидејќи секој може да се изразува на овие мрежи.	
АДАПТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА ВО БАЛКАНСКИОТ КОНТЕКСТ	

За оваа активност, упатете се кон тематскиот лист “Независни медиуми” во делот “Информирај се” на нашата едукативна страница (ЛИНК). Предавачатот, на тој начин, има пристап до главните референтни медиуми кои го структурираат медиумскиот пејсаж на Балканот.

ЛИСТ 3 АКТИВНОСТ БР. 2

МОДУЛ 1 : СВЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ

Поглавие : “Информацијата и медиумите“

АКТИВНОСТ	ПРЕГЛЕД НА ПЕЧАТ на почетокот на сесијата
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист бр. 3 – “Информацијата и медиумите“ (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	30 мин
ОПРЕМА	Не е потребен никаква опрема
ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА	
<p>Да се воведат сесија на работилница, на пример, може да биде интересно да се прашаат учесниците да пренесат информација или настан што неодамна ги допрело на вестите, што ќе овозможи да се разговара заедно.</p> <p>Земајќи конкретни и актуелни примери, прегледот на печат на почетокот на сесијата е добра вежба за спроведување во пракса целите на работилницата и има многу предности.</p> <p>Оваа вежба овозможува :</p> <ul style="list-style-type: none">- Зајакнување на димензијата на размена и ко-конструкција на работилницата преку охрабрување на учесниците да зборуваат за актуелни теми, што го истакнува нивното учество и нивната вклученост.- Интегрирање или повторно употребување на теоретски поими претходно проучувани, благодарение на тековните настани (потсетување на дефиницијата за информација, разликата помеѓу информацијата и мислењето, да се биде претпазлив за природата на изворот, потсетување на природниот рефлекс кој понекогаш се состои од преферирање сензационални информации и / или блиски до нас).- Информирање за медиумската практика на младите и нивниот однос со информацијата. Социјалните мрежи честопати се сметаат за нивен главен извор на	

информации (генерално се цитираат Снепчет и Инстаграм). Оваа вежба може да биде прилика да ги охрабрите да консултираат други извори на информации на кои се презентираат вестите на поинаков, подлабок начин, како што се страниците за проверка на фактите што може да се следат на одредени социјални мрежи.

ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА

1. Секој ученик има 5 минути за да бара, на својот телефон, информација или настан што го допрело а кој бил емитуван на вестите
2. Секој ученик ја пренесува таа информација на групата
3. Ученикот го дава изворот на информацијата (Каде ја нашол оваа информација за прв пат?)
4. Неговиот интерес за информацијата (Зошто ја задржал?)
5. Ставање во перспектива од страна на обучувачот

АДАПТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА ВО БАЛКАНСКИОТ КОНТЕКСТ

За оваа активност, упатете се кон листовите “Лажни вестите“ во делот “Информирај се“ на нашата едукативна страница. Предавачот има конкретни примери на лажни информации во кои верувале и споделувале граѓаните на Балканот.

ЛИСТ 3 АКТИВНОСТ БР. 3

МОДУЛ 1 : СВЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ

Поглавие 3 “Информацијата и медиумите“

АКТИВНОСТ 1	ИГРА НА УЛОГИ НА КРУГОТ НА ИНФОРМАЦИЈАТА
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист бр. 3 – “Информацијата и медиумите“ (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	30 минути
ОПРЕМА	Никаква опрема
ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА	
<p>Во играта на улоги на кругот на информацијата, учесниците ги отелотворуваат различните актери кои учествуваат во создавањето на една информација:</p> <ul style="list-style-type: none"> - актери, сведоци, новинари, редактори и аниматори-техничари. 	

Предизвикот е да се подигне свеста за својствените тешкотиите на верната и објективна транскрипција на еден факт, особено кога се заснова на сведоштва.

Цели:

- Овозможување на младите да ги разберат, материјализираат и идентификуваат актерите на кругот на информацијата.
- Ставање учесници во чевлите на медиумските актери (игра на улоги)

Прво, поделете ги учесниците во 5 групи. Секоја група ќе има улога да игра во кругот на информацијата со што ги претставува различните фази претставени во делот посветен на кругот на информацијата во едукативниот лист 3.

Успешното изведување на оваа вежба значи дека **различните групи не доаѓаат во контакт пред интеракциите** и планираните размени на вежбата (идеално би било учесниците да излезат од салата и потоа да влезат во групи).

ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА

1. Првично, **првата група измислува настан** од јавен интерес. На пример, сообраќајна несреќа во која учествувал некој политичар, демонстрација на работници по затворањето на нивната фабрика или апсење на некоја славна личност (пеач или познат актер). По консултација, далеку од другите групи, групата ќе мора да **го имитира / изведе / нацрта предметниот настан само пред втората група**
2. **Втората група**, чии членови глумат **сведоци сами присуствуваат на изведбата** на настанот, играна од првата група и ги алармираат медиумите.
3. **Третата група, онаа на новинарите**, потоа влегува на сцена: **нејзините членови ги слушаат сведочењата на сведоците** (од групата 2) и **ја проверуваат информацијата** со вкрстено проверување на сведочењата благодарение на интервјуата засновани на она што новинарите го нарекуваат „5W“. (When = Кога? Where = Каде? Who = Кој? What = Што? Why = Зошто?).
4. **Четвртата група, таа на редакторите (настрана уште од почетокот)** ги собира извештаите на интервјуата и **ја презема одговорноста за пишување на кратка статија** (т.е. краток синтетички напис кој го резимира настанот со одговор на „5W“).
5. Оваа кратка статија им се пренесува на членовите на **петтата група (аниматори и техничари), кои ја шират информацијата** како што им била соопштена, со аудио или видео-снимка или со симулирање на ТВ-дневник, на пример.

4-те групи што ќе ја проследуваат информацијата (од сведоците до дистрибуцијата) ќе имаат деликатна задача да пренесат информација што е можно поцелосна и неутрална. Сепак, може да биде интересно намерно да се изведе неуспешно завршување на оваа вежба со барање, на пример, на еден од сведоците од втората група да излаже за она што го видел или да измисли заговор околу настанот.

6. Брз преглед на вежбата ќе ни овозможи да ги поставиме следниве прашања:

- Дали информацијата била верно пренесена? Дали последната група ја пренесува информацијата која е најблиска до реалноста на фактите?
- Кои се својствените потешкотии за секој чекор / функција?
- Кои се клучните параметри за маневрирање на секоја група во однос на обработката на информацијата?

АДАПТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА ВО БАЛКАНСКИ КОНТЕКСТ

За оваа активност, упатете се на тематските листови “Лажни вести “ во делот “Информирај се“ на едукативната страница. Така, предавачот ќе има примери за кои информацијата била пренасочена во текот на кругот на информација.

ЛИСТ 4 АКТИВНОСТ БР. 1

МОДУЛ 1 : СВЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ

Поглавие 4 “Медиумите и Граѓанството“

АКТИВНОСТ 1	КАКО ДА СЕ ПРОВЕРАТ ИЗВОРИТЕ ?
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист бр. 4 – “Медиумите и Граѓанството“ (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	30 минути
ОПРЕМА	Еден или повеќе компјутери со пристап до интернет или, еден сџматфон за 2 ученика минимум
ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА	
<p>Цели :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Овозможува на учесниците да го применат новинарскиот процес на проверка на фактите. - Проценување на квалитетот и релевантноста на информацијата. - Запрашување за тешкотијата да се добие јасна информација за одредени теми. <p>Учесниците ќе бидат распределени во групи на компјутери и ќе имаат неколку информации за проверување. Тогаш ќе биде потребно да се подготват неколку теми за да се знае однапред вистинитоста или не на овие информации, но целта е да им се овозможи самите да го откријат.</p>	

Проверката може да опфати неколку видови информации, од наједноставни - како што се датумот на настанот, содржината на еден закон или текот на фудбалскиот натпревар - до најкомплицираните. На пример, утврдувањето на бројот на невработени во Косово бара дефинирање на невработеноста (која варира зависно од организацијата)

Целта на оваа вежба е да им се даде на учесниците улога на “истражувач“, “мини-новинар“ и да се стекнат со навика на внимателност која ќе треба да ја применуваат во секојдневието на интернет.

ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА

1. Обучувачот собира десетина информации (во зависност од бројот на млади) пронајдени на интернет или социјалните мрежи, кои се лажни вести (негирани од нивното објавување) или вистински информации што можат лесно да се проверат. Обучувачот го извршува процесот на проверка на една информација и ја подготвува корекцијата).
2. Учесниците, поделени во групи од 2 или 3, влечат ливчиња со 2 или 3 информации.
3. Ставете ги учесниците во групи пред компјутери и дајте им неколку информации за да ги проверат.
4. Потсетете ги за процесот на проверка на информациите:
 - Која е природата на страницата каде што ги најдовме информациите? (видете го фолдерот ‘правни известувања‘ или фолдерот ‘за нас‘ на страницата)
 - Дали се работи за меѓународна страница за информации, хумористична страница, политички блог?
 - Кој е автор на информацијата? Политичар, новинар, експерт, граѓанин, анонимен автор? (Направете истражување за таа личност)
 - Која е неговата цел?
 - Дали тој се обидува да не исплаши, да не информира, да не манипулира, да не убеди?
 - Од каде доаѓа информацијата и врз кои извори / докази се заснова?
 - Од кога датира?
 - Дали информацијата била објавена на други страници?
 - Дали можеме да ја вкрстиме, односно да ја најдеме на друго место, на други медиуми?
5. Презентација од секоја група на процесот на проверка на информацијата, впечаток на другите групи од извршената презентација, корекција од обучувачот.

АДАПТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА ВО БАЛКАНСКИОТ КОНТЕКСТ

За оваа активност, упатете се на тематските листови “Независни медиуми“ на едукативната страница. Така, предавачот ќе има пристап до многу информации кои треба да бидат проверени за да ја подготви својата вежба.

ЛИСТ 4 АКТИВНОСТ БР. 2

МОДУЛ 1 : СВЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ

Поглавје 4 : “Медиумите и Граѓанството“

АКТИВНОСТ 2	КВИЗ
ПОГЛАВЈЕ	Педагошки лист бр. 4 – “Медиумите и Граѓанството“ (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	<i>30 минути</i>
ОПРЕМА	<i>Powerpoint, проектор, табла или бел екран</i>
ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА	
Опис : <p>Квизот е алатка за учење преку игра - тоа не е проценка. Вежбата треба да биде придружена, барем делумно, со едноставни и достапни прашања со цел да се зајакне нивната способност да ја разберат темата и со тоа дополнително да се подигне нивното учество.</p> <p>Оваа вежба овозможува, на пример, да се пристапи кон концептот на лажни вести преку практика, пред обид да се дефинира теоретски истиот. Но, истовремено, овозможува да се повика директно нивното критичко размислување.</p> <p>Исто така, служи да ги изненади учесниците во избрзаните заклучоци што некој може да ги извлече од информација или слика.</p> <p>Конкретно, оваа вежба овозможува да се покренат сите видови прашања во врска со критичкото образование на медиумите.</p>	
Цели: <ul style="list-style-type: none">- Поттикнување на усното учество, дијалог, аргументација и зајакнување на теоретскиот дел од работилницата преку практична и когнитивна активност- Создавање групна динамика преку тимскиот дух- Овозможува вешто да се обезбедат теоретски информации за светот на медиумите (слобода на печат, историски датуми итн.).	
ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА	
1/ Обучувачот подготвува петнаесетина прашања (еден слајд со прашања проследен со еден	

слајд со одговори)

2/ Обучувачот ги дели учесниците во групи од 4 до 5 лица

3/ Претставени во форма на прашање со повеќе избори, од секоја група ќе биде побарано да одговорот колективно со избирање на само еден одговор од неколку понудени избори.

4/ За секој даден одговор, обучувачот бара од секој тим да го образложи својот избор со краток и усен одговор

5/ Обучувачот го открива точниот одговор. Потоа ги забележува бодовите добиени од секој тим (да се повтори за секое прашање, сметајќи по 1 бод за секој точен одговор)

Идеално би било да го [создадете сопствениот квиз](#) поврзан со темите за кои станува збор. За да најдете инспирација и / или да ги информирате учесниците за тоа како функционираат квизовите, постојат веб-страници, особено “[quiroquiz.com](#)“ кој нуди различни категории (тука е соодветна категоријата “наука или фикција“), но исто така има и забавни квизови.

Примери на прашања:

Според вас, на кое место на светско ниво е рангирана Србија според слободата на печат во 2020 година?

- A. 2
- B. 20
- V. 71
- Г. 93

Одговор: Г (Србија е на 93-то место според Светскиот индекс за слобода на печат за 2020 година, Србија продолжува да е земја која е често опасна за новинарите и каде лажните вести се шират многу брзо. Поголемиот дел од истрагите за нападите врз новинарите се во ќор-сокак или класифицирани како “без продолжение на истрага“.)

АДАПТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА ВО БАЛКАНСКИ КОНТЕКСТ

За оваа активност, упатете се кон тематските листови „Лажни вести“ во делот “Информирај се“ на едукативната страница. Така, предавачот ќе има пристап до многу лажни информации за да се подготви за својата вежба.

ЛИСТ 5 АКТИВНОСТ БР. 1

МОДУЛ 1: СВЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ

Поглавие 5: Од традиционални до нови медиуми

АКТИВНОСТ 1	„Час по истраги“ : Новинарска истрага по групи
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист бр. 5 – “Од традиционални до нови медиуми” (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	<i>½ ден</i>
ОПРЕМА	<i>Еден или повеќе смартфони, сала, претходно подготвени сведоштва (текст, аудио), интернет пристап</i>
ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА	
<p>“Час по истраги” е игра што им овозможува на младите учесници да ја разберат структурата на информацијата.</p> <p>Конкретно, тоа е новинарска истрага во која младите се ставаат во кожата на новинарите.</p> <p>Цели :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Да се разберат основите на новинарската професија, како и сериозноста што професионалните новинари мора да ја покажат за да ја потврдат точноста на информациите што ги пренесуваат. - Да се стане свесен за важноста на критичкото размислување кога се соочуваме со една информација. - Да се биде способен полесно да се извршува работата на проверка на изворите, откако ќе се изврши дел од работата на новинарот во оваа област. <p>На крај, младите се навикнуваат да го спроведуваат овој процес, кој многу брзо станува рефлекс. Ова ги спречува да паднат во стапицата на дезинформацијата.</p> <p>Покрај поттикнувањето на тимскиот дух, запишувањето белешки, способност за синтеза и усната презентација, оваа вежба ја нагласува работата за сортирање што ја вршат професионалните новинари пред да објават една информација.</p>	
ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА	
<p>Оваа новинарска истрага се одвива во неколку чекори:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. За време на два часа, младите собираат сведоштва и документи 2. Овие сведоштва и документи биле претходно напишани или снимени од страна на обучувачот и “соучесниците” (членови на педагошкиот тим, професори, членови на здружението ...) 3. Сведоштвата и документите се однесуваат на ист настан (на пример: мистериозното исчезнување на две лавчиња во зоолошка градина), но доаѓаат 	

од различни извори (на пример: управителот на зоолошката, сопственикот на кафулето спроти зоолошката градина ...)

4. Тогаш, младите ги вкрстуваат овие документи за да се обидат да го разберат расплетот на фактите, а потоа ги испрашуваат сведоците (лице в лице или преку електронска пошта).

5. Потоа, тие реализираат репортажа во живо во која секој од нив ја игра улогата на новинарот, додека друг го снима, користејќи смартфон или камера.

6. Потоа, може да се дистрибуираат видеата на платформа по ваш избор за да ја подигнете свеста на другите млади за овие проблематики (и да им се овозможи на младите да го проценат квалитетот на нивната изведба!)

АДАПТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА ВО БАЛКАНСКИОТ КОНТЕКСТ

За оваа активност, упатете се кон тематскиот лист “Независни медиуми” во кој е објаснет глобалниот контекст во кој балканските земји сè почесто присуствуваат во ширењето на лажни вести.

ЛИСТ 5 АКТИВНОСТ БР. 2

МОДУЛ 1 : СВЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ

Поглавие 5 : Од традиционални до нови медиуми

АКТИВНОСТ 2	Трката во дезинформација
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист бр. 5 – “Од традиционални до нови медиуми” (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	15 минути
ОПРЕМА	Еден смартфон по група
ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА	
Цели:	
<ul style="list-style-type: none">- Проверување на нивната способност за брзо проверување на сомнителни информации.- Идентификување на информациите што треба да се проверат- Запознавање со чекорите за проверка на информација или извор.	

Трката за дезинформација е **стимулативна** активност затоа што е игра на брзина и ги става младите во конкуренција едни со други.

Лесно остварлива, им овозможува да видат колку е лесно да се применуваат мерките за проверката на информации.

ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА

1. Формирајте групи од по 3 до 4 учесници.
2. Побарајте од учесниците да ги прелистаат новостите низ нивните социјални мрежи сè додека не најдат информација што треба да се провери.
3. Побарајте им да разговараат потоа за мерките што треба да се преземат.
4. Потоа, видете кој е најбрз во проверката на информацијата.

АДАПТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА ВО БАЛКАНСКИОТ КОНТЕКСТ

За оваа активност, упатете се кон тематскиот лист за “Независни медиуми” кој го прецизира глобалниот контекст на појавата на лажни вести, обезбедувајќи истовремено низа независни медиуми.

ЛИСТ 6 АКТИВНОСТ БР. 1

МОДУЛ 1 : СВЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ

Поглавие 6 “Дигитални Медиуми : ризици и можности“

АКТИВНОСТ 1	МИНИ КВИЗ “Социјални мрежи, до каде сте?“
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист бр. 6 – “Дигитални медиуми : ризици и можности“ (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	30 минути
ОПРЕМА	Проектор или табла

ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА

Опис :

Мини квизот е алатка за учење преку игра - тоа не е проценка. Вежбата треба да биде придружена, барем делумно, со едноставни и достапни прашања со цел да ги утешат младите во нивната способност да се справат со темата и на тој начин дополнително да ја поттикнат нивната вклученост.

Мини квизот „Социјални мрежи, до каде сте?“ е **забавна и интерактивна вежба** во која младите се поканети да одговорат на прашања поврзани со ризиците на секојдневната употреба на социјалните мрежи.

Оваа вежба им овозможува на учесниците :

- Да станат свесни за ранливоста на корисниците на интернет (особено помладите) и рефлексите што треба да се применат за да се користат социјалните мрежи во најдобри услови.
- Набљудување на знаењето на младите на оваа тема а со тоа и следење на развојот на работилницата според нивните практики и мислења. Се бара да ги прецизираат или аргументираат одговорите или да се охрабрат младите да дадат свои мислења со цел да се продлабочат одредени теми.

Цели :

- Овозможување на учениците да го искористат нивното граѓанско право во информациско и комуникациско општество
- Обучување активни, просветлени и одговорни „сајбер-граѓани“.
- Учење на младите да станат одговорни во нивната дигитална употреба

ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА

1. Од списокот на прашања дадени подолу и одговорите, обучувачот подготвува мини квиз. (Обучувачот исто така може да креира дополнителни прашања / одговори со помош на *едукативниот лист б*)
2. Обучувачот ги дели учесниците во групи од 4 до 5 лица.
3. Презентирани во форма на прашања со повеќе избори, од секоја група ќе биде побарано колективно да одговорат на квизот.
4. За секој даден одговор, обучувачот бара од секој тим да го образложат својот избор со краток и усен одговор.
5. Обучувачот го открива точниот одговор. Потоа ги бележи бодовите добиени од секој тим (да се повтори за секое прашање, сметајќи по 1 бод за секој точен одговор).

Неколку прашања (и нивните одговори)

1 – Кои се трите најкористени социјални мрежи од страна на 13 – 17 годишници во светот ?
(Селектирајте 3 точни одговори)

- Snapchat
- Instagram
- Facebook
- Twitter
- Tik Tok

Одговори :

Првиот е Snapchat (84 %) - 2: Instagram (72%) - 3: Facebook (38%) - 4: Twitter (30%) - 5: Tik Tok (13%) . Ако Snapchat е најкористената мрежа од страна на младите... и останатите не се запоставени !

2 – Мојот профил на интернет е...

- Мојата слика
- Моето презиме, име и псевдоним
- Сите информации кои ме засегаат

Одговор :

Мојот профил на интернет се сите информации за мене - Секој сега мора да управува со дигитален идентитет составен од информации, придонеси што тој или таа ги остава на интернет. На пример, правилно избирање на информациите на својот профил за само опишување , градење поволна слика кон другите - Дигиталниот идентитет е: кои сме, кого знаеме, што правиме, каде сме, ... и многу повеќе информации!

3. Бришењето на својот Фејсбук акаунт се случува веднаш :

- Точно
- Неточно

Одговор :

Неточно. Тој е деактивиран но не избришан ! Фејсбук не ве остава толку лесно. За одреден период, акаунтот останува активен. Консултирајте ги условите на употреба на Фејсбук за да дознаете повеќе.

4. Е-репутацијата е ... (Изберете 2 точни одговори)

- Што би сакал луѓето да кажат за мене
- Што пребарувачите покажуваат за мене
- Што објавувам, што “сакам“, коментирам, итн.
- Непријатни коментари за мене

Одговор :

- Што пребарувачите покажуваат за мене
- Што објавувам, што “сакам“, коментирам, итн.

Е-репутацијата е голем дел од дигиталниот идентитет. Познавањето на својата е-репутација значи познавање на сликата за себе што ја даваме, да се знае што велат другите за нас. Процесот е го барате сопственото име на пребарувачите и да ги разгледате резултатите. Некои од пронајдените информации се важни затоа што е тешко да се контролираат. Честопати, првите резултати од вашето име нема да бидат вашите сопствени социјални мрежи, туку статии за вас.

5. Колку години треба да се има за да креира акаунт на Фејсбук ?

- Нема возрасна граница
- Треба да се има 13 години
- Треба да се има 16 години

Одговор :

За да креирате акаунт на Фејсбук, мора да имате 13 години. Фејсбук ги спроведува законите на САД со Законот за заштита на приватноста на децата (COPPA - Children's Online Privacy Protection Act), кој забранува веб-страниците да собираат податоци од деца под 13 години без согласност на родителите. А собирањето на податоци е тоа што го интересира Фејсбук!

ЛИСТ 6 АКТИВНОСТ БР. 2

МОДУЛ 1 : СВЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ

Поглавие 6 “Дигитални медиуми : ризици и можности“

АКТИВНОСТ 2	ЗАШТИТА НА ПОДАТОЦИ
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист бр. 6 – “Дигитални медиуми : ризици и можности“ (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	<i>30 минути</i>
ОПРЕМА	<i>Смартфони и/или компјутер за секој млад / или на обучувачот (со проектор доколку е можно)</i>

ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА

Оваа практична вежба има за цел да ги обучува младите да ги штитат своите податоци онлајн. За да се направи тоа, предавачот им помага на младите да ги променат поставките за приватност на интернет и социјалните мрежи, придружувајќи ги чекор по чекор.

Започнете со една социјална мрежа и направете ги промените на акаунтот постепено.

Цели :

- Подигање на свеста на младите дека постојат едноставни начини за заштита на својата приватност на интернет и на социјалните мрежи.
- Придружување на младите во овој процес на една социјална мрежа за да можат потоа

да го применат на други.

ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА

Чекор 1 : Подигвање на свеста

1. Најавете се на вашиот акаунт на Фејсбук, од вашиот компјутер или смартфон
2. Сами погледнете ја добрата „меморија“ на Фејсбук: <https://www.facebook.com/memories>: На оваа страница, Фејсбук ви нуди пристап до содржината (фотографии, значајни настани и објави) според датумите на објавите и пријателите поврзани со објавата. Можете исто така да ги сокриете (со кликување на “криење спомени“) и никогаш повеќе да не видите предлог за меморија за повторно објавување.
3. Кликнете на менито на горниот дел од страницата> Кликнете на *Дневник на активности*> Ги добивате сите ваши активности на Фејсбук и објавите од луѓето што ве споменуваат. Може да ги истражувате опциите лево од екранот, како што се *Објави*, *Преглед низ времепловот* или Таму каде што сте идентификувани, и да ги промените или избришете објавите или означувањата што ве засегаат со кликување на нив.
4. Прегледајте и преземете ги сите ваши лични податоци: кликнете на менито на горниот дел од страницата> Кликнете на *Поставки*> Кликнете на *Вашиите информации на Фејсбук* од левата страна.

Чекор 2: Менување на поставките за приватност на вашиот акаунт

1. Приклучете се на вашиот Фејсбук акаунт.
2. Кликнете на менито на горниот дел од страницата> Кликнете на *Поставки*> Кликнете на *Приватност* од левата страна> Ограничете го обемот на вашите објави, особено со избирање кој може да ги гледа вашите објави: по можност изберете *Пријатели* или *Пријатели освен познаници* или *Блиски пријатели* кога е достапно.
3. Сè уште во *Поставки*> Кликнете на *Дневник и идентификација* од левата страна> Ограничете кој може да дејствува на вашиот дневник и : по можност изберете *Само јас* или *Пријатели*.
4. Во *Поставки*> Кликнете на *Јавни објави* на левата страна> По можност изберете *Пријатели* за секоја опција.
5. Во *Поставки*> Кликнете на *Апликации и веб-страници* од левата страна> Изберете ги апликациите што повеќе не ви требаат и избришете ги.

Внимание: Бришењето апликација поврзана со Фејсбук може да резултира со бришење на акаунтот на предметната апликација. На пример, ако за апликацијата за резервација Букинг (*Booking*), се најавите со Фејсбук, може да го изгубите вашиот Букинг акаунт и сите ваши информации во врска со резервации на хотели.

6. Продолжете на ист начин за опциите лево *Инстант игри* и *Професионални интеграции*. Се применуваат истите ризици.

7. Во *Поставки*> Кликнете на *Реклами* за да го ограничите таргетирањето на рекламите> Истражете ги сите опции и особено делот *Ваши информации*> Истражете ги двата фолдера *За вас* и *Ваши категории*.

За крај, зајакнете ја вашата лозинка (ставете некоја долга и тешка: повеќе од 8 карактери). Изберете лозинка што не се користи за друг акаунт. Кликнете на менито на врвот на страницата> Кликнете на *Поставки*> Кликнете на *Безбедност и најавување*> Кликнете на *Промена на лозинка*

Геолокализација на Фејсбук

Ако сте ја инсталирале апликацијата Фејсбук на вашиот мобилен уред, можеби несвесно сте дозволиле Фејсбук да ве следи!

За да го проверите од вашиот компјутер: во *Фејсбук Поставки*> Кликнете на *Локација* во левото мени. Ако сте ја активирале геолокацијата, Фејсбук ќе ви ја покаже историјата на вашето движење!

Чекор 3: Направете го истото и за вашите други акаунти на социјалните медиуми

Патот за пристап до поставките за приватност на социјална мрежа може да варира во зависност од уредот што го користите (компјутер, телефон) и оперативниот систем на вашиот уред (iOS, Android).

- Конфигурирање на својот **Инстаграм** акаунт од својот телефон: Пристапете до вашиот профил> Кликнете на вашата фотографија на профилот> Кликнете на *Поставки* (на дното на менито)> *Приватност и безбедност*> Истражете ги различните опции.
- Конфигурирање на својот **Твитер** акаунт од својот компјутер или телефон: Пристапете до вашиот профил> Кликнете на вашата фотографија на профилот> Кликнете на *Поставки и безбедност*> Кликнете на *Приватност и безбедност* > Истражете ги различните опции.
- Конфигурирање на својот **Пинтерест** акаунт од својот компјутер: Пристапете до вашиот профил> Кликнете на вашата фотографија на профилот> Кликнете на *Измени поставки*> Особено, консултирајте Основни поставки на акаунтот и Социјални мрежи.
- Конфигурирање на својот **Јутуб** акаунт од својот компјутер: Пристапете до вашиот профил> Кликнете на вашата фотографија на профилот> Кликнете на *Поставки*> Особено, консултирајте ги *Акаунт и историја* и *Приватност*.

Како дополнување, проверете ги поставките на вашиот акаунт на Гугл поврзани со вашиот **Јутуб** акаунт: <https://myaccount.google.com/privacy>

- Конфигурирање на својот **Линкедин** акаунт од својот компјутер: Пристапете до вашиот профил> Кликнете на вашата фотографија на профилот во менито на горниот дел од страницата> Кликнете на *Нагодувања и приватност*> Особено, консултирајте ги фолдерите *Приватност и Реклами*.

Чекор 4: Конфигурирање на својот Интернет прелистувач

За понатамошна заштита на вашата приватност и блокирање на реклами, можете да преземате дополнителни алатки што се инсталираат на вашиот прелистувач.

Постапките за конфигурација или достапноста на дополнителните алатки варираат во зависност од прелистувачот што го користите.

1. Блокирајте ги “колачињата на трети лица“ Ќе најдете објаснувања на страницата **WikiHow** : <https://www.wikihow.com/Disable-Cookies>

2. Инсталирајте блокатор на реклами како *AdGuard AdBlocker*, *AdBlock* или *uBlock Origin*. Внесете ги во вашиот пребарувач клучните зборови „Блокирач на реклами“ и „екстензија“ проследени со името на вашиот прелистувач, на пример: „блокатор на реклами Firefox екстензија“

Внимание: Инсталирањето на блокаторот на реклами може да предизвика дефект на некои страници. Можно е привремено да го деактивирате блокаторот на реклами (може да се најде во опциите на блокаторот што сте го инсталирале).

3. Користете режим инкогнито (приватно пребарување) за да се избегнат насочени реклами: внесете ги во вашиот пребарувач клучните зборови “Приватно пребарување“ проследени со името на прелистувачот, на пример: “приватно пребарување хром“

Првите неколку резултати од пребарувањето ќе ве одведат до методите за користење на режим инкогнито (приватно пребарување) на вашиот прелистувач. Приватното пребарување не ве прави анонимен. Тоа ви овозможува да не се зачувува историјата на пребарувањето, колачињата или информациите внесени во формуларите на вашиот уред.

Преземените датотеки и креираните фаворити се задржуваат. Вашата активност останува видлива за страниците што ги посетувате (компилација на статистичките податоци), вашиот работодавец или вашето училиште, како и вашиот давател на интернет услуги.

4. Активирајте „Do Not Track“: внесете ги на вашиот пребарувач клучните зборови „Do Not Track“, проследено со името на вашиот пребарувач. Пример: „Do Not Track Firefox“. Првите неколку резултати од пребарувањето ќе ве доведат до методи за активирање на опцијата „Do Not Track“ на вашиот навигатор.

ЛИСТ 7 АКТИВНОСТ БР. 1

МОДУЛ 2 : АНАЛИЗА НА ИНФОРМАЦИЈАТА

СЕСИЈА 3 : ИНФОРМАЦИЈА И ДЕЗИНФОРМАЦИЈА

АКТИВНОСТ	<i>Применување на своето критичко размислување : Градење на скала на докази</i>
ПОГЛАВЈЕ	Педагошки лист бр. 7 : ПРИСТАПУВАЊЕ КОН ИНФОРМАЦИЈАТА СО КРИТИЧКО РАЗМИСЛУВАЊЕ (ЛИНК)

ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	<i>1 час</i>
ОПРЕМА	<i>Табла, испечатени листови (или стикерчиња)</i>
ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА	
<p>Со нивно креирање на “скала на веродостојност“, инспирирана од научниот процес, тие учат да ги рангираат видовите на докази според нивната веродостојност. На тој начин, учениците ќе треба да ја анализираат секоја информација и да ги рангираат видовите на докази според критериум за веродостојност, од најслаби докази до најнебитни докази.</p> <p>Цел: Покажете им на учесниците дека сите траги и докази за дадена тема не се исти.</p> <p>Дефиниција: Што е <i>ниво на докази</i>?</p> <p>Во науката, тоа е способност на една студија да одговори на поставеното прашање. Во областа на медиумска и информативна писменост, постојат неколку нивоа на докази:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Траги (слаба веродостојност): <ul style="list-style-type: none"> - Пренесено индивидуално сведочење - Директно индивидуално сведочење - Експертско мислење 2. Докази (сигурна веродостојност) <ul style="list-style-type: none"> - Студија на случај што ја потврдува хипотезата - Неколку студии на случаи кои ја потврдуваат хипотезата - Синтеза на студии - Научен консензус <p>Сепак, дури и во случај на сигурна веродостојност (научна студија, студија на случај, итн.), важно е да се одржи критичко размислување и да се биде претпазлив во врска со информациите што ги консултираме и користиме.</p>	
ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовка на вежбата: Избирање научна тема што може да биде предмет на дезинформацијата (на пр. климатски промени) 2. Подготовка на салатата: Нацртајте “скала на веродостојност“ на таблата (види Прилог) 3. Делење на предлозите на хартија на учесниците на кои ќе им биде побарано да ги <u>постават</u> на таблата на “скалата на веродостојност“. <p><i>Пример на предлог :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Научен извештај на Меѓународната група на експерти за климата - Вујко ми ми рече дека “глобалното затоплување не се должи на човечка активност“ - Научник изјавува на телевизија дека климатските промени се забрзуваат - Американскиот претседател Доналд Трамп вели дека “глобалното затоплување не постои“ - Итн. 	

4. Корекција : Откако предлозите ќе бидат распределени од учесниците, ќе се изврши корекција од страна на супервизорот со цел да се наредат предлозите во правилен редослед.

5. Групирање на докази : покрај коригираната скала на веродостојност, учесниците треба да ги класифицираат предлозите според нивото на докази, како што е наведено во презентацијата на вежбата

6. Дискусии : Вежбата завршува со дебата на тема научен процес и критичко размислување, за корисноста на овој процес во контекст на критичка обработка на информацијата (види ЛИСТ 7 – Пристапување кон информацијата со критичко размислување)

АДАПТАЦИЈА НА ОНЛАЈН АКТИВНОСТА

На Гугл Драјв : Презентирање на скалата на веродостојност и потполнување на предлозите подолу со цел учесниците да можат да ги рангираат. Потоа, обезбедете табла за класифицирање на предлозите по вид на докази.

ПРИЛОГ : СКАЛА НА ВЕРОДОСТОЈНОСТ

Сигурна веродостојност :

Слаба веродостојност :

ЛИСТ 7 АКТИВНОСТ БР. 2

МОДУЛ 2 : АНАЛИЗА НА ИНФОРМАЦИЈАТА

СЕСИЈА 3 : ИНФОРМАЦИЈА И ДЕЗИНФОРМАЦИЈА

АКТИВНОСТ	Применување на правилото на 5 W
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист бр. 7 : ПРИСТАПУВАЊЕ КОН ИНФОРМАЦИЈАТА СО КРИТИЧКО РАЗМИСЛУВАЊЕ (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	1 час
ОПРЕМА	Хартиени листови и пенкала

ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА

Цели :

- Давање методологија за анализа на информациите што им овозможува на младите да ја проценат содржината на една статија или публикација
- Поттикнување на учесниците да ги користат правилата на новинарството
- Развивање критичко размислување со поставување прашања во врска со добиените информации

Дефиниција: Правилото на 5 W е новинарски процес, кој им овозможува на новинарите да ги структурираат своите коментари така што релевантните информации ќе бидат добро разбрани од јавноста. Одговара на основни прашања на информацијата:

Who? (Кoj ?)

Where? (Каде?)

When? (Кога?)

Why? (Зошто?)

What? (Што? – за што станува збор)

Овој процес се впишува од критичка и методичка обработка на информацијата, кој обезбедува рамка за прием на информации. Тогаш е корисно учесниците да можат да ги идентификуваат релевантните информации од статија или објава на социјалните мрежи.

ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА

1. Избирање статија за локална вест или информација, тема на гласина или дезинформација
2. Поставување на учесниците во групи од по 2-ца, и приложете им ја статијата или објавата за која станува збор
3. На посебен лист (или компјутер), учесниците одговараат на 5 W со образложување што е можно повеќе, и доколку е потребно со барање информации од изворите наведени во статијата.
4. Споредување на добиените одговори за секое “W “, правејќи групна корекција и запишувајќи ја корекцијата на табла.
5. Навраќање кон вежбата и дискусиите за релевантноста на примената на овој метод во секојдневието.

АДАПТАЦИЈА НА ОНЛАЈН АКТИВНОСТА

На Гугл драјв, испратете го линкот на статијата до учесниците и замолете ги да одговорат на прашањата од 5W.

МОДУЛ 2 : АНАЛИЗА НА ИНФОРМАЦИЈАТА

СЕСИЈА 3 : ИНФОРМАЦИЈА И ДЕЗИНФОРМАЦИЈА

АКТИВНОСТ 1	„Разликување точното од неточното : Лажни вести или не“
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист бр. 8 „Борба против лажните вести“ (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	40 минути – 1 час
ОПРЕМА	Компјутер, интернет конекција, видеопроектор (не е задолжително)
ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА	
<p>Целта на оваа вежба е да ги доведе учесниците да ги присвојат алатките за проверка на информацијата и да ги охрабри да си ги поставуваат вистинските прашања кога се соочуваат со сензационални информации.</p> <p>За време на оваа вежба, тие ќе требаат да идентификуваат помеѓу повеќе статии / информации на интернет, оние што се однесуваат на некоја манипулација, и кои можат да ги класифицираат како “Лажни вести“, и оние кои пренесуваат признати и проверени информации. За крај, тие ќе мора да ја објаснат природата на овие лажни информации со одговарање на неколку прашања со цел да се отвори поопшта дискусија за манипулацијата со информациите.</p> <p><u>Можни варијанти :</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Работата на проверка може да се изврши во групи, или индивидуално.- Статиите може да се дистрибуираат директно до учесниците на компјутерите (со помош на USB стик или по е-пошта) или да се прикажат на екранот на видеопроектор (учесниците ќе треба да ја најдат статијата пред да почнат со класификацијата “Лажни вести или не“).	
ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА	
<p>1. <u>Подготовка на статиите</u> : За оваа вежба, фазата на истражување и изборот на статии е важна затоа што ќе го одреди успехот на активността. Презентираните статии треба да ги охрабрат учесниците да ја покажат нивната способност за анализа, за размислување и критички дух. Препорачливо е да се земат “вистински“ информации што се прилично изненадувачки, па дури и сензационални за да им се покаже на учесниците дека работите не се секогаш очигледни и дека е потребно да се има критичко размислување. Исто така, се препорачува да се изберат разни лажни информации, како што се на пример лажна вест за</p>	

науката, една за политиката, друга за позната личност итн. По можност, статиите што треба да се анализираат не треба да надминуваат повеќе од 6, за да не се оптоварува вежбата.

2. Подготовка на просторијата : Поделете ги учесниците по групи или индивидуално на компјутери.

3. Дистрибуција на статии : На учесниците потоа ќе им бидат доделени статиите на кои ќе треба да работат за да знаат во кои категории да ги класифицираат (лажна информација или проверена и веродостојна информација).

4. Работа на проверка : За учесниците ќе стане збор за примена на методот за проверка на информацијата и новинарскиот процес (види “*ЛИСТ 7 – пристапување кон информацијата со критичко размислување*”). Потоа е можно да се претстави овој метод пред вежбата, или да ги оставите учесниците слободни во начинот на проверка на информацијата. Методот може природно да им дојде на младите. Меѓутоа, ако не биде објаснето на почетокот на вежбата, ќе биде важно да се навратите на крајот. Покрај тоа, бидејќи сега има многу интернет страници за проверка на фактите, некои лажни информации веројатно веќе биле проверени, учесниците ќе можат да ги користат, но ќе треба да разберат како е проверена информацијата, и во случај на лажна вест, каков процес се користело.

5. Одговарање : Штом работата е завршена, секој ја дава својата класификација “Лажна вест или не“ (можно е да се прикажат статиите на екранот и да се остават групите да кажат “Лажна вест“ за статија која содржи лажна информација и “Не лажна вест“ за вистинска информација). Во зависност од грешките направени од учесниците, ќе треба да се разбере зошто тие направиле грешка, и во тој момент да се направи проверка/корекција. Покрај тоа, може да се воведат варијанти на предавањето што ги поттикнува учениците да се движат, како на пример, да ги замолите учесниците да се преместат во салата според нивниот одговор (оние што мислат дека е лажна вест од десна страна, другите од лева страна). Или да се обезбедат листови во боја што младите ќе треба да ги покажат според нивните одговори (црвен лист за лажна вест, зелен лист за проверена информација).

6. Заклучок : Последователно, за да ја насочите уште подалеку работата за размислување и да ја отворите дискусијата, препорачливо е да им поставите на учесниците неколку прашања, на пример:

- Која беше целта на овие лажни информации (измама, поттикнување омраза, промовирање на личност, изборна цел ...)?
- Кој процес беше искористен во овие лажни информации (манипулација со сликата, деконтекстуализација, модификација на вистинска информација...)?
- Дали работата беше долга и дали би можеле да ја репродуцираат во секојдневниот живот?

Овие прашања може да се користат за воведување други поими присутни во педагошките листови, како што е на пример Проверката на фактите.

АДАПТАЦИЈА НА ОНЛАЈН АКТИВНОСТА

1. Супервизорот треба да создаде линк на видеоконференциската платформа ZOOM и да ја испрати до младите (можност за користење друга платформа доколку супервизорот познава некоја).
2. Откако ќе се соберат во истата “виртуелна сала“, младите се распоредуваат во групи од страна на супервизорот.
3. Супервизорот им доделува статии на групите.
4. Групите ја напуштаат главната сала и влегуваат во “приватните сали“ (благодарение на платформата ZOOM). Тука, групите можат да ги водат своите истражувања на интернет и да ги класифицираат статиите во категориите “лажна информација“ или “проверена и веродостојна информација“. Секој може да работи самостојно и да комуницира со другите учесници на групата преку разговор или видеоконференција.
5. Одгобарањето се одвива во главната “виртуелна сала“. Во оваа фаза, портпаролите на групите, претходно избрани од супервизорот, ги даваат своите одговори и своите објаснувања во име на групата.
6. Затоа, супервизорот може да ја води дебатата заснована врз направените грешки и да се осврне на прашањето на лажните вести, нивните механизми на создавање и дистрибуција, како и нивните цели и влијание.

ЛИСТ 8 АКТИВНОСТ БР. 2

МОДУЛ 2 : АНАЛИЗА НА ИНФОРМАЦИЈАТА

СЕСИЈА 3 : ИНФОРМАЦИЈА И ДЕЗИНФОРМАЦИЈА

АКТИВНОСТ 1	“Создади ја твојата сопствена лажна вест“
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист бр. 8 “Борба против лажните вести“ (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	40 минути – 1 час
ОПРЕМА	Компјутер или смартфон, интернет конекција, виедопроектор
ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА	

Целта на оваа вежба е да им се покаже на учесниците колку манипулацијата со информации и создавањето лажни информации се едноставни процеси достапни за секого. На тој начин треба да ги охрабрите да бидат повнимателни кога прегледуваат или откриваат информации на социјалните мрежи.

Ставајќи ги на местото на создавачите на лажни информации или на заговорници, тие ги разбираат користените алатки и процеси, и можат поефикасно да детектираат ваков вид на содржини во нивната секојдневна употреба.

Природата и темата на лажните вести можат да бидат различни. Може да станува збор за комерцијална, конспиративна, научна, политичка, визуелна лажна вест или обична статија.

ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА

1. Подготовка на просторијата: Поделете ги учесниците во групи на компјутерите.

2. Продукција :

а) Во текот на оваа фаза, учесниците ќе треба да ги изберат темите на кои сакаат да ги создадат своите лажни вести (наука, политика, итн.). Супервизорот, исто така, може да им предложи специфични теми или предмети;

б) Откако ќе бидат избрани темите, младите мора да соберат информации и аргументи со цел да манипулираат со информацијата. Тие можат, на пример, да најдат статии поврзани со нивната тема и да извадат реченици од контекст, да ги искриват, итн.; можат, исто така, да користат софтвер за уредување фотографии (на пр. Фотошоп) или да користат фотомонтажи забележани на интернет.

в) За да создадат една лажна вест, младите можат да црпат инспирација од типичната шема на лажни вести:

1/ приказната мора да биде неверојатна, потресна;

2/ да знаат на кого сакаат да се обратат, од кого сакаат да привлечат внимание;

3/ да ја осудат “цензурата“ која би сакала да ја спречи циркулацијата на оваа информација;

г) За визуелен аспект, тие можат да создадат едноставна статија за „Мајкрософт Ворд“ или да користат генератор на лажни вести за да дадат повеќе “медиумски“ впечаток (еве неколку линкови : <https://breakyourownnews.com/>
<https://www.thefakenewsgenerator.com/> <https://www.worldgreynews.com/add-news>

3. Презентација и класификација: Ред по ред, секоја група ги презентира своите лажни вести. Останатите учесници ќе треба да ги дадат своите впечатоци.

а) Супервизорот ќе ги запише забелешките на младите на табла. На крајот од овој дел, младите ќе треба да ги идентификуваат периодичните карактеристики на лажните вести од белешките запишани од супервизорот. Затоа, тие ќе мора да предложат објаснувања за лажните вести, нивните механизми, нивните цели, влијанието што може да го предизвика ширењето на овие лажни вести;

б) Тргувајќи од објаснувањата дадени од младите, супервизорите се осврнуваат подетално на процесите на манипулација со информациите. (види *ЛИСТ 8 - борба против лажни вести* и *ЛИСТ 10 - сликата и нејзините ризици од манипулација*);

в) На крајот од оваа вежба, младите мора да дадат оценка за секоја лажна вест за да можат на крајот да ги изберат најверодостојните и најуспешните лажни вести. Младите ќе треба да објаснат зошто овие Лажни вести биле најубедливи.

4. **Заклучок:** Оваа вежба може да се користи како вовед за дискусија околу прашањето за лажни информации и манипулацијата со слики и факти.

АДАПТАЦИЈА НА ОНЛАЈН АКТИВНОСТА

1. Супервизорот треба да создаде линк на видеоконференциската платформа ZOOM и да ја испрати до младите (може да користи и друга платформа)

2. Откако ќе се соберат во истата “виртуелна сала“, младите се распоредуваат во групи од страна на супервизорот (според бројот на учесници).

3. Супервизорот ги доделува темите за кои младите треба да создадат лажни вести.

4. Откако ќе бидат избрани темите, младите се собираат во “приватните сали“ и ја организираат нивната работа за манипулација со информацијата. За да го направат ова, тие мора да истражуваат на интернет, да најдат статии за да ја извадат содржината од контекст и да ги искриват информациите.

5. Тие можат да работат во живо на истиот документ преку *Google Drive*, *Framapad* или друг софтвер за онлајн колаборативно пишување.

6. Откако групите ќе ги создадат своите лажни вести, тие одат во “главната сала“ за да ја започнат фазата на известување. Супервизорот може да користи веб-страница “post it online” за да создаде ефект на табла (на пр. <https://note.ly/>), и да им ја покаже во живо на сите учесници преку системот за споделување екран.

СЕСИЈА 4 : ПРЕГЛЕД НА РАЗЛИЧНИТЕ МЕДИУМИ

АКТИВНОСТ 1	КИНО-ДЕБАТА
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист Бр.9 “Претставувањата на екранот“ (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	40 минути - 1 час (+време за гледање на филмот/документарец)
ОПРЕМА	Платно за позадина или бел ѕид + видеопроектор, или телевизор, читач на ДВД или компјутер Интернет конекција, листови за запишување, моливи Модел на листови што треба да ги пополнат учесниците
ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА	
<p>Вежбата за кино-дебата овозможува да ги охрабри младите да зборуваат и да се изразуваат за општествените теми (емиграција на балканската младина, етничките тензии, дискриминацијата претрпена од ЛГБТ+ заедницата, широко распространета корупција, итн.) преку гледање на репортажа или видео. Дебатата што ќе следи по гледањето ќе им даде на учесниците шанса да ги формулираат своите гледишта и исто така ќе им овозможи на младите да се соочат, со почит и слушање, со идеи различни од нивните и со тоа да негуваат различни гледишта.</p> <p>Од друга страна, оваа активност ќе овозможи да се разгледаат прашањата за претставувања на екранот и можната употреба на слики за справување со проблем ако е филм на пример, како и да се анализираат аудиовизуелните медиумски алатки како што се документарни филмови и репортажи.</p> <p>Пошироко, оваа вежба ќе го разбуди критичкиот дух кај младите преку придонесување на елементи на знаење развиено во репортажата или филмот, преку разбирање на механизмите за ширење информации преку слики, а потоа конечно преку размена и дискусии.</p> <p>Покрај тоа, оваа активност има предност да ја користи аудиовизуелната алатка општо ценета од младите и полесно да го мобилизира нивното внимание.</p>	
ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА	

1. Подготовка на филмската дебата: Супервизорите препознаваат репортажа, филм или документарец за прашањата за кои сакаат да разговараат со учесниците.
2. Подготовка на листови што треба да ги пополнат младите: Супервизорите мора да обезбедат листови со активности на стажантите. Благодарение на овие листови, стажантите ги стекнуваат потребните елементи за филмот (особено информации за режисерот и елементи со контекст за да ги разберат мотивациите што го поттикнале авторот да го направи делото). Пример табела за анализа (да се прилагоди ако е потребно): ВИДИ ДЕЛ „ПРИЛОГ“
3. Подготовка на просторијата и потребната опрема (видео проектор, звучници, столови / работни маси).
4. Делење на листови: учесниците можат да го пополнат 1-виот дел од листовите за време на гледањето
5. Гледање на филмот / документарецот
6. Пред да се премине на дебатата, како вовед, важно е да се идентификуваат со учесниците механизмите што се користат за пренесување на информациите (Интервју? Скриена камера? Дали приказната за која се зборува е тажна или полна со надеж? Позитивни / негативни слики? итн.)
7. Анимирање на дебатата со идеи со помош на вториот дел на предходно подготвени од супервизорите “*Прашања за стажантите*”. Оваа дебата ќе ги доведе учесниците да си поставуваат разни прашања за избраната тематика.
Пример: Супервизорот може да земе цитат или сцена од филмот што може да доведе до неколку толкувања. Тој ја тврди својата гледна точка и ги замолува младите да ги изразат своите, а потоа да ги објаснат и образложат. Заземањето став се прави физички, преку движење на младите во просторијата со соодветен стил на движечката дебата (учесниците седат лево од просторијата, надесно или во средина, во зависност од одбраната гледна точка). Откако ќе ја заземат својата страна, младите се охрабруваат да го искажат своето гледиште. Тие можат да го сменат своето место, но не можат да останат во средина.
8. Заклучок и одговарање: Ова е исто така моментот кога учесниците треба да бидат прашани како се чувствуваат во врска со вежбата (дали уживаа во дебатата, филмот?) и да се охрабрат повеќе да користат ваков вид медиуми, генерално подлабоки и веродостојни од оние информации брзо пронајдени на интернет.

АДАПТАЦИЈА НА ОНЛАЈН АКТИВНОСТА

1. Супервизорите мора да им обезбедат на младите луѓе видео-датотека или пристап до платформа за гледање филм / документарец, како и листови (види прилог: табела за анализа на дебатата)

2. Младите можат да го гледаат филмот од далечина
3. Младите одговараат на прашањата на листовите
4. Супервизорот креира линк на видеоконференциската платформа ЗООМ (или друга платформа) и ја испраќа до младите
5. Откако ќе се соберат во истата “виртуелна просторија“, младите се ставени во групи од страна на супервизорот (според бројот на учесници).
6. Благодарение на споделувањето на екранот, што е возможно на повеќето од овие платформи, младите ќе можат да ги забележат нивните одговори и мислења на виртуелни белешки преку страницата <https://note.ly/>.
7. Супервизорот може да ги искористи овие забелешки за да ја анимира дискусијата..

ПРИЛОГ: АНАЛИТИЧКА ТАБЕЛА ЗА КИНО–ДЕБАТА

1/ Режисерот: неговата лична приказна; кои други филмови ги има снимено?

2/ Ликовите на филмот: кои се овие ликови? Кои се нивните постапки? што велат тие ?

3/ Визуелниот стил на филмот: опис на визуелните елементи (слики, атмосфера и сл.); зошто режисерот го направил овој визуелен избор?

4/ Целта на филмот: дали режисерот сака да тврди нешто преку својата работа? Зошто тој избра да користи филм / документарец за да го стори тоа?

ЛИСТ 9 АКТИВНОСТ БР°2

МОДУЛ 2 : АНАЛИЗА НА ИНФОРМАЦИЈАТА

СЕСИЈА 4 : ПРЕГЛЕД НА РАЗЛИЧНИТЕ МЕДИУМИ

АКТИВНОСТ 2

АНАЛИЗА НА ТЕЛЕВИЗИСКИ ДНЕВНИК

ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист Бр.9 “Претставувањата на екранот“ (линк)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	30– 40 минути
ОПРЕМА	Платно за позадина или бел ѕид, видеопроектор, ДВД читач или компјутер, интернет конекција, моливи, листови за пишување

ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА

Оваа вежба се состои од разгледување и анализа на ТВ-дневник.

Цели:

- Анализирање на начинот на кој вестите ги пренесуваат информации
- Разбирање на проблемите зад создавањето на новинарска програма
- Да се знаат механизмите за создавање и емитување на информации (новинарски професии, етика, економски модел, итн.)

Варијации на вежбата: Исто така, може да биде интересно да им се покаже на учесниците два различни ТВ-дневници и да се поттикнат да направат споредба помеѓу двата. Младите, исто така, можат да прегледаат репортажа на ТВ-дневник и друг направен од инфо-забавен канал (на пр. BuzzFeed) на иста актуелна тема. Така, ќе направат споредба помеѓу двете форми на ширење информации.

ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА

1. Подготовка на просторијата : Местење на материјалот неопходен за гледањето
2. Гледање на ТВ-дневник
3. Поделба во групи на стажантите и делење на листовите: За да се спроведе оваа вежба, супервизорите мора да формираат две (или три) групи стажанти. Тие пак, од нивна страна, ќе одговорат на прашањата.

Супервизорите ќе подготват однапред листови “Активност“. Во овие листови, ќе им бидат поставени разни прашања на стажантите во врска со различните аспекти на гледаниот ТВ-дневник → ВИДИ ДЕЛ „ПРИЛОГ“ за пример на ЛИСТ

4. Одговор на прашањата од стажантите по група: Секоја група работи на заеднички одговор. Само портпаролот избран во групата може да го даде одговорот за време на колективното одговарање.

5. . Колективно одговарање: овој дел треба да ги потенцира најважните елементи идентификувани од стажантите.

АДАПТАЦИЈА НА ОНЛАЈН АКТИВНОСТА

1. Супервизорите мора да им дадат на младите интернет-линкови за да ги гледаат ТВ-дневниците или видеата и листовите (-> види делот “прилог“).
2. Младите можат да ги гледаат ТВ-дневниците од далечина.
3. Младите се организирани во групи и мораат да одговорат на прашањата. За да го направат ова, младите можат да работат од далечина преку Google Drive, Framapad итн. Така, тие ќе можат да работат на заеднички лист.
4. Одговарањето ќе биде организирано преку платформата за далечински конференции (на пр. ЗООМ). Супервизорот треба да создаде пристапен линк и да им го испрати на младите.
5. За време на одговарањето, само портпаролот на групите може да го даде одговорот. Портпаролот може да биде избран пред вежбата од страна на супервизорот или во истата група од страна на младите.
6. Супервизорот може да користи веб-страница “post it online” за да создаде ефект на табла (на пр. <https://note.ly/>), а потоа да ја води дебатата.

ПРИЛОГ : ЛИСТ ЗА АКТИВНОСТ

ГЕНЕРИКА: Музиката на шпицата: каков впечаток дава таа? Дали таа е сè уште иста? Која е нејзината улога? Што претставуваат сликите или симболите што се користат? Кои емоции се бараат? Кои се доминантните бои?

ВОДИТЕЛ и ДЕКОР: Дали го познавате водителот? Како е облечен? Какво му е држењето? Со која формула ги започнува вестите? Кој е тонот што го користи водителот? Како се снима? Тесен кадар или широк кадар? Што гледа тој?

СОДЖРИНИ: Кои се најавените содржини? По кој редослед (и зошто, според вас)? Како се презентирани овие теми (времетраење, тон, итн.)? Што покажуваат сликите и кои се нивните функции? Кои суштински информации ги носат водителите?

ЛИСТ 10 АКТИВНОСТ БР.1

МОДУЛ 2 : АНАЛИЗА НА ИНФОРМАЦИЈАТА

СЕСИЈА 4 : ПРЕГЛЕД НА РАЗЛИЧНИТЕ МЕДИУМИ

АКТИВНОСТ 1	Анализа на слики и/или фотомонтажи
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист Бр.10 “Сликата и нејзините ризици од манипулација“ (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	20-30 минути
ОПРЕМА	Компјутер, фотографија на хартија, видеопроектор, бело платно или табла
ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА	
<p>Оваа активност ќе им овозможи на учесниците да се стават во кожата на “Проверувач на факти“(“Fact-Checker”) со цел да се потврди вистинитоста на информациите, а особено на сликата (или видеото). Целта на оваа вежба ќе биде да се прикаже начинот на кој можат да се манипулираат, да се извадат од контекст или погрешно да се толкуваат сликите на интернет и особено на социјалните мрежи. Од учесниците ќе биде побарано да дешифрираат фотомонтажа или манипулација со слика (извадена од контекст на пример) со цел да се дезинформираат интернет корисниците.</p> <p>Можна варијација на вежбата:</p> <ul style="list-style-type: none">- Можно е да се направи оваа вежба во групи или индивидуално- За да се направи вежбата подинамична, може да биде интересно да се дадат одреден број слики за “проверка на фактите“ на различните групи / учесници и, зошто да не, се претстави активността како натпревар за избор на најдобри “проверувачи на факти“.	
ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА	

1. Изборот на слики: супервизорите треба однапред да се подготват за вежбата со истражување фотографии или видеа што неодамна биле изманипулирани или лажирани во вестите.
2. Подготовка на просторијата: За да се спроведе оваа вежба, компјутери и интернет-линк мора да бидат ставени на располагање на учесниците.
3. Визуелизација на фотографијата: Супервизорите треба да ги постават учесниците во групи пред компјутери. Активноста може да се одвива на два начина, или со директно давање на сликите што треба да се проверат на usb, или на компјутерот, со објаснување дека тие мораат да го пронајдат потеклото; или со споделување на целосната лажна информација, односно статијата или публикацијата што се нашла на социјалните мрежи на пример.
4. Проверка на изворот: Работата за проверка на изворот на сликата / фотографијата може да се изврши преку алатката Слики на Google (*Google Images*) со поставување слика на местото за пребарување слики на Google. Сајтовите <https://tineye.com/> или Google Images <https://www.google.com/imghp?hl=FR> овозможуваат да извршите обратни пребарувања од фотографија. Овие пребарувачи ја пребаруваат мрежата во потрага по слики со слична содржина, честопати дозволувајќи им да се пронајде нивното потекло.
5. Колективна дебата: колективна корекција ќе овозможи реакција на добиените резултати. Ова исто така ќе биде момент за потсетување дека овој процес на проверка на сликите е брз, едноставен и корисен за да се избегне манипулација.

АДАПТАЦИЈА НА ОНЛАЈН АКТИВНОСТА

1. Супервизорите треба претходно да ја подготват вежбата: да бараат фотографии или видеа што неодамна биле изманипулирани или лажирани во вестите и да ги испраќаат преку е-пошта до младите;
2. Супервизорот создава ZOOM линк (или на друга платформа) и ја испраќа до младите;
3. Собрани во вид на видеоконференција со супервизорот, младите повторно ќе можат да ја погледнат фотомонтажата или фалсификуваното видео.
4. Супервизорот создава групи на млади луѓе. Секоја група ќе се состане користејќи го системот „посебни простории“ обезбеден од повеќето платформи за далечински конференции (на пр. ZOOM). Овие групи ќе спроведат истражувања на интернет.
5. Откако ќе се најде изворот на фотографијата, групите се враќаат на главната конференција и го даваат својот одговор со образложение на нивниот процес на истражување и целите на авторите на манипулацијата со фотографијата.

ЛИСТ 10 АКТИВНОСТ БР.2

МОДУЛ 2 : АНАЛИЗА НА ИНФОРМАЦИЈАТА

СЕСИЈА 4 : ПРЕГЛЕД НА РАЗЛИЧНИТЕ МЕДИУМИ

АКТИВНОСТ 2	Создавање приказна од една слика
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист бр.10 “Сликата и нејзините ризици од манипулација“ (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЊЕ НА АКТИВНОСТА	20-30 Минути
ОПРЕМА	<u>За емитување на сликата</u> : Компјутер или фотографија на хартија или видеопроектор и бела позадина на екран или табла <u>За да се испишен приказната</u> : Компјутер или лист од хартија и пенкало
ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА	
<p>Цели:</p> <ul style="list-style-type: none">- Да се разберат предностите и ограничувањата на сликата како извор на информација- Мобилизација на сопствените претставувања за реалноста за да се успее да се доведат во прашање и да се деконструираат <p>Оваа активност предлага да се работи околу сликата и нејзините можни интерпретации. Од учесниците ќе биде побарано да развијат приказна од фотографија или кратко видео.</p> <p>Истата слика ќе им биде прикажана на неколку групи (во форма на хартија или на видеопроектор). Секоја група, без консултација со другите, тогаш ќе треба да предложи натпис и / или да ја раскаже приказната за оваа фотографија.</p> <p>Можна варијација на вежбата :</p> <p>- При објаснување на упатствата, можно е да се дадат упатства за приказните што треба да се измислат. На пример, една група ќе мора да даде прилично позитивно, смешно толкување на сликата, или друга ќе треба да ја претстави фотографијата како нешто негативно, или тажно.</p>	
ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА	

1. Избор на слики: супервизорите однапред треба да се подготват за вежбата со истражување фотографии или видеа што може да бидат предмет на интерпретација или кои биле неодамна изманипулирани или лажирани во вестите. Исто така е можно да се изберат амблематски и потенцијално непознати фотографии на младите учесници (на пример, фотографија на човек кој стои пред тенковите на кинеската армија за време на демонстрациите на плоштадот Тјан Анмен, во 1989 година, во Народна Република Кина).
2. Подготовка на просторијата: Формирајте групи учесници и поставете ги што е можно подалеку, за да не можат да влијаат едни на други.
3. Прегледување на фотографијата: Активноста може да се одвива на два начина, или со проектирање на сликата на екранот, така што секоја група може да ја види, а потоа да ја измислува приказната на хартија или на компјутер. Или е можно да се даде сликата индивидуално на секоја група, на хартија или на компјутер.
4. Измислување на приказната: Учесниците ќе можат да си дадат слобода на нивното толкување на сликата и да измислат / напишат повеќе или помалку долг расказ според нивната инспирација или посакуваната емоција (или во форма на новинарски напис, или во форма на раскажана приказна).
5. Колективно одговарање: во овој момент од вежбата, секоја група наизменично ќе ја презентира својата приказна пред останатите учесници, што ќе им овозможи да ги набљудуваат и реагираат на различните добиени резултати.
6. Проверка на изворот: откако секоја група ќе заврши, тогаш ќе биде потребно да се открие вистинската приказна зад фотографијата со потсетување на вистинскиот контекст во кој истата е направена (што исто така може да доведе до фаза на проверување на фактите) (види “*ЛИСТ 8 - борба против лажни вести*“ и “*ЛИСТ 7 – пристапување кон информацијата со критичко размислување*)
7. Тогаш вежбата може да се заврши за заедничка дебата околу употребата на сликата како доказ и нејзини пожни манипулации и толкувања.

АДАПТАЦИЈА НА ОНЛАЈН АКТИВНОСТА

1. Супервизорите треба претходно да ја подготват вежбата. Тие мора да бараат фотографии за да ги испратат по е-пошта до младите;
2. Супервизорот создава ZOOM-линк (или линк преку друга платформа) и ја испраќа до младите;
3. Собрани во видеоконференција со супервизорот, младите ќе можат повторно да ја прегледаат фотографијата.
4. Супервизорот создава групи на млади. Секоја група ќе се состане користејќи го системот “одвоени простории“ обезбеден од платформи за далечински конференции (на

пр. ЗООМ). Учесниците ќе можат да си дадат слобода на нивното толкување на сликата и да измислат / напишат повеќе или помалку кратка приказна според нивната инспирација или посакуваната емоција (или како новинарски напис, или како расказана приказна). Тие работат на заедничка датотека на Google Drive, Framapad или други платформи.

5. Откако ќе заврши работата со пишувањето, сите млади влегуваат во “главната просторија“. Тука, секоја група ќе мора наизменично да ја презентира својата приказна пред останатите учесници, што ќе им овозможи да ги набљудуваат и реагираат на различните добиени резултати.

6. Откако секоја група ќе заврши, тогаш ќе биде потребно да се открие вистинската приказна зад фотографијата со потсетување на вистинскиот контекст во кој е направена.

7. Вежбата потоа може да заврши со заедничка дебата околу употребата на сликата како доказ и нејзините можни манипулации и толкувања.

ЛИСТ 11 АКТИВНОСТ БР.1

МОДУЛ 2 : АНАЛИЗА НА ИНФОРМАЦИЈАТА

СЕСИЈА 4 : ПРЕГЛЕД НА РАЗНИТЕ МЕДИУМИ

АКТИВНОСТ 1	КОЛАБОРАТИВНА ПРИКАЗНА
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист бр.11 “Расказите во колективната имагинација на Балканот“ (линк)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	30-40 минути
ОПРЕМА	Табла, лист за пишување, молив, топка
ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА	

Оваа вежба има за цел да ги деконструира претставите на “другиот“ и стереотипите. Стажантите ќе бидат охрабрани да ги истражуваат своите слики (перцепција) кон луѓето од други култури и други социјални групи.

За да го направат ова, стажантите ќе мора да работат во групи и да соработуваат во создавањето приказна за двајца измислени ликови, носители на идентитет (на пр. Валмир, млад Косовец и Драган, млад Србин).

Забелешка: Бидејќи оваа вежба се занимава со стереотипи и претставувања, може да биде корисно на почетокот на активноста да се потсетат учесниците да покажат почит едни кон други, како и кон измислените луѓе од конструираната приказна. Како таков, ако само еден елемент од приказната изгледа премногу контроверзен или непочитуван, тогаш ќе биде потребно да се интервенира за да се измени овој елемент.

Исто така е можно да се ограничи активноста на еден лик.

ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА

1. Подготовка на просторијата: Учесниците се распоредуваат во голем круг во салата.
2. Доделување улоги: Еден или повеќе стажанти треба да играат улога на набљудувачи. Тие ќе требаат да застанат надвор од кругот и да ја запишат приказната што ќе се измисли.
3. Останатите членови на групата ќе треба да измислат заедничка приказна. За да го направат ова, тие ќе користат топка што ќе минува од рака на рака. Оној кој ќе ја добие топката, ќе мора да додаде нешто во приказната.
4. Започнете ја приказната со реченица од типот: “Ова е приказна за Валмир, млад Косовар ...“ и подадете ја топката кон член на групата. Вториот ќе мора да ја продолжи приказната со додавање на измислени елементи за дадениот лик. Овој додаток може да се состои од неколку зборови до една или две реченици максимум по лице. Потоа ќе мора да ја подаде топката на друго лице.
5. Групата ќе мора да ја продолжи оваа вежба за да се роди приказна од оваа соработка.
6. По 10 или 12 кругови, во зависност од тоа колку елементи се додадени од учесниците, побарајте топката да ви биде вратена, а потоа кажете: “Валмир го познава Драган, млад Србин, кој исто така има приказна ...“. Така топката ќе помине на друг член од кругот. Тој треба да ја продолжи приказната на Драган, како и во првиот дел од вежбата, додавајќи реченица или две по лице, а потоа ја додава топката.
7. Активноста може да заврши откако двете приказни ќе бидат доволно долги и сите дадат придонес во создавањето на двете приказни.
8. Колективно одговарање и дебата: На крајот од вежбата супервизорот ја прашува групата да објасни што раскажуваат приказните за Валмир и Драган за нивните животи. Супервизорот ги наведува младите да размислуваат за стереотипите и предрасудите што произлегуваат од приказните измислени од стажантите. Главните точки ќе бидат запижани на таблата. Супервизорот може да ја анимира дебатата околу претставувањата на другиот и стереотипите.

АДАПТАЦИЈА НА ОНЛАЈН АКТИВНОСТА

1. Супервизорот создава ZOOM-линк и ја испраќа до младите;
2. На платформа за пишување како Google Drive, Framapad, итн. младите можат да ја напишат својата заедничка приказна. Така, тие ќе можат да работат на заедничка датотека. Првиот ќе ја започне приказната со реченица како: “Ова е приказна за Валмир, млад Косовар ...“. Групата ќе мора да ја продолжи оваа вежба за да се појави приказната од оваа соработка.

3. По 10 или 12 круга, во зависност од бројот на додадени елементи од учесниците, супервизорот интервенира и додава нова реченица: “Валмир го познава Драган, млад Србин, кој исто така има приказна ...“. Заедничката приказна ќе започне одново со член

на групата. Тој треба да ја продолжи приказната на Драган, како и во првиот дел од вежбата, додавајќи една или две реченици по лице.

4. Активноста може да заврши кога двете приказни се доволно долги и откако сите дадат придонес во создавањето на двете приказни.

5. Колективно одговарање и дебата: На крајот од вежбата супервизорот ја прашува групата да објасни што раскажуваат приказните за Валмир и Драган за нивните животи. Супервизорот ги наведува младите да размислуваат за стереотипите и предрасудите што произлегуваат од приказните измислени од стажантите. Главните точки ќе бидат запишани на таблата. Супервизорот може да ја стимулира дебатата со претставување на другиот и стереотипите. Супервизорот може да ја користи веб-страница “објавувај ја на Интернет” (“post it online”) за повторно да создаде ефект на табелата (на пр. <https://note.ly/>) и да ги забележи набљудувањата на учесниците.

ЛИСТ 11 АКТИВНОСТ БР.2

МОДУЛ 2 : АНАЛИЗА НА ИНФОРМАЦИЈАТА

СЕСИЈА 4 : ПРЕГЛЕД НА РАЗНИТЕ МЕДИУМИ

АКТИВНОСТ 2	СЕКОЈА ФОТОГРАФИЈА РАСКУЖУВА ПРИКАЗНА
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист бр.11 “Расказите во колективната имагинација на Балканот“ (линк)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	30-40 минути
ОПРЕМА	Табела, молив, лист за пишување, фотографии
ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА	

Цел: Да им покажеме на стажантите дека нашите перцепции се искривени и влијаат на нашите претходни искуства, очекувања, култура итн., И дека сликите што ги имаме за другите влијаат на нашето толкување за нивното однесување.

Вежбата се одвива **во неколку фази**. Прво, супервизорот им обезбедува полусечени фотографии на стажантите. Второ, тие ќе мора да ги “комплетираат“ фотографиите преку информациите од предметната слика. Затоа, оваа реконструкција ќе биде под влијание на претставувањата и начинот на кој тие гледаат на другиот.

Откако ќе се покаже целата слика на младите, тие и супервизорот ги лоцираат елементите што се повторуваат во нивните приказни. Откако ќе ги запишат тие елементи на таблата, супервизорот може да започне дебата околу стереотипите и добиените идеи, како и за улогата на митовите околу начинот на кој се комуницира со другите.

ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА

1. Супервизорите даваат слика исечена на два дела на секој стажант.
2. Стажантите треба да ја “комплетираат“ приказната претставена од првата половина од исечената фотографија. Имаат 5 минути да ја напишат приказната.
3. Стажантите треба да го споделат напишаното со другите. Ако групата е голема, супервизорите можат да формираат мали групи од 6-8 лица.
4. Супервизорот ја покажува втората половина на фотографијата и ги прашува стажантите да ги преиспитаат своите впечатоци.

АДАПТАЦИЈА НА ОНЛАЈН АКТИВНОСТА

1. Супервизорот претходно ја подготвува вежбата и ја избира фотографијата. Исечената фотографија мора да дозволи, откако ќе се реконструира, да открие покомплексна реалност од онаа што може да ја покаже нецелосната фотографија.
2. Супервизорот ја испраќа фотографијата до младите преку е-пошта. Исто така, ги испраќа упатствата за вежбата и линкот ZOOM (или друга платформа) за видеоконференција.
3. Собрани на видеоконференција, младите се поделени во групи од страна на супервизорот.
4. Секоја група работи на платформа за пишување како Google Drive, Framapad, итн. Младите треба да ја “комплетираат“ приказната претставена со првата половина од исечената фотографијата. Имаат 5 минути да ја напишат приказната.
5. Одговарање: Супервизорот може да користи веб-страница на “објавувај ја на интернет“ (“post it online”) за да создаде ефект на табелата (на пр. <https://note.ly/>) за да ги забележи елементите што произлегуваат од различните приказни. Потоа може да ја анимира дебатата.

ПРИЛОГ : ПРИМЕР НА ИСЕЧЕНА ФОТОГРАФИЈА



Стажантите треба да ја “компетираат“ фотографијата со информациите што можат да ги заклучат од фотографијата.

Ова е фотографијата во целост:



Станува збор за Жизел Мари Роша, Бразилка со муслиманска вероисповест која свири на гитара во метал група

ЛИСТ 11 АКТИВНОСТ БР.3

МОДУЛ 2 : АНАЛИЗА НА ИНФОРМАЦИЈАТА

СЕСИЈА 4 : ПРЕГЛЕД НА РАЗЛИЧНИТЕ МЕДИУМИ

АКТИВНОСТ 3	“Националните херои” во претставите
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист бр.11 “Расказите во колективната имагинација на Балканот “ (Линк)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	1Ч30 – 2Ч
ОПРЕМА	Табла, лепак, стикери, молив, листови за пишување (по избор: компјутер и интернет конекција)
ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА	
Цели : <ul style="list-style-type: none">- Да се стане свесен за разновидноста на перспективите во врска со споделените историски настани, како и различните претставувања на најголемите политички фигури поврзани со нив.- Да се има покритички поглед кон својата национална историја <p>Оваа вежба може да биде проследена со дебата и размена за националните митови и личностите кои ги сочинуваат.</p>	
ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА	

1. Подготовка на просторијата : распоредување на стажантите во групи (според бројот на учесници)
2. Откако ќе бидат поделени во групи, учесниците треба да изберат по групи кои национални историски личности или политичари ги сметаат за “херои“ или важни и да објаснат зошто ги ценат и се гордеат со нив. Овој прв дел може да трае помеѓу 10 и 20 минути и учесниците можат да изберат неограничен број на личности.
3. Доколку е потребно, и доколку просторијата е опремена, учесниците можат да користат компјутери или паметни телефони за да соберат информации или да ги постават избраните личности во вистинскиот историски контекст.
4. Откако ќе бидат избрани “хероите“, групите им ја презентираат својата листа на другите, а супервизорот ги запишува имињата на таблата, подвлекувајќи ги имињата кои најчесто се појавуваат.
5. Остатокот од вежбата се состои од фаза на прашања што треба да бидат упатени до учесниците, еве неколку примери:

- Дали некој беше изненаден од споменатите херои? Зошто?
- Дали некој од вас ги познава сите споменати херои?
- Од кои причини најчесто се познати националните херои? Кои човечки вредности ги претставуваат?
- Што нè прави да сакаме некои херои над другите? Каде научивме да ги почитуваме и зошто? Дали мислите дека ако тие живееле и денес, нивните постапки и вредности ќе ги направат херои?
- Дали мислите дека споменатите херои се универзални? Дали мислите дека сите ги сметаат за херои?

Со вие прашања би можела да се започне дебатата со учесниците.

АДАПТАЦИЈА НА ОНЛАЈН АКТИВНОСТА

1. Супервизорот мора да креира линк на видеоконференциската платформа ZOOM и да ја испрати до младите (супервизорот може да користи и друга нему позната платформа).
2. Откако ќе се соберат во истата “виртуелна просторија“, младите се распоредени во групи од супервизорот (според бројот на учесници).
3. Групите треба да изберат по групи кои национални историски личности или политичари ги сметаат за “херои“ или важни и да објаснат зошто ги ценат и се гордеат со нив. Овој прв дел може да трае помеѓу 10 и 20 минути а учесниците можат да изберат неограничен број на личности.

4. Откако ќе бидат избрани “хероите“, групите им ја презентираат својата листа на другите, а супервизорот ги запишува имињата на виртуелната табла (на пр. <https://awwapp.com/#>), подвлекувајќи ги имињата што се појавуваат најчесто.

5. Групите ја напуштаат главната видеоконференција и пристапуваат до “приватните простории“ на ZOOM.

6. Остатокот од вежбата се состои од фаза на прашања што треба да им бидат упатени на учесниците, еве неколку примери:

- Дали некој беше изненаден од споменатите херои? Зошто?
- Дали некој од вас ги познава сите споменати херои?
 - Од кои причини најчесто се познати националните херои? Кои човечки вредности ги претставуваат?
 - Што нè прави да сакаме некои херои над другите? Каде научивме да ги почитуваме и зошто? Дали мислите дека доколку тие и денес живеат, нивните постапки и вредности ќе ги направат херои?
 - Дали мислите дека споменатите херои се универзални? Дали мислите дека сите ги сметаат за херои?

Овие прашања можат да бидат испратени преку Framapad линк до двете групи кои се состануваат во “приватни простории“ на ZOOM.

7. Од овој момент, учесниците треба да спроведат истражување на интернет со цел да соберат информации или да ги постават избраните личности во вистинскиот историски контекст.

8. Откако групите ќе го завршат истражувањето и ќе одговорат на прашањата, тие одат во “главната просторија“ за да ја започнат фазата на одговарање. Супервизорот може да ја користи страницата “објавувај ја на Интернет“(“post it online”) за да креира ефект на таблата (на пр. <https://note.ly/>) и да им ја покаже во живо на сите учесници преку системот за споделување екран.

ЛИСТ 12 АКТИВНОСТ БР.1

МОДУЛ 3 : ГРАЃАНСКАТА МОЌ НА МЕДИУМИТЕ

СЕСИЈА 5 : ОНЛАЈН ГРАЃАНСТВО

АКТИВНОСТ 1

“Безжичниот телефон“ (расипан телефон)

ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист Бр.12 “Подигање на свеста против онлајн омразата“ (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	30 - 40 мин.
ОПРЕМА	Компјутер или таблет, интернет конекција, листови за пишување, молив, табла

ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА

“Безжичен телефон“ (*расипан телефон*) е активност во која учесниците се доведуваат да играат и заедно да бидат сведоци на изобличувања што може да претрпат говор или настан преку пренос и емитување, на социјалните мрежи како и во секојдневниот живот. Оваа вежба овозможува да се реши прашањето за изобличување на коментарите што кружат на интернет и да се објаснат овие нарушувања и последиците што може да ги имаат, особено ако овие коментари се насочени директно кон луѓе или заедница.

Во прво време, една личност измислува приказна, ја шепоти во увото на својот сосед, кој го прави истото, и така натаму, сè додека сите учесници не ја слушнат и формулираат својата верзија на приказната.

За време на дебатата на крајот од вежбата, супервизорите можат да го решат ова прашање на толкување и субјективна пристрасност во ширењето на информациите.

Варијација на вежбата:

- Можно е да се даде фотографија, слика или кратко видео на првиот учесник, така што тој ќе му каже на својот сосед што ќе види, без тој да ја види сликата самиот, а потоа усно да ја пренесе информацијата до следниот учесник и така натаму. На крајот од вежбата ќе и ја откриеме на групата почетната слика и ќе ги набљудуваме промените што ги претрпи.

ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА

1. Подготвување за активноста: Супервизорите прво мора да подготват една или повеќе приказни за расипаниот телефон или да најдат слики што илустрираат акција или настан, за да има што повеќе информации да се земат предвид. Комплексноста на приказната или сликата ќе ја разликуваат тежината на вежбата.
2. Поставување на играта: Супервизорите даваат упатства и ја соопштуваат својата верзија на приказната на првото лице или му ја покажуваат избраната слика.

3. Постапка: Во прво време, учесниците седат и формираат голем круг. Првото лице ја шепоти својата приказна (или ја опишува сликата) на увото на лицето што седи десно од него. Вториот ја шепоти својата верзија во увото на лицето што седи до него сè додека сите не ја слушнат приказната. Последната личност го повторува на глас она што го слушнал. Значи, групата ја споредува оваа верзија со онаа што ја раскажал првиот што ја започна приказната забележувајќи ги разликите.
4. Колективно одговарање / колективна дебата преку одговори на прашањата (напишани на табла): како се промени приказната кога е раскажана неколку пати? Што влијае на начинот на кој ги слушаме и толкуваме информациите? Какво влијание имаат нашите искуства и интереси врз нашите гледишта? Дали на моменти луѓето слушаат неколку различни толкувања за истата приказна и почнуваат да се прашуваат која верзија е поточна? Ако секој гледа и слуша барем малку поинаку, од каде ќе се знае дали приказната е точна? Како се чувствувате во врска со промените во приказната? Споредете како се чувствува лицето што ја започнало приказната со остатокот од групата. Што ако ова е лична приказна а значењето на приказната е променето? Дали сте подготвени да ја споделите приказната за оваа активност на интернет?

ЛИСТ 12 АКТИВНОСТ БР.2

МОДУЛ 3 : ГРАЃАНСКАТА МОЌ НА МЕДИУМИТЕ

СЕСИЈА 5 : ОНЛАЈН ГРАЃАНСТВО

АКТИВНОСТ 2	Анализа на заговорничко видео
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист БР.12 “Подигање на свеста против онлајн омразата“ (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	30 мин
ОПРЕМА	Компјутери, интернет конекција, листови за пишување, видеопроектор
ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА	

Целта на оваа вежба е **колективно идентификување на “алатките“ користени од заговорниците** (откривање на “мистерија“, реторика, анализа на детали), како и идентификување на аудиовизуелните механизми на заговорничките видеа (заstraшувачка музика, глас на робот, насочена монтажа, анализа на симболи, итн.)

Еве неколку од тие елементи што треба да се препознаат во виедото:

- ❶ Вознемирувачка атмосфера: честопати забележуваме присуство на роботски или мистериозен глас придружен со заstraшувачка музика (атмосфера на хорор филм, на пример).
- ❷ Специјални ефекти: исто како и звучната атмосфера, визуелните ефекти како што се цртежи, фотомонтажи или “морфирање“ (“*morphing*“: трансформирање на лице) можат сами по себе да ја резимираат теоријата и да ја направат едноставна и лесна за помнење.
- ❸ Добра структура и добра видео монтажа: конструкцијата често следи одредена логика, на пример, почнувајќи од историскиот елемент за да се даде научна димензија. Покрај тоа, монтажата (низата на слики) е исто така од голем интерес.
- ❹ Цитати извадени од статии или изјави: станува збор за деконтекстуализирање на речениците на една статија, репортажа или изјави на поединец (политичар, научник, итн.) со цел да им служи на интересите на демонстрацијата.
- ❺ Вистинити елементи што може да изненадат: овде, не станува збор за деконтекстуализирање на факт или говор, туку за употреба на факт или реална слика, како на пример, слики или видеа од мачки кои почнуваат чудно да се однесуваат.
- ❻ Несигурни или тотално лажни елементи: меѓу псевдо-доказите на презентираната теорија, одредени измислени, многу несигурни или недокажани елементи можат да се протнат во демонстрацијата и на тој начин да го засилат ефектот на “аргументарниот мил-феј (*слоеви на аргументи*)“.

ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА

1. Пред вежбата, да се пронајде заговорничко видео на актуелна тема или или за специфично прашање (атентати, нов светски поредок, епидемии, итн.)
2. Подготовка на просторијата: Распоредување на учесниците кон таблата или екранот и емитување на видеото користејќи видео-проектор. Треба да им се укаже на учесниците да ги запишат елементите што се користат во видеото за да ги убедат гледачите и да ја препознаат главната порака на видеото (препознавање на алатките, формата на видеото и значењето, суштината)
3. Пишување белешка: Учесниците потоа се покануваат да запишуваат белешки како што напредува видеото за да ги искажат своите коментари и впечатоци на крајот.

4. Колективно одговарање: Да се прашаат учесниците кои елементи ги забележале и да им се дадат оние елементи кои можеби не ги виделе. Ова е, исто така, време кога дискусијата може да се прошири на она што учесниците обично го гледаат на интернет: Дали некогаш виделе вакво видео? На кои теми? Дали биле убедени од ова видео? Дали видеото било насочено кон одредена заедница, кој бил претставениот непријателот? (Политичари? Банки? итн.)

АДАПТАЦИЈА НА ОНЛАЈН АКТИВНОСТА

1. Оваа вежба може да се направи и од далечина. Супервизорите по е-пошта го испраќаат видеото или линкот од заговорното видео пред сесијата.
2. Супервизорите го испраќаат линкот на видеоконференцијата ZOOM (или друга платформа).
3. Младите можат да работат од далечина преку Google Drive, Framapad итн. за да ги запишат најважните елементи.
4. Колективното одговарање ќе биде организирано преку платформата за далечински конференции. Супервизорот може да користи веб-страница “Објавувај ја на Интернет”(“post it online”) за повторно да создаде ефект на табла (на пр. <https://note.ly/>) и да ги забележи набљудувањата на младите. Потоа може да ја анимира дебатата.

ЛИСТ 13 АКТИВНОСТ БР.1

МОДУЛ 3 : ГРАЃАНСКАТА МОК НА МЕДИУМИТЕ

СЕСИЈА 5 : ОНЛАЈН ГРАЃАНСТВО

АКТИВНОСТ 1	Откривање на граѓански медиум
ПОГЛАВИЕ	Лист 13 (сесија 5) “За граѓанска употреба на медиумите“ (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	20 – 30 мин.

ОПРЕМА

Компјутер, интернет конекција, бел екран, PowerPoint, видеопроектор, систем за репродукција на звукот, весници

ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА

Во оваа вежба, стажантите се занимаваат со темата граѓански медиуми. Тие се наведени сами да разберат - но секогаш под надзор на супервизорите - **разликите и сличностите помеѓу традиционалниот медиум и граѓанскиот медиум**. За ова, тие ќе мора во групи да споредуваат повеќе типови на медиуми.

Секоја група ќе мора да прочита и анализира медиум што супервизорите ќе им го обезбедат (дневен весник или интернет-линк до издание на ТВ-дневник, веб-страница, блог, итн.). Доколку на првата група и биде доделен традиционален медиум (на пр. дневен весник), втората група ќе анализира граѓански медиум (на пр. блог).

Стажантите имаат право на брзо пребарување на интернет преку компјутери (но и преку нивниот паметен телефон).

Целта на вежбата е да се натераат двете групи да соработуваат, обидувајќи се да ко-произведат самите дефиниција за граѓански медиум.

Потоа супервизорите ќе можат повеќе да навлезат во темата на граѓанските медиуми и нивното влијание врз светот на информациите.

ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА

1. Подготовка на просторијата: Поделба на учесниците во групи на компјутерите
2. Стажантите ќе треба да ја анализираат понудената медиумска поддршка (печатен весник; ТВ-дневник, информативна страница, блог, итн.)
3. Стажантите одговараат на неколку прашања
На пр: “опишете го медиумот: дали написите се потпишани? Од кого? Кои информации се таму? Како се обработени? На кои информации им се дава приоритет? Дали има реклами? Кои? Како се пристапува до информациите (анализирајте наслови, текстови, слики, итн.)?”
1. Колективно одговарање на обележаните елементи и создавање на заедничка дефиниција од предлозите на стажантите. Одговорите на прашањата го наведуваат супервизорот да зборува за “граѓански медиум“

*Забелешка - **Дефиниција**: Станува збор за медиуми, т.е. поддршки (радио, ТВ, интернет, итн.) преку кои информациите се пренесуваат на широката публика. Во исто време, ја користиме придавката “граѓански“, бидејќи **авторите на овие написи и на овие истражувања не се професионални новинари, туку обични граѓани** чија цел е да анимираат дебати за специфични прашања или проблеми во врска со целото општество.*

АДАПТАЦИЈА НА ОНЛАЈН АКТИВНОСТА

1. Супервизорот испраќа линк на ZOOM (или друга платформа) до младите
2. Откако младите ќе се соберат, тој ги распоредува во “виртуелни групи“ и им доделува медиуми да ги прегледуваат (испраќајќи им интернет-линк).
3. Младите можат да разговараат за тоа благодарение на можниот системот “одделни простории“, на пример, на платформата за видеоконференции ZOOM.
4. Супервизорот го испраќа линкот за прашалникот (што може да го креира онлајн, на пример на страницата <https://www.dragnsurvey.com/en>). Младите одговараат на прашалникот во групи.
5. Одговарањето ќе биде организирано преку платформата за далечински конференции. Супервизорот може да користи веб-страница “Објавувај ја на интернет“ (“post it online”) за да креира ефект на таблата (на пр. <https://note.ly/>), а потоа да ја анимира дебатата.

ЛИСТ 13 АКТИВНОСТ БР.2

МОДУЛ 3 : ГРАЃАНСКАТА МОЌ НА МЕДИУМИТЕ

СЕСИЈА 5 : ОНЛАЈН ГРАЃАНСТВО

АКТИВНОСТ 2	Анимирање онлајн социјална кампања
ПОГЛАВИЕ	Листови 13 (сесија 5) “За граѓанска употреба на медиумите“ (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	2 – 2ч30
ОПРЕМА	Компјутери, смартфони, интернет конекција
ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА	
<p>Цели:</p> <ul style="list-style-type: none">- Прибавување на средства за информирање и комуникација- Користење социјални мрежи за социјални кампањи- Развивање критичко размислување <p>Оваа вежба има за цел создавање социјална онлајн кампања од страна на учесниците. По изборот на темите за решавање (на пр.: локални тематика како оние што се однесуваат на населбата), како и социјална мрежа низ која ќе се разменува содржината на нивната социјална кампања, младите треба да промовираат кауза, избирајќи најсоодветни слики и реченици. Потоа, ќе треба да се пренесат содржините од медиумот на социјалната мрежа за која станува збор.</p> <p>Дефиниција :</p> <p>Онлајн социјална кампања може да се дефинира со користење алатки за комуникација и маркетинг на социјалните мрежи со цел да си присвои тематика со социјална улога (околина, феминизам, расизам, сиромаштија итн.). Целта е промовирање одредени вредности, мобилизирање или предупредување на луѓето, особено корисниците на интернетот, за одредени важни општествени прашања, дури и создавање движење (пр. : MeToo, Black Lives Matters, српското движење #1of5million итн.)</p>	
ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА	

1. Подготовка : Супервизорите селектираат, со младите, теми за обработка во нивните социјални кампањи на социјалните мрежи.
2. Распределба : По изборот на темите, супервизорите формираат повеќе групи (според бројот на учесници). Секоја група работи на тема и бира социјална мрежа најприкладна за анимирање на кампањата.
3. Барање информации : За да се создаде ефикасна социјална кампања, учесниците ќе треба да прибават информации на избраните теми со цел да се разберат предизвиците и да се продуцира/ емитира релевантна порака за да се подржи предметната кауза.
4. Стратегија за комуникација : Учесниците треба да размислат како да ја спроведат најдобрата онлајн стратегија за да ја проследат нивната порака :
 - Препознавање на целната публика (млади, возрасни, мажи, жени итн..)
 - Бирање соодветна социјална мрежа (пр. : повеќе instagram за сликата а twitter/facebook за видеото и текстот)
 - Тип на порака (сведоштва, хумор, бројки, мини-репортажи итн.)
 - Форма на пораката (фотографија, текст, инфографија, видео итн.)
 - Користење вистинските клучни зборови или “hashtag” за пошироко емитирање на постот
5. Поставување на кампањата : Учесниците ќе можат да одберат да ја започнат кампањата постирајќи нејзината содржина на нивните лични профили (акаунти) или да креираат посебен профил (акаунт) за нивната кампажа.

ЛИСТ 14 АКТИВНОСТ БР.1

МОДУЛ 3 : ГРАЃАНСКАТА МОЌ НА МЕДИУМИТЕ

СЕСИЈА 5 : ОНЛАЈН ГРАЃАНСТВО

АКТИВНОСТ 1	Табела на онлајн Добри Практики
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист БР.14 – “Дигиталното граѓанство“ (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	20-30 мин.

ОПРЕМА

1 компјутер, PowerPoint, бела позадина или бел ѕид, видеопроектор или табела
По избор (доколку нема компјутер или табла): Печатени документи

ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА

Цели:

- Запрашување за одредени практики што можат да се усвојат онлајн
- Охрабрување за позитивно и почитувачко дигитално граѓанство
- Знаење како да се води дијалог и аргументирање за сопственото гледиште

Вежбата се состои од табела што учесниците треба да ја пополнат и од список со неколку можни однесувања на интернет. Учесниците ќе мора да ги класифицираат овие практики / однесувања во тоа што, според нив, се добри или лоши практики.

Покрај тоа, дијалогот и аргументацијата се од суштинско значење за завршување на оваа активност: затоа од нив се бара да го образложат нивниот избор. Оваа последна цел на дијалогот се постигнува уште поефикасно со назначување на известувач во секоја група, потоа охрабрувајќи ги да се разберат и да се консултираат заедно пред да дадат конечен одговор.

Варијација на вежбата: Во отсуство на компјутер или табла, можно е да се испечати табелата за добри практики во неколку примероци, оставајќи на располагање многу полиња, така што учесниците ги пополнуваат додека се даваат предлозите..

ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА

1. Подготовка на просторијата: Распределба на младите во две или три групи и презентирајте ја табелата за добри практики на табла или со користење на видео проектор (или на хартија)
2. Поднесете еден по еден овие неколку примери на предлози што треба да ги класифицираат учесниците:
 - Да се пријави омразен или насилен коментар под публикација (објавен пост)
 - Да се прифати кој било во својата листа на пријатели
 - Блокирање корисник на социјална мрежа
 - Дебатирање со навредлива личност во коментарите на едно видео
 - Давање сопствена адреса или лични информации
 - Објавување фотографија од свои пријатели без нивната предходна дозвола
 - Користење на истата лозинка за сите социјални мрежи

3. Секој одговор треба да биде предмет на аргументи од страна на групите и да отвори мини-дебата заснована врз следниве размислувања: Слобода на изразување, умереност на содржина со омраза, заговор, клевета (види “ЛИСТ 14 - ДИГИТАЛНОТО ОПШТЕСТВО“ и “ЛИСТ 12 - Подигање на свеста против онлајн омразата“)

АДАПТАЦИЈА НА ОНЛАЈН АКТИВНОСТА

Можно е учесниците да ја пополнат оваа табела од далечина, испраќајќи им ја табелата и давајќи им примери на предлозите што треба да бидат вметнати во табелата.

ПРИЛОГ

Пример на табела за добри практики:

Добри Дигитални практики	Лоши Дигитални практики

ЛИСТ 14 АКТИВНОСТ 2

МОДУЛ 3 : ГРАЃАНСКАТА МОК НА МЕДИУМИТЕ

СЕСИЈА 5 : ОНЛАЈН ГРАЃАНСТВО

АКТИВНОСТ 1	ДВИЖЕЧКА ДЕБАТА
ПОГЛАВИЕ	Педагошки лист БР.14 – ‘Дигиталното граѓанство‘ (ЛИНК)
ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА АКТИВНОСТА	30 мин - 1 ч

ОПРЕМА	Екран со бела позадина, ретропроектор, Powerpoint, компјутер, интернет конекција Алтернативна верзија: печатен лист од пост Twitter или Facebook
ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА АКТИВНОСТА	
<p>Движечката дебата им овозможува на учесниците да се позиционираат во просторијата во однос на прашање поставено од супервизорот. Оваа вежба е интересна бидејќи ги охрабрува стажантите да учествуваат и да бидат динамични.</p> <p>Целта на вежбата е да ги охрабри младите да размислуваат за нивните дигитални практики и правото за интернет</p> <p><u>Забелешка:</u> Прашањето не мора да поларизира и да ги спротивставува учесниците, ќе произлезе дека за многу прашања, мислењата не се одлучни.</p>	
ОДВИВАЊЕ НА АКТИВНОСТА	
<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Подготовка на салатата</u> : Распоредување на младите во само една група 2. Користејќи визуелно помагало (PowerPoint проектиран на бела позадина или на бел сид), супервизорот покажува <u>контрадикторна објава на социјална мрежа</u> (на пример, објава со навредлив коментар од прелистувач), и ги прашува учесниците физички да се позиционираат во просторијата, велејќи: “оние што мислат дека имаме право да го сториме ова од една страна, оние што мислат дека немаме право – на другата страна“. Никој не смее да остане во средина. 3. <u>Учесниците се позиционираат</u> 4. Откако учесниците ќе се позиционираат, ќе мора да ги <u>оправдаат и објаснат</u> своите позиции, на доброволна основа или со други алатки за зборување (додавање топка на пример). Кога едната страна дала аргумент, на ред е другата страна да изрази друг аргумент. Ако некој аргумент од спротивната страна се смета за валиден од учесник, тој може да ја смени страната. 5. На крајот од дебатата и објаснувањата, ќе биде предложено <u>друго прашање</u> и учесниците повторно ќе ги менуваат местата, сè до крајот на вежбата. 	
ПРИЛОГ : Пример на расколнички и контрадикторен пост	



Oulala ! @Oulala08514297 · 19 août 2019

En réponse à [@RassNational53](#)

La loi du Coran l'emporte sur la loi de la république.
De fait l'Islam est incompatible avec la démocratie et la république !
Il fait interdire cette secte mortifère en France comme en Slovénie ou en Chine !

5

7

22



2 réponses de plus

Oulala ! @Oulala08514297 - 19 Août 2019

*("Законот на Куранот преовладува врз законот на републиката.
Де факто исламот е некомпатибилен со демократијата и републиката!
Треба да се забрани таа смртоносна секта во Франција како во Словенија или во Кина!")*