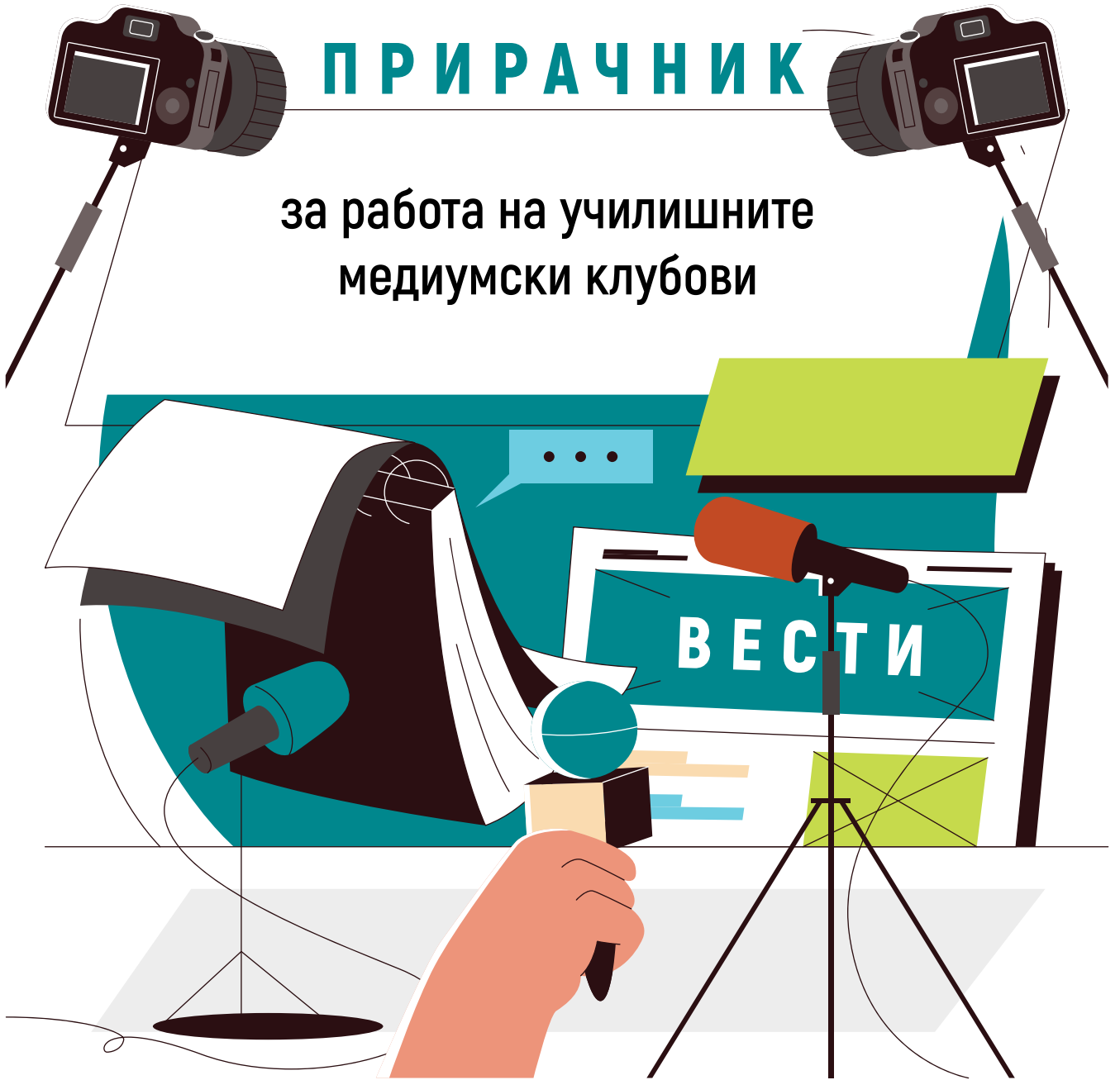


ПРИРАЧНИК

за работа на училишните
медииумски клубови





П Р И Р А Ч Н И К

за работа на училишните
медиумски клубови

ПРИРАЧНИК ЗА РАБОТА НА УЧИЛИШНИТЕ МЕДИУМСКИ КЛУБОВИ

Автор на прирачникот: Михајло Лахтов

Лектор: Виолета Караџовска-Стојановска

Издавачи: Македонски институт за медиуми
Младински образовен форум

Дизајн и техничка
обработка: Кома дизајн

Оваа публикација е подготвена со поддршка од американскиот народ преку Агенцијата на САД за меѓународен развој (УСАИД). Содржината на документот е одговорност на ИРЕКС и на Македонскиот институт за медиуми (МИМ) и не ги изразува ставовите на УСАИД или Владата на Соединетите Американски Држави.

Скопје, декември 2023

С о д р ж и н а

1	Тема Што значи да се биде новинар/ка	7
----------	--	----------

2	Тема За кои теми известуваат новинарите	27
----------	---	-----------

3	Тема Зошто е важно да се биде професионален?	47
----------	--	-----------

4 **Тема**
Училиштен медиум **67**

5 **Тема**
Да се биде новинарка или новинар во новите медиуми **85**

6 **Тема**
Да се биде медиумски писмен во дигиталното време **101**



Што значи да се биде новинар/ка

Модул 1: Новинарството е важна професија

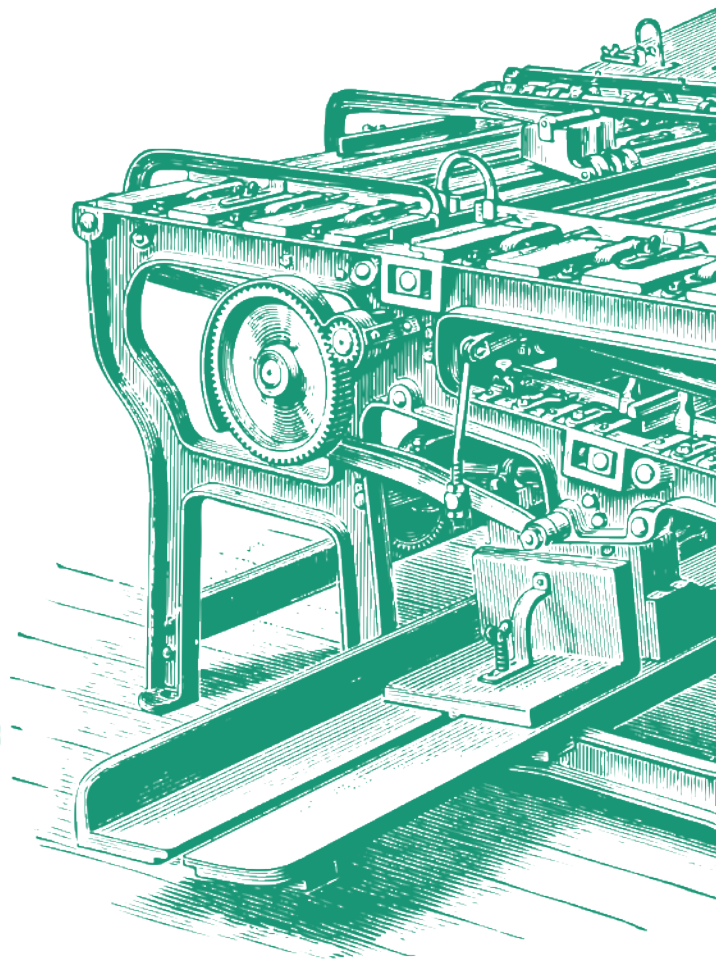
Модул 2: Видови новинарство и новинарски жанрови

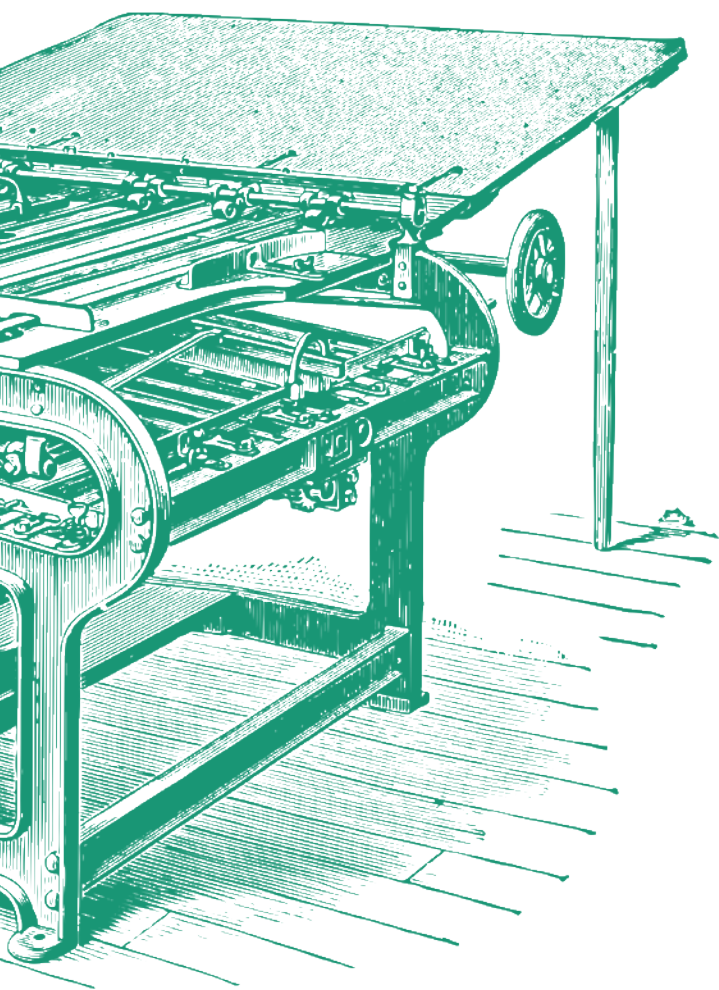
Т е м а

Четвртиот столб на демократијата, седмата сила, куче чувар на демократијата, „вратари“ на информациите, се само некои од имињата што до ден-денес се употребуваат за да се опише значењето и улогата на новинарите и на новинарството.

Од пронајдокот на Јоханес Гутенберг во 1440 година, па сè до денес, новинарството поминува низ најразлични фази, приспособувајќи се на технолошките и на општествените промени, но секогаш исполнувајќи многу значајна општествена улога. Појавата на весниците во 17 и 18 век во Европа и во Америка, ја официјализира и новинарската професија. *Лондон газет* и *Пенсилванија газет* се едни од првите дневни весници во Англија и во САД, кои веќе имаат воспоставено рубрики, покриваат најразлични теми од политиката, економијата, културата, и го оформуваат концептот на печатените медиуми што е актуелен до денес.

На крајот од 19 век и почетокот на 20 век се појавуваат неколку значајни новинарски гранки, вклучувајќи го и тоа што денеска го нарекуваме истражувачко новинарство. Нели Бли, Ајда Велс, Семјуел Хопкинс Адамс, Ајда Тарбел, се само некои од новинарките и новинарите што ќе одиграат многу важна улога во откривањето на различните неправди во нивните општества преку истражувачките стории што ги објавуваат.





Мисијата на новинарството е да го разоткрива она што некој друг сака да го скрие, да ги контролира и да ги преиспитува оние што ја имаат власта, да ги информира граѓаните за тоа дали нивните пари се трошат на добар или на лош начин и да ги застапува нивните интереси.

Оваа важна мисија е можна само преку поставување критички прашања, проверување на фактите, користење аргументи и објективно пренесување на вистината.

Да се биде новинар/ка денес, не е воопшто лесно. Оваа професија ја нема репутацијата што ја имала некогаш и сè повеќе ја губи довербата кај граѓаните. Во денешно време, информациите не ги добиваме само од новинарите, туку и од многу други видови извори, како, на пример, од фејсбук-објави, твитови, инфлуенсери, јутјубери... За жал, многу често не правиме разлика меѓу нив и професионалното новинарство засновано на факти. А, токму тоа е пресудно за да му ја вратиме на новинарството улогата што ја заслужува во општеството, а тоа е да биде чувар на демократијата.

Затоа, на првите четири часа ќе зборуваме за тоа што работат новинарите, зошто е важно новинарството, кои теми ги покриваат новинарите и кои се основните начела на нивната работа.

Модул 1:

Новинарството е важна професија

Ќе научиме:

Што значи да си новинар и зошто сè уште новинарството е важна професија



Кои теми ги покриваат новинарите



Што е, а што не е новинарство

Потребни ресурси



Работен лист 1 и 2



Хамери и фломастери



Проектор или смарт-табла

Подготовка на наставникот



За Активност 1, наставникот пред часот треба да отпечати А4 листови со по еден медиум или редакција во која работат новинарите (по примерот на Работен лист 1)

Реализација:



2 училишни часа



Час 1

Младите, се чини, не се многу по вестите. Според едно глобално истражување¹, младите од генерацијата Зет (Z)² и генерацијата Алфа³, во просек поминуваат повеќе од 4 часа на социјалните мрежи, што е двојно повеќе од генерацијата Икс (X)⁴. Тоа што е важно, дури 66% од припадниците на оваа генерација или денешните средношколци, велат дека се информираат од социјалните мрежи какви што се Јутјуб, Инстаграм, Тикток⁵... Исто така, тие ги добиваат вестите од своите пријатели, семејството, од луѓето со кои комуницираат во „живо“ и онлајн. Сите ние сме бомбардирани од милиони информации секојдневно низ различните медиумски платформи, поради што станува тешко да се дојде до вистинските и важни информации што ни се потребни.

Во ваквата реалност, сфаќаме дека професионалното новинарство сè уште има многу важна улога, затоа што ги избира, ги уредува и ги подготвува оние вести што се од наш интерес, релевантни, важни и нови.

1 Извор: <https://www.statista.com/statistics/1314973/global-daily-time-spent-on-social-media-networks-generation/>

2 Родени помеѓу 1996 и 2010 година.

3 Родени по 2010 година.

4 Родени помеѓу 1965 и 1980 година.

5 Истражување на Истражувачкиот центар Пју, од САД, <https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/>

Дискусија

Започнете дискусија со учениците, прашувајќи ги:

	Зошто постојат новинарите?
	Која е нивната улога?
	Кои теми вам ви се важни?
	Што вообичаено читате во медиумите?

Одговорите запишете ги на табла, а потоа групирајте ги.
Извлечете ги главните поенти.

Голем број од новинарите ја избрале професијата не за да заработат многу пари, туку затоа што веруваат дека може да направат позитивни промени, да ги подобрат условите за живот во своето општество и место на живеење и да придонесат за доброто на своите сограѓани.

Некои новинари откриваат нечесно или незаконско постапување, ги обелоденуваат маките на луѓето во тешка положба, па дури и ни даваат информации врз чија основа може да носиме одлуки за нашите животи, како, на пример, кои се најдобрите училишта или како правилно да се храниме и да останеме здрави.

Други, пак, не информираат за најразлични работи, како, на пример, технолошки достигнувања, какво ќе биде времето или каков е резултатот од фудбалските натпревари, притоа поттикнувајќи дискусии и споделувајќи ги најновите случувања или можности. Новинарските содржини може да имаат најразлична цел – може да не информираат, да не образуваат, но и да не забавуваат.

Новинарите сè почесто работат под огромен притисок, со обврска да направат повеќе текстови и прилози за помалку време, сè со цел да ги исполнат роковите и

да понудат што повеќе содржини. Понекогаш, што е уште полошо, се соочуваат со притисок од политичари, бизнисмени и од компании, кои се обидуваат да го спречат објавувањето на приказните што не се во нивни интерес.




Ова е новинарот Семјуел Хопкинс Адамс. Во 1905 година, во серија од 11 истражувачки текстови објавени за *Њујорк сан*, Адамс ги открил измамите поврзани со новите лекови, кои многу често, не само што не помагале, туку и го нарушувале здравјето на луѓето. Благодарение на неговите текстови, донесен е Законот за чиста храна и лекови во 1906 година, со кој се внесува строга контрола во оваа област.

Активност 1

На А4 листови наставникот/наставничката треба да напишат по неколку различни типови медиуми и редакции во кои работат новинарите (**Работен лист 1**). Учениците поделете ги во групи и на секоја група дајте ѝ по еден лист.

Кажете им да замислат дека добиле работа во ваков медиум или редакција. Оставете им десетина минути да поразговараат во групата и да се обидат да најдат одговор на следниве прашања:

	Што би биле нивните дневни задолженија?
	Зошто нивната работа би била важна за другите луѓе?
	Како се разликуваат од новинарите во другите медиуми или редакции?
	На која тема би избрале да пишуваат?

Потоа, по еден/една од секоја група ќе треба да презентира до какви одговори дошла групата.

РАБОТЕН ЛИСТ 1

Модул 1: Новинарството е важна професија



Час 1

Список на различни редакции и типови медиуми во кои работат новинарите

	Новинар во информативна рубрика (вести)
	Новинар во спортска редакција
	Радионовиар
	ТВ-репортер
	Новинар во истражувачка редакција
	Новинар на онлајн портал
	Новинар во забавна редакција
	Новинар во културна редакција

На А4 лист напишете по една од овие предложени редакции/медиуми. Не мора да ги искористите сите теми. Потоа листовите поделете ги на групите што ќе разговараат за нив за време на првата активност.



Час 2

Претходната активност ни покажа колку се различни областите и темите што ги покриваат новинарите. Без разлика на сите предизвици низ кои минува, новинарството е сè уште многу важна алка за демократијата во нашите општества.

Терминот што потекнува од САД, го сместува новинарството помеѓу главните постулати на демократијата, или „четвртиот столб“, по законодавната, судската и извршната власт. Тоа е затоа што новинарството е коректив на власта и е пресудно за транспарентноста на владата и на големите корпорации.

Иако не сите новинари, и не секогаш, го положуваат испитот на професионалност, објективност и независност, сепак мора да им даваме доверба, особено на оние што со својата работа нè убедиле дека се професионални и ја заслужуваат. За новинарските стандарди и што значи да се биде професионален, ќе зборуваме на еден од следните часови.

На овој час ќе се обидеме да одговориме на тоа што е, а што не е новинарство. Многу е важно да знаеме дека не сè што ќе биде објавено во медиумите е новинарство и ги следи новинарските правила, особено денес, кога социјалните мрежи ни овозможуваат да пишуваме, да објавуваме слики и видеа и да креираме медиумски содржини. Поради тоа треба да разликуваме медиумски од новинарски содржини.

Дискусија

Започнете дискусија со учениците, прашувајќи ги:



Кој може да се нарече новинар?



Што го разликува новинарот од некој што пишува и објавува на социјалните мрежи, на пример?

Новинарството е специфична професија, која има свои правила и начела. Професионалните новинари ги следат начелата на објективност, непристрасност и балансира-

ност, користат различни жанрови во својата работа и типови медиуми како печатени, ТВ, радио или онлајн медиуми за да ги пренесат информациите до гледачите, слушателите и до читателите.

АКТИВНОСТ 1

На проектор или на смарт-табла прикажете ги медиумските објави од **Работен лист 2**. (Доколку сте во можност, исто така, можете и да ги отпечатите и да ги поделите во групи.)

Секоја објавена информација е специфична на свој начин. Учениците имаат задача да ги разгледаат и за секоја од нив да дадат мислење дали може да се нарече новинарство или не. Притоа, многу е важно да го образложат своето мислење.

Објаснување:

1	Првиот пример е објава на социјалните мрежи и претставува мислење од „инфлуенсерка“. Објавата може да биде интересна, важна и корисна, но не може да се нарече новинарство.
2/3	Следните две медиумски објави се фокусираат на тоа да го привлечат вниманието на јавноста преку различни таблоидни теми, како приватниот живот на политичарите и на познатите личности. Ниту ова не е вистинско новинарство.
4	Четвртиот случај паѓа на тестот за основните професионални стандарди во новинарството бидејќи шири манипулативна содржина од социјалните медиуми без соодветна проверка на изворите и на содржината.
5	Петтиот случај е највалиден пример за вистинско новинарство помеѓу понудените случаи, во кој новинарите истражиле и анализираше важна тема од јавен интерес (односите помеѓу Бугарија и Северна Македонија, во контекст на процесот на евроатлантската интеграција на земјата).

Објаснете дека таблоидните вести се присутни во медиумите во многу земји, но тие не може да бидат замена за професионалното новинарство. На граѓаните им е потребно професионалното новинарство за да може да носат правилни и информирани одлуки во сите сфери на животот.

Модул 2:

Видови новинарство и новинарски жанрови

Ќе научиме:



Кои се основните типови медиуми во кои работат новинарите



Кои се карактеристиките на печатеното, радио, ТВ и онлајн новинарство



Кои се основните новинарски жанрови

Потребни ресурси



Проектор или смарт-табла

Подготовка на наставникот



Да ги подготви работните листови (да ги отпечати) или да ги прикаже на проектор

Реализација:



2 училишни часа



Час 1

Како што видовме, новинарите покриваат голем број теми или сè што е во интерес на публиката. Тие работат во различни типови медиуми и развиваат многу разновидни вештини, како убаво и концизно пишување, дикција, монтажа, снимање со камера и објавување онлајн поткасти. Денес има најразлични поделби за типот на новинарство и за гранките на новинарството, но да почнеме од почеток.

Кои се основните типови медиуми во кои работат новинарите?

Денес медиумите ги делиме на традиционални и на нови или дигитални, а со тоа и новинарството – на новинарство во традиционалните и во новите медиуми. Да бидеме попрецизни, имаме печатено новинарство, радиско новинарство и телевизиско новинарство, со сите специфики што со себе ги носи типот на медиум. Денес имаме и онлајн новинарство, кое подразбира работа во онлајн порталите и подразбира развој на голем број вештини што ги обединуваат оние од традиционалните медиуми. Сепак, мора да се има предвид дека онлајн новинарството не се однесува на содржините што се продуцираат на социјалните мрежи.

Онлајн новинарот треба да е дигитално писмен, да знае да пишува (како оној во печатените медиуми), да знае да монтира (како оној во ТВ-новинарството), но да знае и да објавува, да линкува, да споделува најразлични мултимедијални содржини што содржат и видео, и слика, и тон и текст.

Дискусија

Започнете дискусија со учениците, прашувајќи ги:



Доколку би имале можност да избирате, во каков медиум би сакале да работите?



Зошто?



Според вас, кои се предностите, а кои се маните на секој тип новинарство?

Печатено новинарство |



Како што веќе рековме, секој тип новинарство има свои специфики. Главната карактеристика на печатеното новинарство или на новинарството во дневните весници и во списанијата е убавиот јазик, концизното и јасно пишување и уметноста на зборот.

За жал, најстариот тип новинарство ја губи битката од другите медиуми, а особено со појавата на интернетот сè помалку луѓе сакаат да прочитаат убава и темелна анализа, а сè повеќе се задоволуваат со брзите вести и слики.

Сепак, за да се совлада новинарството во неговиот основен облик, вештината на пишување и на аргументирање, овој тип новинарство е незаобиколен елемент. Затоа, во рамките на овие часови, ќе поминеме повеќе време пишувајќи и дискутирајќи за нашите новинарски текстови.



Ова е Љупчо Поповски-Попе, новинар со долгогодишно искуство, кој во минатото работеше во весникот *Нова Македонија*, беше уредник во *Утрински весник*, а потоа основач и уредник на *Независен весник*, кој успеа да опстои само како онлајн издание.

Прочитајте некоја од неговите анализи, анализирајте го јазикот што тој го користи и познавањата што тој ги има поврзани со неговата тема – надворешна политика.

Кои други новинари вие ги познавате и им се восхитувате? Зошто?

Радионовинарство |

Радионовинарството има посебна магија, која е тешко да се опише со зборови – би ви кажал секој новинар што барем некое време поминал во радиското новинарство. Зборовите, убавата дикција и звучните ефекти се она што е карактеристично за овој тип новинарство.

Покрај радиовестите, радиските емисии и радиодрами, еден нов жанр се чини повторно му го враќа сјајот на радиото, а тоа е радиопоткастот. Се разбира, оваа типично радиска форма, денес повеќе ќе ја најдете на специјализираните онлајн платформи, но карактеристиките со кои се одликува се типично радиски. Во овој жанр важен е квалитетот на звукот, повторно се актуелни термините како „џингл“, а се зборува со гостин во студио на најразлични теми и во опуштена атмосфера.



Кои поткасти ги слушате?



Што ве привлекува кај овие поткасти?

ТВ-новинарство |

ТВ-новинарството денеска е сè уште најпопуларен тип новинарство, а информативните емисии најважен дел на секоја поголема ТВ-станица. Не без причина, вестите или информативните емисии се во ударниот термин на телевизија или т.н. прајм тајм⁶. Новинарите што работат на ТВ обично се оние што луѓето ги препознаваат на улица, и мора да имаат многу најразлични вештини и познавања, од тоа како да ја напишат информацијата, како да ги снимат прилозите, па некогаш и да ги монтираат и да ги средат сопствените прилози.

6 Ударно време или „прајм тајм“ вообичаено се употребува за да се посочи на одреден временски интервал во рамките на телевизиската или радиската програма, во кој медиумските содржини имаат најголем досег до публиката.



Дали знаете некои ТВ-новинари?



Дали следите ТВ-вести? Кои?

Онлајн новинарство |

Како што споменавме претходно, онлајн новинарството е симбиоза на радио, ТВ и печатено новинарство. Онлајн новинарите треба да поседуваат многу различни вештини за да има нивниот прилог квалитетно видео, звук, текст и да успее да го најде својот пат до публиката. Токму мултимедијалноста е и една од најважните карактеристики на онлајн новинарството, што овозможува приказната да не е ограничена само на текст или на видео, туку да се комбинира според потребите. Сепак, понекогаш, квалитетот не е на прво место, туку квантитетот на објавени информации, читаноста и кликовите.

Активност 1

Заедно со учениците, на агрегаторот за вести *Time.mk* прегледајте ги најважните вести од тој ден и определете една тема.

Потоа поделете ги учениците во три групи – група ТВ-новинари, група радионинари и група новинари во печатен медиум. Секоја група ќе треба да подготви информација од темата за сопствениот тип медиум.

ТВ-новинарите ќе треба да снимат прилог со помош на своите телефони, радионинарите – радиоприлог за вести, додека последната група треба да напише информација за весник.

Сега-засега, не се фокусирајте на новинарските правила, на жанрот на прилогот или сл. За тоа ќе зборуваме на следните часови. Затоа е важно овие прилози/текстови да ги сочувате и повторно ќе се навратиме на нив.

За оваа вежба, вежбајте снимање со телефон, убаво и правилно пишување како и правилна дикција.



Час 2

Зборуваме за различните типови новинарство и за спецификите на работата во весник, радио, телевизија или онлајн портал. Сите тие се разликуваат по нешто, но имаат иста мисија, а тоа е да се доближи вистината до граѓаните преку професионално, балансирано и непристрасно известување.

Денеска ќе зборуваме за различните жанрови што новинарите ги користат во својата работа и постигнување на главната мисија. Дел од овие жанрови ќе ги сретнеме во сите типови медиуми, а дел се поспецифични за одреден тип медиум, а помалку или воопшто не се среќаваат во другите.

Вест

Веста е основниот новинарски жанр што служи да ја информираме публиката за некој настан или личност на краток и концизен начин. Треба да даде одговор на најважните шест прашања: што се случило и кој бил вклучен во тоа, кога, каде, како и зошто нешто се случило.

Во новинарската професија се смета дека за да почнете да ги совладувате новинарските вештини и знаења, мора да почнете со веста. Така ќе направиме и ние, на следните часови ќе зборуваме за главните карактеристики и ќе научиме како се пишува една кратка вест.

Извештај

Извештајот е поопширен од веста и не се обидува само да одговори на основните прашања, туку и да даде поширока слика за случувањата како и за причините што довеле до нешто. Извештајот треба да содржи изјави од повеќе страни, анализа на ситуацијата, како и информации за причините за проблемот.

Интервју

Интервјуто е разговор со некоја личност на некоја определена тема или за општи работи поврзани со животот или со искуството на личноста што се интервјуира. Интервјуто се среќава во сите типови новинарство и најважно е да се најде интересен соговорник, но и да подготвите вистински прашања.

Репортажа

Репортажата е еден од потешките жанрови затоа што бара исклучителна вештина на пишување, но и убави фотографии и снимки доколку станува збор за ТВ-репортажа. Овој жанр ја преминува границата меѓу новинарството и литературата, или меѓу новинарството и документаристиката.

Коментар

Коментарот е единствениот жанр во кој е дозволено новинарот или уредникот да го изразат сопственото мислење за некоја тема или настан. Коментарот треба да биде јасно означен за да случајно не ја доведе публиката во заблуда. Денес, наместо новинарот или уредникот, ваквиот тип текстови, под името колумна, мислење или едиторијал, ги пишуваат и експерти или политичари.

Активност 1

Поделете ги учениците во парови. Нивна задача ќе биде да се интервјуираат меѓу себе. Може да изберат дали интервјуата ќе ги снимаат со телефон или ќе ги напишат.

Важно е да состават такви прашања од кои ќе дознаеме што повеќе за личноста што се интервјуира, но исто така ќе дознаеме и работи што дотогаш не сме ги знаеле.

Изгледајте сите заедно неколку интервјуа и поразговарајте за нив.

РАБОТЕН ЛИСТ 2

Модул 1: Новинарството е важна професија



Час 2

1



Ina Mnogufina

12h · 🌐

...

Еден возел со 4,28 промили алкохол, друг пијан влегол со кола у кафана, трет извадил кислородна маска и запалил цигара...Македонијо не ти е лесно!

2



📍 HAPPY МАМА

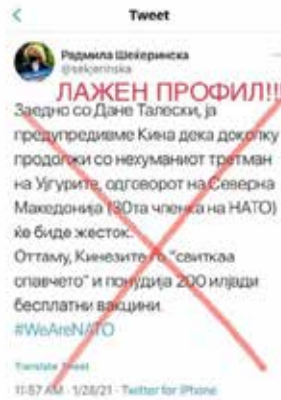
Ќерката на Петре и Јасмина Шилегови порасна во вистинск

3

ФОТО | Јелена Карлеуша ги заноси своите
капи не веруваат! Јелена се масажирала со Јелена,
ту почнувала, ама не! Јелена почнува да ја
гледам – Јелена што си сече!



4



5





За кои теми известуваат новинарите

Модул 3: Новинарска редакција

Модул 4: Пишуваме вест

Т е м а

За кои теми известуваат новинарите?

На минатите часови зборувавме за тоа зошто е важно новинарството, што значи да се биде новинар и какви форми користат новинарите во својата работа. На следните неколку часови ќе видиме како изгледа една редакција, што точно работат новинарите и кој и како одлучува кои информации се важни, а кои не.

Пред да почнат со својата работа, новинарите и уредниците прво треба да одлучат што ќе истражуваат и што ќе пишуваат. А, тоа не е секогаш едноставно. За среќа, постојат неколку критериуми што им помагаат да одлучат дали информацијата е вредна за објавување или *newsworthy*⁷:

Да биде нова:

Самиот термин вест (news) го содржи зборот нов (new), што значи дека за да објавиме некоја информација, таа би требало да се однесува на нешто актуелно, нешто што се случува сега или се случило неодамна.

Да биде релевантна:

Вредни за објавување се информациите што ни помагаат да донесеме некаква одлука и се важни за нашето секојдневно учење, работење и функционирање. На пример, за кого ќе гласаме, каков универзитет ќе избереме, која е нашата идна професија, па сè до информации какви што се – што би јаделе, во кој клуб има добра забава и дали да земеме чадор ако временската прогноза предвидува дожд.

⁷ Newsworthy е англискиот термин што означува дали извесна информација е важна и интересна за публиката и поради тоа вреди да се објави.

Да биде блиску:

Дали нешто се случува во Азија или во нашата населба е исто така важно за тоа дали публиката ќе биде позаинтересирана за некоја информација или не, а со тоа и дали уредникот во вестите ќе ја стави меѓу првите или последните информации. Затоа и се важни училишните медиуми, тие ги проследуваат информациите за настаните што се поврзани со училиштето, училишниот живот или се случуваат во непосредната околина.

Да биде од јавен интерес:

Јавниот интерес не треба да го поистоветуваме со тоа што ја интересира јавноста. Јавноста, многу често, ја интересираат работи како бракот на Ријана или фотографиите од забавата на Џастин Бибер. Но, јавен интерес е нешто друго. Јавноста треба да знае, на пример, како избраните политичари ги трошат парите на граѓаните, дали има нови учебници, дали се реновирани тоалетите во училиштето или дали можеме на училиште да пристигнеме по тротоар без да ги заобиколуваме непрописно паркираните автомобили. Се разбира, не можеме да ги игнорираме и желбите на публиката, и во рубриките како забава и естрада ќе информираме и за деталите од животот на познатите.

Да биде невообичаена:

Невообичаените настани секогаш имаат поголема покриеност од обичните. Старата новинарска поговорка вели дека не е вест ако куче каснало човек, бидејќи тоа може да се случи секој ден, туку ако човек касне куче. Е тогаш имаме интересна вест.



Имајте ги овие критериуми на ум кога ќе почнете да пишувате за вашиот училиштен медиум, затоа што ќе ви помогнат да бидете релевантни и интересни за вашата публика.

Модул 3:

Новинарска редакција

Ќе научиме:



Како изгледа една редакција



Што работат и какви задолженија имаат луѓето што работат во медиумите



Кои се начелата за избор на информациите и на вестите

Потребни ресурси



Компјутери (минимум 4)



Интернет



Хамери и фломастери

Подготовка на наставникот



Претходно да организира со учениците посета на ТВ-редакција

Реализација:



2 училишни часа



Час 1

На претходниот час зборувавме за тоа што е вистинско новинарство, а што е само објавување медиумски содржини на интернет или други платформи. Рековме дека новинарството мора да следи определени правила и начела, но и да биде организирано. Новинарите работат во медиуми, организирани во редакции⁸. Секоја редакција има свој уредник, а сите заедно ги води главниот уредник на медиумот. Но, како што знаеме, најдобро се учи преку сопствено искуство и практика, кога работите ќе се видат и доживеат, па предлагаме во рамките на овој час, наставникот и учениците да посетат една ТВ-редакција.

Активност 1

Организирајте посета на една ТВ-редакција. Доколку ви е потребна помош со организирањето, секогаш може да се обратите до некоја од граѓанските организации што се активни во оваа сфера, како, на пример, *Македонскиот институт за медиуми*, *Институтот за комуникациски студии* или *Младинскиот образовен форум*.

Учениците, поделени во групи, имаат задача да направат интервјуа со професионалците што работат таму:



главен уредник



уредник на вести




⁸ Постојат и слободни новинари, т.н. фриленсери, кои не работат во еден медиуми, туку соработуваат со повеќе различни медиуми.

	новинари и репортери
	продуценти
	камермани
	организатори
	монтажери
	водители и презентери на вести.

Целта на оваа посета е да се дознае што повеќе за тоа како изгледа продуцирањето емисии (особено информативните програми) во една ТВ-станица.

Прашањата треба да бидат претходно подготвени, а доколку има повеќе ученици што работат во една група, тие може да ги поделат задачите претходно: еден ученик може да поставува прашања, друг да снима, трет да го среди интервјутото за презентација итн.

Меѓу другите прашања, важно е да се добие одговор за тоа:

	Зошто се одлучиле за оваа професија?
	Од што се состои нивната работа во ТВ-станицата?
	Што е карактеристично и уникатно за нивната професија?



Зошто ја сакаат својата работа?



Како изгледа еден нивен работен ден?



Час 2

Посетата на ТВ-редакцијата им овозможи на учениците да согледаат како во практика изгледа новинарската работа, светот на медиумите и новинарството. Оваа активност беше забавна, но и мошне важна за понатамошната работа на клубот.

Во ТВ-станицата што ја посетивме, видовме дека новинарите што работат таму, покриваат различни теми и голем дел од нив се специјализирани за надворешна политика, за економија, за внатрешна политика, за спорт, за судство, за здравство и слично. Тие имаат богати познавања на оваа тема, што често се на ниво на експертите што работат во специфичната област.

На претходните часови зборувавме за новинарските жанрови, како и за типовите новинарство (печатено, ТВ, радио и онлајн новинарство). Покрај нив, во зависност од платформата на која функционираат медиумите, целта на текстовите или стилот на пишување, може да посочиме и неколку посебни видови новинарство, како, на пример, агенциско, „МОЦО“ новинарство, истражувачко или граѓанско новинарство.

Агенциско новинарство |



Улогата на новинарите што работат во новинските агенции (како, на пример, *МИА – Медиумска информативна агенција*) е да посетат многу настани и да произведат објективни и непристрасни вести, но не директно за публиката туку за медиумите. Медиумите може да ги користат овие агенциски вести со прикладно обележување дека текстот е преземен од новинска агенција.

Истражувачко новинарство



Ова е еден од најсложените новинарски видови и бара искусни новинари што се подготвени да работат под притисок за да обелоденат нешто што некои поединци, институции или други центри на моќ сакале да го скријат од јавноста, да откријат корупција, несоодветно дејствување, злоупотреба на власта итн. Овој тип новинарство бара од новинарите темелна, внимателна и долготрајна истрага и пребарување факти, зашто една сторија може да се изработува и по неколку месеци. Истражувачките новинари внимаваат сите факти во приказната да бидат проверени од неколку извори и на тој начин да се заштитат од евентуални судски тужби. Истражувачката работа е мошне важна, затоа што открива незаконско работење, криминал и малверзации и е вистински „куче чувар“ во едно општество.

Граѓанско новинарство



Граѓанското новинарство е спротивно од она што го зборувавме досега за новинарството. При создавањето на овие стории се вклучени граѓаните, а не новинарите. Тоа што е заедничко, е дека за да влезе во категоријата новинарство, и граѓанското новинарство треба да ги следи истите начела на вистинитост, објективност, проверка на изворите и непристрасност. Некои медиуми ги охрабруваат граѓаните да им праќаат различни информации и стории, кои потоа ги проверуваат, ги пакуваат според новинарските правила и ги објавуваат.

„МОЦО“ или мобилно новинарство



Мобилното новинарство се појавува заедно со развојот на новите технологии, особено на паметните телефони што овозможуваат многу квалитетни видео и фото снимки. Денешниот динамичен живот наметнува поинакви очекувања од новинарите, кои сè повеќе самите снимаат од терен, монтираат и прават цели прилози за онлајн порталите со помош на сопствениот телефон. И за овој вид новинарство важат истите новинарски правила како и за сите други.

АКТИВНОСТ 1

Откако на претходниот час ги подготвивме и ги презентиравме интервјуата што ги спроведовме, на овој час може да направиме постер (во компјутер или на голем хамер), на кој ќе ја нацртаме и ќе ја објасниме целата структура на една редакција. Притоа, за секое работно место, можеме да ги објасниме должностите и спецификите.

Оваа вежба ќе ни помогне во натамошните активности кога ќе треба да ја организираме нашата редакција.

АКТИВНОСТ 2

Сега, кога веќе знаеме како изгледа една редакција, време е да се ставиме во улога на уредници. Следната активност ќе ни помогне подобро да сфатиме како уредниците и новинарите избираат што ќе покријат и за кои случувања ќе нè информираат во вестите.

Наставникот треба да ги подели учениците во неколку групи и на секоја група да ѝ даде „Список на потенцијални приказни“ (**Работен лист 1**). Учениците се во улога на уредници на голем национален весник или онлајн портал. Нивната задача е да поразговараат, да употребат аргументи и да одлучат кои вести ќе бидат на насловната страница, кои ќе бидат на почеток на весникот (или порталот), а кои ќе одат на задните страници како помалку важни.

При оваа активност, треба да ги имаат предвид и петте критериуми за важноста на информациите за кои зборувавме на почетокот на оваа тема.

По 10 минути, секоја група треба да сподели на кои приказни им дале приоритет. Сите заедно треба да поразговараат за различните фактори/критериуми што ги доведоа до нивниот избор. Имајте предвид дека не треба да зборуваме за точни/погрешни одговори, тоа спаѓа во доменот на уредничката и новинарска слобода и убедување.

РАБОТЕН ЛИСТ 1

(Модул 3: Новинарска редакција)



Час 2




СПИСОК НА ПОТЕНЦИЈАЛНИ ПРИКАЗНИ

▶	Во земјотрес во Мароко загинаа 3.000 лица
▶	Градоначалникот на Кочани обвинет за злоупотреба на службената должност
▶	Министерството за екологија организира Ден на дрвото, пошумување на 100 локации
▶	Аргентина избра нов претседател
▶	Протест на пензионерите пред Американската амбасада во Скопје
▶	Фудбалската репрезентација освои бод во Скопје против репрезентацијата на Англија
▶	Скопје најзагаден град во регионот
▶	Нова вакцина за КОВИД-19
▶	Извештај на ОН ги документира воените злосторства во Сирија



Модул 4:

Пишуваме вест


Ќе научиме:

	Што е вест и кои се спецификите на овој основен новинарски жанр
6	Кои се шесте новинарски прашања и како да пишуваме по начелото на превртена пирамида
	Што се факти, а што мислења, и зошто се важни за новинарството
	Сами да напишеме вест


Потребни ресурси

	Компјутери (минимум 4)
	Интернет

Подготовка на наставникот

	Најдете неколку вести на интернет и отпечатете ги, ќе бидат потребни за првата активност
---	--

Реализација:

	2 училишни часа
---	-----------------



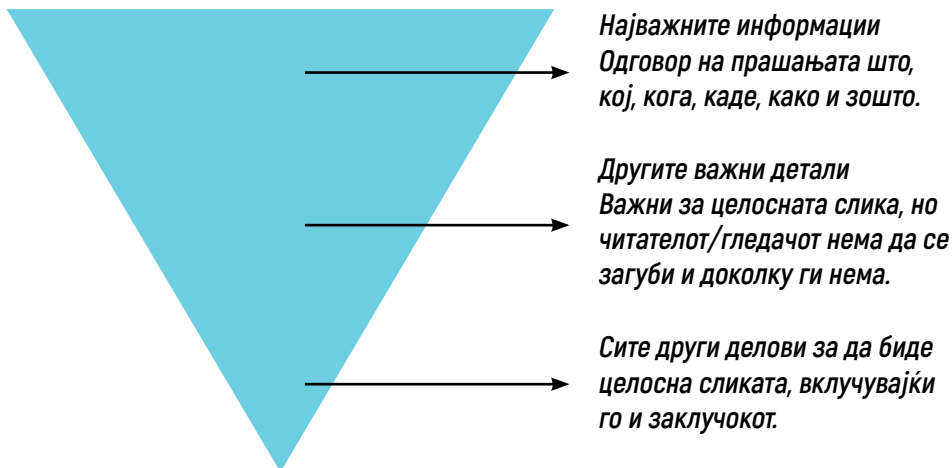
Час 1

Кога зборувавме за жанровите, спомнавме дека веста е основниот новинарски жанр преку кој се информира за нешто што е вредно за објавување (случување, настан, личност) на краток и јасен начин. За да биде вест, еден текст треба да одговори на шесте основни новинарски прашања или барем на повеќето од нив.

Што	се случило?
Кој	го направил тоа или кој бил вклучен?
Каде	се случило? – место
Кога	се случило? – прецизно време
Зошто	се случило? – кои се причините
Како	се случило? – кои се врските

Во новинарството многу е важен почетокот, односно првите неколку реченици. Во борбата да се задржи заинтересираноста на гледачите и на читателите, новинарите се обидуваат главните работи да ги кажат на почеток, во првите реченица или две. Тој почеток во новинарството се нарекува *лид*⁹. Лидот треба да даде одговор на шесте прашања, а сè понатаму е дополнително објаснување за настанот. Ова начело се нарекува превртена пирамида и е начело по кое се раководеле многу генерации новинари до денес.

Тоа што е интересно, ова начело на пишување вест, се користи и за пишаните медиуми, но и за телевизијата и за радиото. Кога зборуваме за некои поинакви и покреативни новинарски жанрови, не мора толку доследно да го следиме начелото на превртена пирамида.



На почетокот е важно да ги ставите најважните информации први. Првата реченица или првиот параграф треба да одговора на шесте прашања. Кое прашање ќе биде прво одговорено, ќе зависи од контекстот и од ситуацијата, а не од некој претходно утврден ред. Како што кажавме, нема да биде секогаш можно да се одговори на сите шест прашања, особено ако не знаеме како или зошто нешто се случило.

9 Lead е англиски збор што означува водилка, нешто што нè упатува и нè води. Во новинарството овој термин се користи за првиот, почетниот параграф, кој на публиката ѝ ги нуди најважните информации на концизен и јасен начин, но сепак го задржува интересот на читателот или на гледачот за сторијата.

Како се оддалечуваме од лидот или од почетокот, полека го градиме телото на веста. Информациите што ги ставаме тука, не се најважни, но сепак доволно важни да разбереме повеќе. Ова е одлична можност да ставиме изјави, детали од настанот и други информации за контекстот, кои не сме можеле да ги ставиме на почеток. Сепак, внимавајте да не претерате и да го збуните читателот.

На крајот, завршувате со заклучок или со силна изјава или цитат. Овој дел служи да ја заокружите веста, која треба да има логичен крај.

Активност 1

Побарајте неколку интересни вести на порталите и отпечатајте ги. Внимавајте да ги содржат сите елементи на веста (или барем повеќето), односно да одговараат на шесте основни прашања за кои зборувавме на часот. Потоа речениците исечете ги и измешајте ги. (Пример: Работен лист 2)

Поделете ги учениците во неколку групи и на секоја група дајте ѝ по една вест во делчиња како што претходно сте ја исекле. Нивна задача ќе биде тие делчиња да ги спојат во вистинска вест, внимавајќи, по начелото на превртена пирамида, најважните информации да бидат први.

РАБОТЕН ЛИСТ 2

(Модул 4: Пишуваме вест)



Час 1

ПРИМЕР ЗА ВЕСТ

„Анатомија на падот“ освои четири Европски филмски награди

 линк

На триесет и шестото издание на Европските филмски награди се доделија статуетките за најдобрите европски филмски остварувања за оваа година, а вчеравечер на церемонијата во Берлин, главната награда ја однесе францускиот филм „Анатомија на падот“ на режисерот Жастин Трие.

Филмот ги однесе и наградите за најдобар режисер – Жастин Трие, најдобар сценарист – Ж. Трие и Артур Харари и најдобра актерка во главна улога – Сандра Хилер.

За време на својот говор, Хилер побара од публиката минута молк додека „замислуваат мир“, иако не прецизираше за кој конфликт.

Неконвенционалната мистерија на Трие се занимава со родителството и со товарот на одговорноста низ односите, раскажувајќи приказна за можно убиство на Алпите.

Данскиот актер Медс Микелсен ја освои Наградата за најдобар актер во главна улога како капетан во историската драма „Ветена земја“ во режија на Николај Арцел.

Оваа година во трка за главната награда беа три филма – „Анатомија на падот“, „Зона на интерес“ и „Лисја што паѓаат“.

Европските филмски награди, познати и како европски Оскари, целат да ги препознаат најдобрите филмови од последните 12 месеци на географската територија на Европа.

Сите победници и номинирани може да ги погледнете тука.



Час 2

Во новинарството вистината е мошне важна. Затоа секој новинар во својот текст треба да им понуди факти на читателите и на гледачите, а не лични мислења (личните мислења може да бидат дел само од колумна или од уреднички осврт). Ова особено се однесува на основниот жанр во новинарството, веста.

Што значи изнесувањето мислење, а што изнесувањето факт?

Мислењето е верување или гледиште. Може, но не мора да се заснова врз факти, и не треба да докажувате дали нечие мислење е точно или погрешно. На пример, според мене, Италија е најдобрата земја за одмор. Може да не се согласувате со мене, но не може да докажете дека тоа е погрешно.

Фактите, пак, може да се проверат и да се докаже дали изнесеното тврдење е точно или неточно. Притоа, треба да сте во можност да ја поткрепите вистинитоста или неточноста на тврдењето со докази. На пример, „Мачката е цицач“ и „Највисокиот планински врв во Северна Македонија е Голем Кораб со 2.753 метри“ се факти што може да се потврдат.

Имајте на ум дека исказите со факти може да бидат и неточни. На пример, „Германија има 5 милиони жители“ е изнесување погрешен факт, кој тврди нешто што можеме да го провериме и да откриеме дека е лажно. Тоа е претставено како факт, а не е мислење, но сепак е невистинито. За дезинформациите и мисинформациите ќе зборуваме на еден од следните часови.

Кога се презентира некој факт, исклучително е важно новинарите да ја запознаат публиката со тоа кој е изворот на тој факт.

АКТИВНОСТ 1

На еден од претходните часови ја имавме улогата на уредници и избиравме кои вести ќе ги објавиме први и на ударно место во нашиот медиум, а кои, како помалку важни, ќе бидат поместени подолу на страницата. Истиот Работен лист 1 ќе го искористиме и за оваа активност. Поделете ги учениците на неколку групи и на секоја група дајте ѝ по еден наслов од работниот лист. На почеток на активноста, групите треба да направат кратко истражување на интернет, а потоа да состават кратка вест, обидувајќи се да одговорат на шесте прашања и да го следат начелото на превртена пирамида.

Потоа, сите по ред ја читаат својата вест, а другите даваат фидбек дали целта е постигната.

A large, bold, blue number '3' is the central graphic element of the page. It is positioned on the right side, with its left edge overlapping the text.

Зошто е важно да се биде професионален?

Модул 5: Новинарски стандарди

Модул 6: Извори на информациите

Т е м а

Зошто е важно да се биде професионален?

На претходните часови многу зборувавме за тоа зошто е важно новинарството, која е улогата на новинарот и како изгледа работата на новинарот. Зборувавме зошто објавите на Тикток, на Инстаграм и на Фејсбук не можеме да ги вброиме меѓу новинарските текстови, како и кои основни начела новинарот треба да ги следи.

На следните часови ќе зборуваме што значи да се биде професионалец во оваа професија. Исто така, ќе видиме дека таблоидите, жолтиот печат и сензационалистичките текстови, иако сакаат да бидат дел од новинарството, едноставно поради непочитување на новинарските стандарди, не поминуваат на испитот за професионалност. Многу експерти сметаат дека таквиот тип новинарство, кој не се двоуми да користи сомнителни и недозволените средства како пропаганда, дезинформации, мамки за кликови, скриени реклами и сл., е најголемата причина за намалената доверба на граѓаните во новинарството. Затоа е многу важно да научиме да правиме разлика меѓу тоа што е професионално новинарство, а што шарлатанство и нечесен бизнис.

Честопати луѓето им веруваат на сториите доколку тие ги потврдуваат нивните лични ставови и верувања. Во тие случаи ретко размислуваат за веродостојноста на текстот и дали тој ги нуди сите страни во приказната. Наместо тоа, треба да се обидуваме да бараме алтернативни гледишта, да проверуваме повеќе извори и критички да ги анализираме информациите.

Ден Гилмор, професор на Факултетот за новинарство и комуникации „Волтер Кронкајт“ на Државниот универзитет во Аризона, ги истакнува современите начела за консумирањето на медиумите.

Петте начела може да се сумираат на следниов начин:





1	Бидете скептични;
2	Дајте им повеќе доверба на оние што го заслужиле тоа;
3	Отворете го умот;
4	Постојано поставувајте прашања;
5	Научете ги медиумските техники.

Гилмор вели дека за сè треба да бидеме скептични, но не и еднакво скептични за сè и за секого. Мора да им дадеме многу поголема доверба на оние што со својата професионалност ја заслужиле, наместо сите да ги ставаме во ист кош. Тврдењето дека сите се исти, лоши и непрофесионални, не води никаде, напротив само го зголемува проблемот. Затоа, најдете ги професионалните новинари и медиуми, следете ги нив, учете од нив за новинарството и за тоа како се работи и како се сака оваа професија!




Модул 5:

Новинарски стандарди



Ќе научиме:

	Кои се главните новинарски стандарди?
	Зошто е толку важна вистината за новинарството?
	Што значи непристрасност и балансираност ?
	Кој и како се грижи за новинарските стандарди во Македонија?


Потребни ресурси

	Компјутери (минимум 4)
	Интернет
	Хамери и фломастери

Подготовка на наставникот

	Да го отпечати или да го прикаже на проектор Кодексот на новинарите на Македонија
	Да ги подготви текстовите од Работниот лист 1

Реализација:

	2 училишни часа
---	-----------------



Час 1

Само неколку часови зборуваме за новинарството, а зборовите професионалност, вистина, непристрасност ги споменавме многупати. Но, што значат овие поими и зошто се тие важни? Што значи да се биде професионален новинар или новинарка?

Независно дали работат во онлајн медиум, на телевизија, радио или во печат, новинарите ги следат истите професионални стандарди. Тие не се премногу комплицирани, но не трпат компромиси.

Кои се основните професионални стандарди во новинарството?

Секој новинар или новинарка најпрвин треба секогаш да се стремат да дојдат до **вистината**, дури и тогаш кога вистината не е тоа што тој или таа верува дека е. Треба да се стремат да ги презентираат фактите **точно, непристрасно** и да понудат **баланс** на различни гледишта и аргументи.

Дискусија

Прашајте ги учениците што значат за нив следниве термини:

✓	Непристрасност
✓	Вистинитост
✓	Балансираност
✓	Независност

Зошто сметаат дека тие се важни во новинарството, но и општо во животот?

Вистинитост

Вистинитоста е основен концепт во новинарството. Што и да прават, каде и да работат, новинарите мора да се водат од оваа важна цел, да ја бараат и да ја прикажат вистината. За жал, не е секогаш толку едноставно, а работите во животот не се црни или бели. Некогаш вистината е некаде помеѓу или иако на почетокот изгледала дека е лево, по извесно време ќе ја најдеме десно. Како и да е, постојаното инсистирање на вистината, мора да е водилка во работата на една новинарка и новинар.

Точност

Се разбира дека сите грешиме понекогаш, па и новинарите не се исклучок. Некогаш ќе голтнеме некоја буква, некогаш ќе ја згрешиме годината. Но, новинарот мора да провери повеќепати, да ги сведе грешките на минимум, да не го погрешат името на соговорникот, да не промаши во сметањето, да не ги измеша датумите и информациите.

Непристрасност

Непристрасноста е многу важна во новинарската работа. Да се биде непристрасен новинар значи да се тргнат настрана сопствените предубедувања и да се обидеме нашите ставови и мислења да не влијаат врз професионалното завршување на новинарската задача. Тоа не е секогаш лесно, особено ако знаеме дека сите луѓе имаат изградени ставови, мислења за различни теми и предрасуди. Добар новинар не е оној што нема свои ставови, туку оној што ќе успее да ги остави настрана додека ги извршува новинарските задачи.

Терминот непристрасност некогаш се заменува и со поимот **објективност**, но се смета дека непристрасноста како категорија е посоодветна за динамиката на денешното новинарство.

Балансираност

Во новинарството многу се зборува за балансираноста, која исто така е важен аспект од новинарската професионалност. Балансираноста значи дека на публиката ќе ѝ се понудат различни гледишта, односно различни страни на приказната.

Се разбира, тука има еден поинаков проблем, кој се нарекува лажен баланс. Во некои ситуации не треба да понудиме ист простор за сите гледишта еднакво. Еден професор што ѝ го посветил животот на науката не треба да добие еднакво ист простор во емисијата со шарлатан што тврди дека гравитацијата не постои или дека Земјата е рамна плоча. Тоа во професионалното новинарство не е дозволено.

Активност 1

И на овој час ќе пишуваме вест. Но, најпрво, изберете четири доброволци што ќе прифатат да одиграат улоги во една замислена ситуација.

Во училиштето влегла лисица. Влезната врата била отворена и таа успеала некако да се протне внатре. Исплашена трчала низ ходниците, па дури, во обид да се спаси, изгребала една ученичка од 7-б одделение.

Ученик 1:

„Мене ми кажа мојот другар, било страшно. Лисицата трчала и нападнала неколку луѓе, мислам дека и некое девојче од шесто одделение, кое сега е во болница.“

<p>Ученик 2:</p>	<p>„Да, јас бев во училницата кога лисицата скокна и ја нападна Андреа од моето одделение. Беше некаде околу 11 часот. Андреа е добро, има само мала гребнатинка на раката. Сега е дома, но ако сакате, можам да ѝ се јавам за да ви потврди што се случило. Таа се смееше после, зашто лисицата ѝ е омилено животно и сите ранци и беџови ѝ се со лисица.“</p>
<p>Ученик 3:</p>	<p>„Мене ми е најдобар другар ученикот 1, а тој никогаш не лаже. Јас не бев во училиште, ама ако тој ви кажал како се случило, треба да му верувате.“</p>
<p>Ученик 4:</p>	<p>„Јас се викам Ана, ама ако може, не ми го пишувајте името. Јас бев дежурна тој ден и ја видов лисицата како влезе точно во 11:15, зашто тогаш погледнав на часовникот. Многу се исплашив, зашто прво тргна накај мене ама потоа продолжи накај скалите. Лисиците се многу страшни животни и треба да се усмртат ако се видат во град.“</p>

Сите други ученици се новинари. Тие треба да ги слушнат изјавите од учениците што ги играат улогите и да состават вест. Веста треба да одговори на шесте прашања, но и да ги почитува начелата на **вистинитост, точност, балансираност и непристрасност**.

Учениците може да работат и во парови (или групи), а потоа треба да ги презентираат своите вести. Наставникот/наставничката може да додаде и други детали во приказната ако мисли дека е соодветно.



Час 2

Во новинарството начелата и професионалните стандарди на работа не се уредени со закон, туку со етички кодекс, за чие почитување се грижат професионалните новинарски асоцијации и здруженија. Во Македонија тоа се *Здружението на новинари на Македонија (ЗНМ)* и *Совет за етика во медиумите на Македонија (СЕММ)*, додека за правата на новинарите се грижи *Самостојниот синдикат на новинари и медиумски работници (ССНМ)*.

Во рамките на *Совет за етика* функционира Комисија за жалби, до која сите граѓани може да поднесат претставка за новинарски текст или за прилог што според нив ги крши основните начела на новинарството. За да провери дали е тоа така, Комисијата го гледа Кодексот на новинари и одлучува дали некое од начелата е прекршено.



Ова е Мирче Адамчевски, долгогодишен новинар и уредник. Најголем дел од работниот век (1979–2004) го минал во весникот *Нова Македонија*, каде што во последните години бил и негов главен и одговорен уредник.

Во периодот од 1993 до 1999 година бил дописник од Москва. Бил претседател на Советот за радиодифузија (сегашна Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги), а денес е претседател на Комисијата за жалби при *Советот за етика во медиумите*.

Што содржи Кодексот за новинари?

Кодексот почнува со реченицата: „Слободата на медиумите е неприкосновено право“, нагласувајќи дека слободната работа на медиумите и на новинарите е најважното начело за кое нема компромис.

Втората реченица е поврзана со вистината за која веќе рековме дека е главното начело во работата на новинарите: „Основна задача на новинарите е да ја почитуваат вистината и правото на јавноста да биде информирана во согласност со член 16 од нашиот Устав.“ Кодексот потоа низ 17 различни членови ги дефинира начелата што секој новинар, кој се стреми да биде професионален, мора да ги почитува.



Целиот **Кодекс на новинарите** ќе го најдете на овој линк: <https://znm.org.mk/kodeks-na-novinarite-na-makedonija/>

Отпечатете го и закачете го во вашата училница. Ова се правилата што и вие, како млади новинари, ќе мора да ги почитувате во вашата работа.

Активност 1

Поделете ги учениците во три различни групи и поделете им по еден текст од Работниот лист 1. Текстовите се земени од Комисијата за жалби при Советот на етика и за секој текст постои основа за прекршување на Кодексот на новинари. Секоја група треба внимателно да ги прочита текстовите и да процени кои начела се прекршени, а потоа треба да ги презентира своите аргументи. При работата, учениците треба да се служат со Кодексот на новинари.

По презентацијата, наставникот може да ги подели или да ги прочита одлуките на Комисијата за жалби што ќе ги најдете во **Работниот лист 1**.

РАБОТЕН ЛИСТ 1

(Модул 5: Новинарски стандарди)



Час 2

Текст 1:

Директор на кумановска гимназија ги заклучил учениците за да не протестираат (ВИДЕО) – ЛИНК

 | [Одлука на Комисијата за жалби](#)

Текст 2:

Виртуозот Симон Трпчески го прекина концертот во Штип поради лошите услови во салата – немало греење и струја – ЛИНК

 | [Одлука на Комисијата за жалби](#)

Текст 3:

Милиони мигранти тргнуваат кон Македонија, Владата на СДСМ доброволно се пријави за прием на околу 150.000 – ЛИНК

 | [Одлука на Комисијата за жалби](#)

Модул 6:

Извори на информациите

Ќе научиме:



Што се извори и зошто се важни за новинарите



Како изгледа работата на терен



Подобро да пишуваме како новинари

Потребни ресурси



Компјутери (минимум 4)



Интернет



Хамери и фломастери

Подготовка на наставникот



Подготовка на сценаријата и на улогите

Реализација:



2 училишни часа



Час 1

Ако гледате вести, сте забележале дека постојано нешто се случува. Па, дури и во мало општество како нашето, постојано има некакви настани, информации за корупција, избори, несреќи, победи или порази. Новинарите сето тоа го следат, но се разбира не можат да бидат на самото место на сите тие настани. Затоа, потребни им се **извори**, од кои дознаваат што точно се случило, кој бил вмешан, каде, кога и како нешто се случило. Изворите може да бидат луѓе, но и соопштенија, писма, филмови итн.

Новинарите треба да користат релевантни извори, но, исто така, најважно е изворите да ја кажуваат вистината. Активноста од претходниот час ни беше одличен вовед во денешната тема.

Доколку се случи некоја автомобилска несреќа, се разбира дека прв извор ќе ни биде некој што бил вклучен. Тоа е **примарен извор**. Примарните извори се најважни за една вест, затоа што тие биле таму, го виделе или го доживеале тоа за што ние сакаме да известуваме. Се разбира, не значи дека тие секогаш ќе ја кажуваат вистината. Тие многу често ќе ја застапуваат својата страна од приказната, својот агол, ќе прескокнат работи што не им одат во прилог или ќе испуштат некои детали. Затоа е важно новинарот да ги има сите страни во приказната доколку е тоа можно.

Во случаи како сообраќајната незгода што ја споменавме, важно е да ги прашаме и **официјалните извори**, односно полицијата што дошла на настанот. Официјалните извори се незаобиколен дел и секогаш мора да ги консултираме. Ако правиме сторија за условите во нашето училиште, покрај учениците, мораме да земеме изјава и од директорката или директорот на училиштето, да добиеме официјален став од институцијата.

Соопштението или извештајот од несреќата што го објавува полицијата, исто така, е важен извор за приказната, но тоа е **секундарен извор**. Се разбира дека ќе користиме информации од извештајот, особено поради тоа што доаѓаат од официјален извор, но ако сакаме да ја завршиме работата како што треба, ни требаат примарните извори, оние што биле на самото место.

АКТИВНОСТ 1

Слично како и на претходниот час, повторно ќе пишуваме вест, а за тоа ќе избереме неколку ученици да одиграат улога за еден измислен настан.

Изберете неколку доброволци што сакаат да одиграат различни улоги на една измислена случка. Тргнете ги настрана, раскажете им ја приказната и објаснете им ја нивната улога.

▶	<i>Во училиштето имало тепачка. Едно од децата е повредено, но токму тоа е детето што го предизвикало проблемот, постојано задевајќи го другото дете. Неколку ученици имаат улога на сведоци, кои гледале што се случило. Еден од сведоците е пријател со повреденото дете, па ќе го брани него и ќе прикрие некои од деталите.</i>
▶	<i>Тука е и улогата на директорката и на професорот по географија, кои не биле тука кога се случила тепачката, ама веднаш пристигнале.</i>

Сите други што немаат улога во настанот се новинари. Некои се ТВ-новинари и треба да направат прилог снимајќи со телефон, а другите работат во весник. Тие не знаат ништо, освен дека добиле информација за некаква тепачка. Треба да дознаат што повеќе од своите извори и да состават една кратка вест.

Предочете им на учениците да внимаваат веста да одговори на главните шест прашања и да ги следи сите насоки на пишување вест. Потоа, откако ќе ја презентираат својата вест, учениците ќе треба и да образложат зошто ги користеле тие извори, кои извори сметаат дека се примарни, кои секундарни, а кои официјални.



Час 2

На овој час ќе видиме како изгледа работата на еден репортер. Новинарството не се случува во канцеларија, туку на терен, меѓу луѓето. Репортерите поголемиот ден од денот го поминуваат надвор од канцеларија, одат по настани, зборуваат со луѓето и се обидуваат да дознаат што повеќе за случувањата во нашата средина. Контактите се исклучително значајни за новинарите, на тој начин тие доаѓаат до информации што ќе ги донесат до некое важно откритие, ќе дознаат за некоја случка или за нешто што малкумина го знаат, а е важно да се пренесе.

Како изгледа новинарската работа на терен?



Ова е Кристијан Аманпур, британско-иранска новинарка, која во моментот работи како главен водител во делот на надворешна политика на американската телевизија *Си-ен-ен*.

Аманпур стана позната како репортерка и известувачка од многу воени конфликти, како окупацијата на Кувајт во 1990 година, конфликтот во Персискиот Залив, воените конфликти во Босна и Херцеговина, Руанда, Сомалија, Авганистан итн.




АКТИВНОСТ 1

Време е за првата задача на терен. Поделете ги учениците во парови. Секој пар треба да излезе надвор од училницата и да направи анкета. Анкетата овој пат ја правиме меѓу соучениците и наставниците.

Заедно со учениците изберете една од темите за анкета. Се разбира, може да смислите ваша тема што мислите дека е важна, интересна или можеби поактуелна во овој момент. Прашањата се дадени само како предлог и слободно можете да ги менувате.




Тема 1:

Дедо Мраз

	Дали верувате во Дедо Мраз?
	Што би сакале да ви донесе оваа година?
	Дали сметате дека бевте добри и дека ќе добиете подарок?




Тема 2:

Што би промениле ако сте директор?

	Што најмногу ви се допаѓа во училиштето?
	Што најмногу ви пречи?
	Што би промениле ако сте директор?

Тема 3:

Униформи во училиштето

	Дали сметате дека треба да се воведат униформи во училиштето?
	Зошто?
	Дали ако има униформи, и наставниците треба да ги носат?

Кажете им на младите новинари дека на почетокот од анкетата треба да објаснат дека се во новинарската секција и дека е ова еден од текстовите на кои работат!

По направената анкета, секој пар треба да седне пред компјутерот и да ги сумира одговорите. Треба да напишат текст со заклучоците, што мислат повеќето од анкетираниите, но и да ги издвојат и да ги цитираат најдобрите, најинтересните и најдуховитите одговори.

Анкетите потоа може да ги објавите во медиумот што ќе почнете да го подготвувате и да го издавате.



Училиштен медиум

Модул 7: Новинарска редакција

Модул 8: Креираме содржини за нашиот медиум

Т е м а

Училиштен медиум

На претходните часови видовме зошто е важно новинарството, какви типови медиуми постојат и кои се најчестите жанрови што новинарите ги користат при својата работа. Сега е веќе време да го избереме нашиот медиум и да се фатиме за работа.

Но првин, неколку зборови за тоа зошто е важен училишниот медиум. Да се биде дел од еден медиум уште на училиште е одличен начин за секого да ги подобри сопствените вештини на пишување. Меѓутоа, учеството во новинарската секција или работата во училиштен весник се важни и за други работи. На пример, ова е одлична можност да ги зголемите вашите конекции, вашата мрежа на познајници, да ги подобрите вашите социјални и комуникациски вештини, презентацијата, говорењето во јавност итн. Исто така, еден од најважните чекори во медиумското описменување е кога лично учествувате во процесот на креирање содржини. На тој начин учите како точно изгледа процесот на создавање медиумски и новинарски содржини, учите за техниките и за правилата, но и за професионалните и за етичките стандарди на новинарството. Ваквото искуство многу ќе ви помогне во иднина да направите вистинска процена помеѓу тоа што е професионално новинарство засновано на факти, а што е пропаганда, дезинформации, таблоидно или непрофесионално новинарство.

Сега, да се вратиме на нашиот медиум. Ајде за почеток да одлучиме каков медиум сакаме да создадеме. Дали сакаме да правиме онлајн страница, на која редовно ќе објавуваме информации поврзани со училишниот живот, или можеби списание во кое ќе објавуваме интервјуа, приказни и информации за сè што е од интерес на учениците. Можеби сакаме да имаме само Фејсбук или Инстаграм-страница на која ќе одат нашите новинарски прилози или Јутјуб-канал на кој ќе објавуваме училишни видеостории или вести.

Во зависност од типот на медиум што ќе го избереме, ќе треба да ги приспособиме и видовите медиумски содржини што ќе ги продуцираме и ќе ги објавуваме. Ние тука ќе ви понудиме неколку идеи за различни типови медиуми, но и ќе ве мотивираме самите да истражите и да развиете различни активности, идеи за теми и новинарски приказни.

Откако ќе одлучите каков медиум ќе креирате, време е да се состави редакцијата. Посетата на ТВ-редакција на еден од првите часови, беше замислена да ви даде идеја како изгледа една професионална новинарска средина, но истовремено и да ви даде идеја како ќе треба да ја организирате вашата редакција. За почеток ќе треба да ги поделите улогите, да се договорите за начинот и за обемот на работа, колку често ќе пишувате и какви теми ќе покривате.

Да почнеме од почеток.

Модул 7:

Нашата редакција

Ќе научиме:



Да создадеме училишна редакција по примерот на професионалните новинарски редакции



Да ја одбереме нашата публика



Да дознаеме што сака нашата публика и какви информации се во нејзин интерес



Да направиме концепт за функционирање на училишниот медиум

Потребни ресурси



Хамери и фломастери

Подготовка на наставникот



Да го организира изборот на редакција и поделбата на улогите



Да ја подготви активноста „Персони“

Реализација:



2 училишни часа



Час 1

Претпоставуваме дека веќе се договоривте за типот медиум што ќе го отворите. Се разбира, тоа ќе зависи од реалните можности на училиштето и на училишната редакција.

На ред е да ги поделиме улогите. Секоја редакција треба да има **уредничка или уредник**, некој што ќе биде одговорен за тоа што ќе се објавува, ќе биде мотиватор на целиот тим, ќе ја контролира работата и ќе биде лидер на тимот.

Главниот уредник/уредничка ќе треба да има заменик или заменичка. Оваа ученичка или ученик нема само да биде замена за главната уредничка или уредник кога таа или тој нема да бидат тука, туку и ќе помага во уредувањето на вестите и на сториите како и во целиот преостанат процес поврзан со организирање на медиумот.

Најважен дел за еден училиштен медиум се новинарите. Тие се главни во медиумот и нивните стории и прилози ќе бидат клучни за да биде медиумот успешен и популарен.

Во зависност од типот медиум, најверојатно ќе ви биде потребен фотограф, веб-уредник, некој што ќе ги става и ќе ги реди сториите на социјалните мрежи и сл.

Активност 1

Најпрвин изберете главен уредник или уредничка и негов/нејзин заменик или заменичка. Можеби тоа е најдобро да го направите со гласања за неколку кандидати што сами се пријавиле или кои соучениците ги предложиле. Сепак, потрудете се учениците да го аргументираат својот избор и зошто мислат дека нивната другарка или другар ќе бидат добри за таа позиција.

Потоа на табла обидете се да ги наведете сите позиции што би требало да ги има вашиот медиум. Новинарските позиции можете и да ги поделите во области: образование, актуелности, спорт, забава итн.

На крај ставете ги другите позиции што се неопходни, како на пример фотограф, уредник на социјални мрежи и сл.

Сега, дајте им можност на учениците самите да го стават своето име на таблата до позицијата што мислат дека најдобро им одговара. Дозволете некој да го стави своето име и на повеќе места, како, на пример, фотограф и новинар. На крај, заедно со новиот уредник/уредничка поделете ги улогите.

Честитки, имате редакција. Сега е време за работа.

Откако ги поделивте улогите, можеби е време за првиот колегиум. Договорете колку често ќе објавувате, кога ќе се среќавате, какви жанрови мислите дека треба да доминираат во вашиот медиум. Можеби е време да ги одредите и првите теми на кои ќе работите и да ги доделите задачите.

Исто така е важно да ги опишете и должностите и очекувањата од секоја од позициите во редакцијата:

?	Кои се одговорностите и што треба да работи главниот уредник/уредничка, а што замениците?
?	Кои се одговорностите и задолженијата на новинарите, на фотографот, на одговорниот за социјални мрежи итн.?

Гимназијата „Орце Николов“, на пример, има интересен медиум на Инстаграм (<https://www.instagram.com/orcetalks/>) на кој се објавуваат некои од организираниите активности или настани што следуваат. Сличен медиум, само во поинаков дизајн, е училишниот весник *КИМ* (<https://online.fliphtml5.com/qffug/keyg/#p=1>).

Разгледајте ги како пример. Можеби вашата идеја е сосема поинаква, и тоа е сосема очекувано. Уживајте во новинарските предизвици.



Час 2

Откако веќе го избравме типот медиум, ја организиравме редакцијата и ги поделивме улогите, време е да почнеме со работа. Но, пред да почнеме да создаваме вести, треба да завршиме уште еден мал, но важен детаљ. Да ја определиме нашата публика, да видиме за кого ќе правиме вести и медиумски содржини, и што е најважно, да дознаеме што сака да гледа и да чита таа публика.

Секоја емисија, прилог, текст, има своја специфична публика и треба да ги задоволи очекувањата на тие гледачи и читатели. Доколку вашата публика се пензионерите, а вие имате рубрика за аспектите на образованието, не надевајте се на преголема популарност.

Вашата главна публика се учениците од вашето училиште, иако сигурно ќе ве следат и наставниците, родителите, учениците од другите училишта итн.

Како да дознаеме што сака нашата публика и кои се нејзините интереси?

Активност 1

За да го дознаеме тоа, ќе направиме една мала активност што ја нарековме „Персони“.

Членовите на редакцијата на училишниот весник поделете ги во неколку групи. Секоја група ќе треба да го подготви профилот на својата „персона“. Иако смеат да бидат инспирирани од некои од своите сокласници, „персоните“ што ги подготвуваме не смеат да бидат вистински личности. Тие претставуваат архетип (пример) на еден специфичен претставник на училиштето.

Учениците треба да ја нацртаат својата „персона“, да ѝ дадат име, години и да ги претпостават следниве работи:

✓	Кои се нејзините или неговите интереси?
✓	На кои медиуми и социјални мрежи ги добива своите информации?
✓	Кое е нејзиното/неговото хоби?
✓	Кои теми ги следи?
✓	Кои теми ги игнорира?
✓	Зошто би го следел нашиот медиум?

Еве пример како треба да изгледа тоа:



Ова е Марко. Тој има 14 години.

Неговите интереси се математика и физика. Марко учествуваше на државниот натпревар по физика и го освои третото место.

Марко има профил на Инстаграм, но најмногу време поминува на Јутјуб.

Негово хоби е играњето видеоигри. Тој најмногу игра Дота мрежно со своите другари од одделението.

Следи интересни видеа за пронајдоци, а не сака фудбал.

Би го следел списанието доколку понуди интересни научни теми и компјутерски совети и ако организира турнири за гејмери од училиштето и ги објавува резултатите.

Ова е само пример на еден замислен, но можен лик од вашето училиште. По овој урнек, учениците нека направат пет-шест различни „персони“, кои понатаму ќе ни послужат да ги дефинираме темите што ќе ги покриваме.

Потоа, хамерите на кои сте ги претставиле вашите „персони“, залепете ги во училницата. Тие се важни за да ве потсетуваат која е вашата публика и за кого пишувате. Па затоа, одвреме-навреме, кога правите некој новинарски текст или прилог, погледнувајте во вашите „персони“ закачени на ѕидот од училницата.

Модул 8:

Креираме содржини за нашиот медиум

Ќе научиме:



Што ни е потребно за да направиме добра фотографија



Убаво да фотографираме



Да користиме бесплатни онлајн алатки за монтирање и за уредување фотографии и видеа, алатки за правење постери и објави за социјални мрежи

Потребни ресурси



Компјутери (минимум 4)



Интернет



Добро би било доколку имате еден фотоапарат

Подготовка на наставникот



Да најде дополнителни прирачници и совети за фотографирање

Реализација:



2 училишни часа



Час 2

Сè што досега правевме, беше поврзано со новинарските жанрови, со текстот и со пишувањето. Но, во новинарството, особено во денешниот дигитален свет, еднакво е важна и визуализацијата. Да употребиме една често употребувана флоскула – „сликата кажува 1.000 зборови“.

Со појавата на новите паметни телефони и интегрираните суперкамери во нив, сите станавме повешти во фотографирањето и правиме по десетина, а понекогаш и по стотина фотографии дневно. Но, како да бидеме подобри фотографии и да ги направиме нашите новинарски прилози уште поинтересни?

Доколку во училиштето има клуб за фотографија, можеби сега е вистинско време нашите млади новинари да ги поврзат новинарството и техниките на фотографирање. Исто така, на интернет постојат многу веб-страници и прирачници што може да понудат корисни совети. Можете да се обратите до некој фотограф/фоторепортер или, пак, до медиумските организации за да организирате негова посета и предавање во рамките на новинарската секција.

На крајот, кажете им на учениците дека фотографирањето се учи само низ практика и со постојано вежбање. Еве неколку полезни совети што ќе им помогнат да ги подобрат своите фотографски вештини:

1

Светло

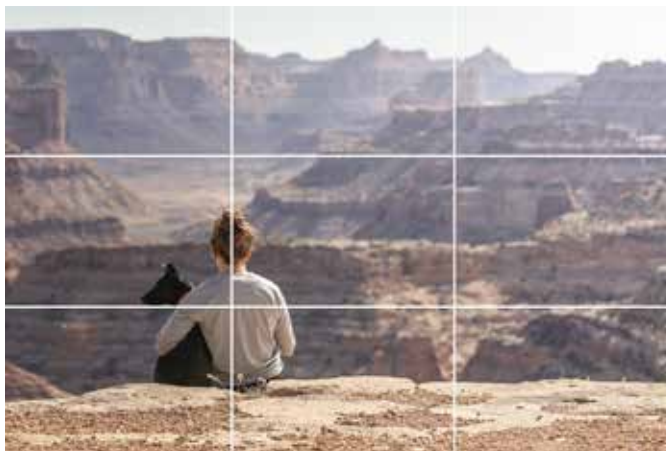
Една од најважните работи во фотографирањето е светлото. За да добиете убава фотографија, кадарот треба да биде правилно осветлен. Квалитетот, но и количината на светлина (не премалку, но не и премногу) се многу важни. Затоа, имајте предвид дека најдобро време за фотографирање е наутро и приквечер, кога сонцето не е прејак. Внимавајте сонцето да не ви удира директно во камерата, иако добрите фотографии имаат решение и за такви проблеми, а новите камери имаат додатоци што помагаат во такви случаи.

2

Кадар и композиција

Има неколку правила за композиција, но најважно е правилото на третини. Таа поделеност на екранот на 9 еднакви коцки е многу важна поради неколку работи:

▶	Објектите што ги сликате ќе бидат рамни, а не искривени.
▶	Ќе ги распределите објектите што треба да бидат на сликата еднакво во просторот.
▶	Иако има фотографии чиј фокус е во центарот, сепак најчесто правило е фокусот да биде на еден од пресеците или главниот објект да се смести во левата или во десната третина од фотографијата. ¹⁰



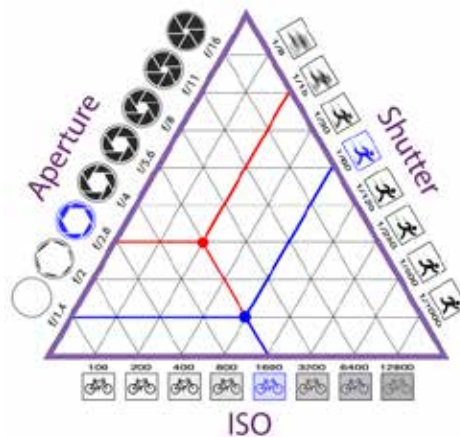
¹⁰ Фотографија на Матиц Броз, долгогодишен фотограф и уредник на фотографија. <https://photutorial.com/rule-of-thirds/>

Веќе зборуваме со малку посложен речник што се користи во фотографијата. За секој фотограф, без разлика дали е професионалец или аматерски се занимава со фотографирање, многу е важна експозицијата, односно нешто што се нарекува ИСО, потоа отворот на блендата и на крај брзината на затвораот. Од овие три работи зависи осветлувањето, острината и длабочината на фотографијата.

ИСО (ISO) е чувствителноста на сензорот што препознава одредено количество светлина, а од тоа ќе зависи дали фотографијата ќе биде чиста. Повисок број значи повеќе светлина и појасна фотографија, но и поголема сензитивност, па раката мора да ви биде мирна.

Отворот на блендата (Aperture/F број) е големината на отворот на блендата. Тоа одредува колку светлина ќе влезе, и од тоа зависи длабочината на сликата и што ќе биде во фокусот. На пример, ако сакате заднината да биде заматена, а објектот во фокусот јасен, ќе користите поголем отвор на блендата.

Брзина на затвораот (Shutter speed) е брзината со која се затвора блендата, односно колку време блендата останува отворена и колку светлина пропушта. На пример, ако фотографирате спорт и луѓе што се движат или трчаат, затворањето ќе биде многу побрзо.



11

11 Извор: <https://www.animotica.com/blog/understanding-iso-shutter-speed-and-aperture/>

Сите овие три работи, важни за експозицијата на фотографијата, се многу поврзани меѓу себе и треба убаво да се научат и да се извежбаат.

Затоа, главен совет за учениците е да прават што повеќе фотографии, да вежбаат, да прашуваат и да дискутираат за фотографиите што ги прават. Само со многу фотографирање се станува добар фотограф.

Важен совет!

Ако фотографирате луѓе, морате секогаш да ги прашате за усно, а често и за писмено одобрување, особено ако сакате да ги објавите фотографиите, па макар да е и на вашиот профил на Инстаграм.

Активност 1

Поделете ги учениците во парови. Би било добро секој пар да има барем по еден телефон со солидна камера. Определете неколку теми на кои паровите може да работат, на пример: исхраната на учениците во училиштето, одржување хигиена во училиштето, спортот во училиштето и сл.

Секој пар може да одбере своја тема (темите може и да се повторуваат) и во следните денови да се обиде да направи убави фотографии што ќе раскажат приказна или една **фотосторија**. Од сите фотографии што ќе бидат направени, ќе се одберат пет-шест, кои преку една почетна или воведна фотографија, централни фотографии и крајна (заклучок) фотографија ќе ја раскажат темата што имале за задача да ја сработат. Паровите треба да подготват Пауерпоинт презентации за следниот час на новинарскиот клуб, а сите други да дадат фидбек. Ќе биде интересно да се видат фотосториите на различни тимови, на една иста тема. Ќе забележите дека тие се поинакви, различни, иако темата е иста. Тоа е затоа што различни луѓе ги гледаат работите различно и поинаку ја претставуваат стварноста, но за тоа ќе зборуваме малку повеќе во последната тема.



Час 2

Работата во Новинарскиот клуб ќе вклучува пишување, фотографирање, правење видеа и дизајнирање на медиумските стории. Сега ќе ви понудиме неколку програми, кои ќе ја олеснат вашата работа и работата на учениците, а воедно, содржината ќе ја направат поубава и попривлечна за публиката.

Канва (Canva) – Canva.com

Канва е бесплатна алатка за графички дизајн што може да ја користите онлајн. Со оваа алатка може да дизајнирате постери, покани, брошури, објави за социјалните медиуми, презентации и сл. Многу е лесна за користење и нуди веќе готови урнеци што може да ги користите.

Ин-шот (InShot App)

Ова е многу едноставна алатка за монтирање видеа, која нуди интересни опции, но едноставни за користење. Освен монтирањето на кадрите од вашето видео, може да додадете звук и музика, дополнителен текст, титл, слики, да менувате бои итн. Ќе ја најдете во продавницата за апликации за вашиот андроид или ајфон, инсталирајте ја и почнете да ја користите за вашите видеа.

Анимото (Animoto) – animoto.com

Анимото е алатка за изработување видеа што може да ги поставите на социјалните мрежи. Многу е лесна за користење, има голем број мелодии што може да ги користите и неколку интересни опции.

Роушортс (Rawshorts) – rawshorts.com

Роушортс е одлична алатка што може да се користи за изработка на едукативни видеоматеријали. Соодветен за наставници, ученици, но и за новинари чија цел е да претстават една сложена приказна на илустративен и интересен начин. Има интересна опција што создава илузија на стоп-анимација.

Обидете се да најдете уште некои слични алатки што ќе ви помогнат во активностите. Внимавајте да бидат бесплатни, но и безбедни за користење.

Активност 1

Повторно поделете ја редакцијата на тимови и на секој тим доделете му задача да направи видеоприлог. Прилогот треба да содржи воведни кадри, две изјави од извори и завршни кадри. Учениците треба да го монтираат користејќи некои од алатките што ги споменавме денес. Монтираните видеа презентирајте ги на крај на часот и дискутирајте за тоа што е добро, а што треба да се подобри.

Да се биде новинарка или новинар во новите медиуми

Модул 9: Создаваме мултимедијални содржини за онлајн медиуми

Модул 10: Како да ги користиме социјалните мрежи за позитивни вредности

Т е м а

Да се биде новинарка или новинар во новите медиуми

До пред само две децении, критериумите за селекција на вестите зависеа од уредниците на вести и од новинарите. Како што видовме за време на нашата посета на ТВ-редакција, тие начела на работа не се многу променети ни денес. Сè уште во традиционалните медиуми (весниците, телевизијата и радиото), па и во онлајн порталите, уредниците, заедно со новинарите, се тие што одлучуваат кои информации ќе се објават или ќе се емитуваат од големата палета потенцијални вести. Научивме дека тие ги избираат содржините што се најрелевантни врз основа на критериумите како релевантност, близина на настанот, да биде од јавен интерес, да биде невообичаен, но пред сè да биде нов (затоа и се нарекува **news*).

Иако работите во традиционалните медиуми не се изменети многу, интернетот и социјалните платформи предизвикаа големи промени во начинот на кој информациите доаѓаат до нас. На социјалните платформи улогата на уредници ја преземаа алгоритмите. Тие ги следат нашите активности, ги препознаваат нашите афинитети и навика, како, на пример, каква музика сакаме да слушаме или за кој фудбалски клуб навиваме, и на тој начин ги селектираат информациите скроени за нас.

На следните четири часа ќе видиме што значи да се биде новинар во еден онлајн медиум и кои работи се важни во онлајн новинарството.

Модул 9:

Создаваме мултимедијални содржини за онлајн медиуми

Ќе научиме:



Како се разликуваат онлајн медиумите од другите медиуми



Кои се најдобрите начини за објавување онлајн



Како да пишуваме за онлајн медиуми

Потребни ресурси



Компјутерии



Интернет

Подготовка на наставникот



Подготовка на темите за активностите

Реализација:



2 училишни часа



Час 1

Иако содржи различни елементи што ги среќаваме во печатеното новинарство, во ТВ и радио новинарството, сепак онлајн новинарството е посебен тип и се разликува од сите претходни. Тоа значи дека ако пишуваме на нашиот онлајн медиум на ист начин како што пишуваме за во весник, на пример, работите ги правиме погрешно. Пол Бредшоу во својот Прирачник за онлајн новинарство¹² ги дава карактеристиките за овој тип новинарство:

Мултимедијалност:

Сториите не се лимитирани на еден тип медиум. Може да објавите само текст, или само видео, или само аудиопоткаст, или сè заедно во една сторија.

Мултиплатформи:

Треба да сме свесни дека тоа што ќе биде објавено, некој ќе го гледа на лаптоп, некој на телефон, некој на таблет, а некој на телевизор.

Интерактивност:

Публиката може да става свои стории, коментари, да каже мислење и сл..

Хиперлинкови:

Даваат можност да споделите многу други содржини во вашата содржина, но и обратно, некој друг да ја сподели вашата содржина.

12 Bradshaw, Paul. The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age. 3d ed: Routledge, London, 2023.

Нелинеарно раскажување:

Односно публиката одлучува колку, кога и како ќе прочита или ќе види од тоа што сте го споделиле.

Објавување во реално време:

Брзината со која може нешто да објавите онлајн, речиси веднаш по настанот, не може да се спореди со ниеден друг тип медиум.

Мерливост:

Интернет-медиумите даваат и можност многу лесно да се измери колку луѓе ја виделе објавата, колку го изгледале видеото или го прочитале текстот.

Поголема автономија:

За разлика од другите типови медиуми, каде што новинарската содржина поминува низ еден сложен процес на контрола од уредништвото, тука го немаме тоа. Поради брзината, а особено ако станува збор за социјалните мрежи, содржините не одат кај уредниците, туку директно се објавуваат. Тоа овозможува поголема брзина и автономија, но, од друга страна, отвора многу можности за грешка и за злоупотреба.

Вашите ученици ѝ припаѓаат на генерацијата што доминантен дел од времето го поминува онлајн и вестите ги добива од онлајн медиуми или од социјални мрежи. Ним овој тип новинарство им е поблизок, па сигурно и самите веќе имаат претстава како треба да изгледаат нивните онлајн новинарски производи.

Сепак, еве неколку совети, на кои треба да се внимава:

1	Правилото да се кажат најважните работи уште во првиот параграф, важат и во онлајн новинарството, можеби и повеќе отколку во другите типови новинарство.
2	Во новинарството е важно да се нагласи изворот на информацијата, но во онлајн новинарството имате можност и да го линкувате. Не заборавајте да го линкувате вашиот извор секогаш кога е тоа можно.
3	Кога линкувате, не ставајте го целото УРЛ, туку правете го тоа со хиперлинк поврзан со насловот (на пример, Извештај, при што во насловот е интегриран самиот линк).
4	Параграфите треба да се кратки. Почнете со нов параграф секогаш кога почнувате нова поента.
5	Насловите треба да бидат конкретни и јасни, не општи. Во насловот треба да се содржат сите клучни зборови од текстот, што ќе помогне текстот да стигне до поголема публика.
6	Делете го текстот со поднаслови.
7	Вклучете во текстот видеа од Јутјуб, објави од Инстаграм и Тикток и сл.
8	Текстот треба да заврши со некаков повик за акција и со ангажман од публиката.

Активност 1

Поделете ги учениците во неколку различни групи од тројца или од четворица. Секоја група има задача да направи онлајн новинарска сторија.

Темата треба да е поврзана со онлајн безбедноста и учениците треба да направат истражување, кратка анкета меѓу соучениците и да земат изјава од релевантен извор (на пример, училишниот психолог).

Меѓу темите што може да ги изберат се сајбербулинг, последици од премногу време поминато пред екран, безбедност на личните податоци, како влијаат алгоритмите на нашето информирање, онлајн дезинформации и сл.

Во сторијата, младите новинари треба:

✓	да ја информираат и да ја едуцираат публиката за темата/проблемот;
✓	да објаснат зошто е важна оваа тема;
✓	да понудат неколку идеи и чекори што може да се направи во врска со тоа.

Приказните треба да бидат мултимедијални, односно да содржат видео, фотографии, текст, инфографици и сл.



Час 2

На претходните часови многу зборувавме за етичките начела во новинарството. Зборувавме за професионалните организации што ги промовираат овие начела и треба да осигураат нивно почитување, а го читавме и Етичкиот кодекс на новинарите на Македонија. Но, кога зборуваме за онлајн новинарството, мора да го споменеме и проблемот на плагијат.

За жал, денес многу медиуми воопшто не се срамаат да крадат содржини од своите колеги. Тоа обично се прави од странски сајтови (претежно српски) од каде што се преведуваат различни содржини и многу често не се ни наведува оригиналниот извор. Сепак, не е реткост медиумите да преземаат и од своите колеги од другите медиуми во Македонија.

Тоа што е многу честа практика кај нас е да се преземаат фотографии од интернет, без воопшто да се помисли дека тие фотографии имаат свој автор и заштитени права за користење. Кога ќе најдете некоја фотографија на интернет, прво проверете дали авторот дал дозвола да се користи (преку платформата Creative Commons). Но, и кога постои таква дозвола, обично авторот бара да се спомне неговото/нејзиното име.

Кога ви се потребни фотографии или илустрации, побарајте ги на страниците што нудат такви фотографии бесплатно. Една таква страница е Freepic.com.

Активност 1

Тема за оваа недела е етиката. Уредникот прави три тима од новинари и фотографи што ќе работат на мултимедијални стории за етичките предизвици во училиштето. Колку препишуваме на тестовите и како? Дали лажеме со домашните задачи? Дали лажеме кога се правдаме за отсутвата? Дали сме искрени дома за тоа што се случува на училиште? Ова се само некои од поттемите на кои може да се работи.

Тимот треба да донесе сторија со фотографии и видеа. Сите фотографии треба да бидат правилно потпишани, да се прашаат сите ученици и наставници дали се согласуваат нивната фотографија да биде објавена итн.

Исто така, доколку се користат фотографии од интернет, мора да се внимава дали се дозволени за користење, и ако да, на кој начин тоа треба да биде означено.

Модул 10:

Како да ги користиме социјалните мрежи за позитивни вредности

Ќе научиме:



Како училишниот медиум да стане место за промоција на позитивните вредности



Кои теми се важни за нашиот училиштен медиум



Кои се инфлуенсерите што промовираат позитивни вредности и зошто е важно да ги следиме нив

Потребни ресурси



Компјутери



Интернет

Подготовка на наставникот



Да ги подготви видеата за презентација

Реализација:



2 училишни часа



Час 1

Темите што ни се важни и за кои сметаме дека треба да зборуваме и да го подигнеме интересот кај јавноста, треба да бидат дел од нашите текстови и прилози на кои ќе работиме.

Училишниот медиум треба да биде место за екологија, како до подобра животна средина, како да се промовираат здравите навики и вредности какви што се спортоот, здравата исхрана, борбата за чиста средина и чист воздух.

Погледнете еден пример од ученикот Марко Балоски, кој во своето видео „Ехо“ за Еко ја промовира здравата средина: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=MsKr2-680il>

Заедно со учениците изгледајте го видеото и отворете дискусија за работите што им се допаднале и за работите што би ги подобриле.

Потоа, преку бура идеи, младите новинари нека предложат по неколку различни теми на кои може да работат во наредниот период. Овие теми треба да отворат некои важни прашања и да послужат за подигнување на интересот за екологијата, животот онлајн, правата на учениците и сл. Секоја тема би можела да биде тема на бројот на училишниот медиум (особено ако редакцијата одлучила да работи на списание).

Активност 1

Заедно со учениците изберете една тема од предложените преку бурата идеи. Ова нека биде темата на која ќе работи целата редакција. Новинарите нека се поделат во тимови за да работат на различни приказни поврзани со темата.

На пример, доколку редакцијата избере да работи на темата видеоигри, еден тим може да направи интервју со ученик што е познат гејмер во училиштето, друг тим може да направи сторија за историјатот на видеоигрите, а третиот тим може да зборува со психолог на тема кои се последиците од прекумерното играње (физички и психички).

Уредникот/уредничката треба да ги доделат задачите, да ја надгледуваат работата и да ги уредат и да ги поправат текстовите на крајот од процесот. Фотографот или снимателот треба да направат фотографии/снимки за сториите.



Час 2

Инфлуенсери¹³

Инфлуенсери или личности што влијаат врз јавното мислење, воопшто не се нешто ново. Дали сте чуле за Роза Паркс, принцезата Дајана, за „Битлси“ или Мајкл Џордан? Сите тие на извесен начин влијаеле врз начинот на кој луѓето се облекувале, се однесувале, го граделе мислењето или сопствените ставови на разни теми. Денес, со појавата на социјалните мрежи, инфлуенсерите се преселија во онлајн светот, на Тикток, Инстаграм, Јутјуб, Фејсбук и на други социјални платформи. Користејќи ги можностите на новите технологии, тие успеаја да создадат армија следбеници што постојано ги чита нивните блогови, ги гледа нивните видеа и ги купува производите што тие ги рекламираат.

¹³ Инфлуенсер доаѓа од англискиот јазик и означува човек или група што има некакво влијание во јавноста.

Дискусија

Прашајте ги учениците кои инфлуенсери ги следат и зошто.

▶	Кои позитивни вредности ги промовираат тие инфлуенсери?
▶	Дали можеби промовираат и негативни?
▶	Дали сметаат дека инфлуенсерите го прикажуваат светот околу нив на реален начин?

Инфлуенсерите се разликуваат по бројот на следбеници што го имаат на социјалните мрежи, но и по темите што ги следат. Па, така, разликуваме инфлуенсери што патуваат и објавуваат репортажи, инфлуенсери што објавуваат видеа за модата, кои играат видеоигри, објавуваат за фудбал итн. Сите тие поминуваат часови за да направат совршена фотографија или за да снимат добро видео, покажувајќи го својот живот како гламурозен и посебен.

За да стекнат популарност, има случаи кога инфлуенсерите прават непромислени и опасни работи. Понекогаш, нивните несолени шеги имаат и фатален крај.

Се разбира, има инфлуенсери од кои можеме многу да научиме, да слушнеме интересни работи и кои промовираат позитивни вредности. На овој курс, тие се на нашиот радар.

Погледнете ги видеата на таткото, кој ни објаснува како можете да направите различни работи: Тато, како да...? (*Dad how do I?*¹⁴). Овој инфлуенсер стекна голема популарност и прегледи, и дефинитивно е некој од кого може да научите многу корисни работи.

14 Извор: <https://www.youtube.com/@Dadhowdol/videos>



Ова е студентката Теона Сима, која со својот уникатен и забавен пристап, успеа за многу кратко време да дојде до повеќе од 750.000 следачи на Инстаграм. Нејзиниот профил Language Blondie (<https://www.instagram.com/thelanguageblondie/>) го промовира учењето светски јазици на еден забавен и интерактивен начин.

Кои други инфлуенсери познавате, кои промовираат позитивни вредности и едуцираат?

АКТИВНОСТ 1

Поделете ги учениците во неколку групи. Нивна задача ќе биде да пронајдат домашни инфлуенсери што промовираат позитивни вредности и добри навики, и да направат интервју со нив. Овие интервјуа потоа ќе бидат објавени во училишниот медиум.

Прашајте ги прашања што се во интерес на вашата публика. Важни прашања се:

▶	Кои позитивни вредности ви се важни и на кој начин ги ширите?
▶	Како вие се справувате со дезинформациите и на кој начин ги проверувате информациите пред да ги објавите?

Прашајте ги дали може да објавите нивна фотографија и побарајте тие да ви пратат.

Да се биде медиумски писмен во дигиталното време

Модул 11: Клучни прашања за анализа и за проценка на медиумските содржини

Модул 12: Дезинформации и манипулации во медиумите

Т е м а

Да се биде медиумски писмен во дигиталното време

Присуството на медиумите во секоја сфера од нашиот живот е огромно. Речиси и да не поминуваме дел од денот без да сме во контакт со некаков медиум. Дали гледаме телевизија, слушаеме радио во автобус додека одиме на работа, читаме информации на интернет-порталите или гледаме слики на социјалните мрежи, ние веќе имаме чувство, како што вели професорот Марк Дуз, дека живееме во медиумите, а не со медиумите. Таа фузија на медиумите и на секојдневниот живот ја нарекуваме медијатизација (mediatization). За да разбереме која е улогата на медиумите денес, да ги разбереме пораките, вредностите и идеологиите што медиумите ги испраќаат и ги шират, треба да ги развиваме нашите критички и аналитички вештини, односно медиумски да се описменуваме.

Медиумската писменост можеме да ја сфатиме како очила што ќе ни помогнат појасно и почисто да ги гледаме медиумските содржини и светот околу нас.

Медиумската писменост е способноста да се пристапи, да се анализира, да се проценува и да се создава медиумска содржина во најразлична форма и, на крај, да се дејствува и да се користи таа содржина¹⁵.

Развивањето вештини и стекнувањето знаења и навики што ќе ни помогнат подобро да пристапуваме до медиумските содржини, да ги анализираме и да ја оцениме нивната точност и релевантност, ни се неопходни за да целосно партиципираме во денешниот свет на соодветен начин.

За да бидеме медиумски писмени, најважно од сè е да го развиваме критичкото размислување, како предуслов во носењето правилни одлуки во сите сфери на живеење.

15 Дефиниција на американската Национална асоцијација за медиумска писменост, <https://name.net/publications/media-literacy-definitions/>

Критичкото мислење и поставувањето вистински прашања, како и аналитичкиот пристап кон медиумските содржини, се главен предуслов за да се биде самостоен, односно да размислуваме самите за работите што нè опкружуваат, без да зависиме од мислењата и од интерпретациите на другите. Со други зборови, медиумската писменост нема да ни даде одговор кои медиуми да ги гледаме, читаме и слушаме, или да ни каже што е вистина, а што не, туку ќе ни понуди знаења и вештини, тие работи да можеме да ги процениме самите.

Модул 11:

Клучни прашања за анализа и за процена на медиумските содржини

Ќе научиме:



Како да ги анализираме медиумските пораки, поставувајќи пет клучни прашања



Да разликуваме дезинформации, мисинформации и малинформации



Зошто „се лизнуваме“ на лажни содржини

Потребни ресурси



Проектор или смарт-табла

Подготовка на наставникот



Да ги подготви видеата за првиот час

Реализација:



2 училишни часа



Час 1

Неколкупати досега повторивме дека прашувањето е многу важен дел од секој процес. Правењето вест претпочита поставување и давање одговор на шесте прашања, додека интервјутото се заснова на поставување на вистинските прашања.

Прашувањето е најдиректната и најмоќната форма на учење, која луѓето ја користат за да ги разберат работите околу себе. Прашањата нè водат низ целиот процес на учење, а тоа значи дека кога прашуваме, ние ја активираме интелектуалната љубопитност и имаме контрола врз тоа што го учиме.

Медиумската писменост е процес на учење што неизбежно го вклучува процесот на прашување и истражување.

Една од главните вештини на кои нè учи медиумската писменост е анализа на медиумските содржини што секојдневно ги консумираме. За да ги анализираме или да ги деконструираме медиумските пораки, ги користиме следниве пет клучни прашања:

1

Кој е авторот на медиумската содржина и што е нејзината цел?

Кога следиме некаква медиумска содржина, важно е да знаеме кој ја создал и со каква намера. Дали е тоа реклама, забавна содржина или информативна порака? Дали е филм што е создаден да забавува или има некаква скриена порака?

Некогаш намерите на испраќачот на пораката се јасни и искрени, но не е секогаш така. Колку пати додека гледаме некој филм, ќе забележиме скриено рекламирање некои производи, или пак, нешто што би требало да биде новинарска информација, всушност е промоција на некоја компанија.

Затоа, секогаш најпрво треба да се фокусираме на тоа кој е вистинскиот креатор или нарачател на медиумската порака и со која цел е таа создадена. Дали за да забавува, да информира или да нè убеди во нешто? Ако сфатиме кој е креаторот и ја дознаеме причината зошто е пораката создадена, ќе ни биде многу полесно да го разбереме и нејзиниот ефект.

„Сите медиуми се обидуваат да ни продадат нешто. Ако не производ, тогаш некаква идеја; ако тоа не е идеја, тогаш ни продаваат извесни вредности; ако не се вредности, тогаш е концепт на живеењето“, вели Софија Кинтеро во книгата „Изгревање на месечината: Моќта на жените што водат со срце“¹⁶.

2

Кои техники се употребени за да го привлечат и да го задржат нашето внимание

Медиумите се служат со различни стратегии за да го привлечат нашето внимание и да нè заинтересираат за пораката што ја пренесуваат. Тоа е особено видливо во маркетинг индустријата, каде што рекламните агенции употребуваат најразлични техники за да ни го привлечат или да ни го задржат вниманието.

Техниките зависат од целната публика и од тоа ќе зависи дали во рекламата ќе видиме спортски ѕвезди, слатки кученца или убави јадења.

Дали сте забележале дека рекламите се погласни од другата телевизиска содржина?



Ова е Рене Хобс, мајка на медиумската писменост. Како истражувач, професорка, активистка и медиумски професионалец, Хобс се посветува на вклучување и унапредување на медиумската и на дигиталната писменост во образованието.

Таа е основачка и директорка на Медиумската едукативна лабораторија (Media Education Lab) и професорка на Универзитетот во Род Ајланд (University of Rhode Island).

Исто така, и во информативните емисии и прилози среќаваме различни техники за привлекување на вниманието, начинот на презентирање на информациите, текстот, монтажата, фотографијата, сите тие имаат мошне важна улога во процесот.

16 Види: https://books.google.mk/books/about/Moonrise.html?id=NIL4qaov9_cC&redir_esc=y

Некогаш техниките со кои се служат луѓето што ги создаваат и ги пренесуваат медиумските содржини, не се воопшто етички. Некогаш тие техники содржат манипулација, делумни вистини или невистини, наслови што манипулираат со нашите емоции или наслови што нè уверуваат дека мора да кликнеме и да ја прочитаеме веста: „Шокантно!“, „Ексклузивно“, „Нема да ви се верува!!!“ Се разбира дека нема да ни се верува дека сме испаднале толку наивни и сме кликнале на ваквата јадица за повеќе кликови (Clickbait).

3

Кои гледишта и вредности се претставени преку пораката?

Сите медиуми пренесуваат извесни суптилни пораки за тоа што е важно или кој е важен. Пораките ги содржат и ставовите, размислувањата и вредностите на оние што ги создаваат.

Па дури и вестите содржат вградени идеи и вредности, во изборот на она што е важно, во изборот на темите, кои вести ќе одат први, во изборот на фокусот, изборот на фотографиите итн.

Ние треба да развиваме вештини што ќе ни помогнат да ги препознаваме вредностите и гледиштата вткаени во вестите, во забавната програма, на социјалните мрежи, во колумните итн. особено кога тие се скриени и не се лесни за препознавање. На тој начин ќе можеме да донесуваме правилни и аргументирани одлуки за нашите ставови, гледишта и вредности.

4

Како луѓето некогаш различно ги толкуваат истите пораки?

Мошне често луѓето ги интерпретираат медиумските пораки на различен начин или некои ќе разберат и ќе видат нешто што другите не го гледаат. За некои пораката нема да предизвика никаков интерес, а за некои ќе биде важна.

Разбирањето на пораките ќе зависи од нашите познавања од различни области, од нашите искуства и од контекстот. Наставниците, на пример, имаат поголемо животно искуство од учениците и некогаш ги разбираат пораките поинаку и подлабоко, затоа што во декодирањето на медиумската порака може да употребат работи што ги научиле или ги виделе во животот.

Дискусија



Замолете ги учениците да гледаат некоја серија заедно со нивните баби и дедовци. Потоа, нека зборуваат со нив за серијата, што им се допаднало, а што не.



Ќе забележат дека некои работи кои за учениците биле речиси неважни, за нивните баби и дедовци биле можеби најважниот дел од серијата и обратно.

5

Што е испуштено?

Пораките не содржат сè. Многу често, намерно или ненамерно, пораките испуштаат важни делови што може да влијаат врз тоа како ќе ја разбереме пораката. Рекламите за газирани пијалаци секогаш се фокусираат врз освежувачкиот елемент на пијалакот, но никогаш врз составот. Од друга страна, соковите што содржат вистинско овошје во нив, не пропуштаат да кажат дека се 100 проценти природни. Тоа е така затоа што тој што ја создава пораката, ја има привилегијата да одлучи што ќе вклучи, а што ќе изостави од пораката.

Работите се комплицираат кога почнуваме да зборуваме за вестите и за информативните емисии. Се разбира дека во прилог од две минути не можеме да ставиме сè што се случило на некој настан. Но, дали ќе бидеме професионални и ќе ги прикажеме сите страни на приказната и нема да ги исклучиме деталите што се важни за да разбере публиката што навистина се случило, ќе зависи од нас.

АКТИВНОСТ 1

Сите заедно изгледајте едно од понудените две видеа, а потоа обидете се низ дискусија да одговорите на следниве прашања:



Видео 1: Реклама за маркет "Едека"



Видео 2: Замисленото другарче Иги

1

Кој е авторот и што е целта на ова видео?

Во некои случаи одговорот е едноставен, но не секогаш. Има случаи кога тешко можеме да препознаеме дали станува збор за новинарска вест или за коментар, можеби скриена реклама или пропаганда.

2

Кои техники се употребени за да го привлечат и да го задржат нашето внимание?

Внимателно гледајте. Анализирајте ја монтажата, визуелните ефекти, дали е употребен хумор, специфична музичка подлога и слично.

3

Кои гледишта и вредности се претставени преку пораката?

Не е секогаш лесно да се одговори на ова прашање, а понекогаш е потребно подолга и подлабока дискусија. Но, размислете за вашите животни гледишта, кои работи ви се важни и дали ова видео се поклопува со нив.

4

Како луѓето некогаш различно ги толкуваат истите пораки?

Поразговарајте меѓу себе и ќе видите дека некои од вас забележале детали што другите не ги забележале. Некои пораката ќе ја разберат на еден начин, додека другите на сосема поинаков. Тоа е добро. Плурализмот на мислења и идеи е клучен за секое здраво, демократско општество.

5

Што е пропуштено?

Што мислите дека оваа порака би морало да содржи, но едноставно таа информација ја нема?



Час 2

Научивме да ги анализираме медиумските содржини, но сега да видиме дали можеме да направиме добра процена за да одредиме дали некоја информација е вистинита, делумно вистинита или целосно измислена, но и дали е професионално направена новинарска вест или е манипулација, дали е објективна или пристрасна, балансирана, неутрална итн.

Во третиот дел на овој прирачник зборувавме за тоа зошто е важно да се биде професионален. Рековме дека секој новинар или новинарка најпрвин треба да се стреми кон **вистината**, дури и тогаш кога вистината не е тоа што тој или таа верува дека е. Треба да се стреми да ги презентира фактите **точно, непристрасно** и да понуди **баланс** на различни гледишта и аргументи.

Сега ќе ги гледаме работите од поинаков агол, не како новинари и создавачи на информациите, туку како публика. Сепак, од каков агол и да ги набљудуваме работите, вистинитоста ќе биде еден од најважните критериуми.

Вистинитост, или дали информацијата содржи факти и детали што можат да се проверат преку алтернативни или примарни извори.

Без разлика дали сте професионален новинар или обичен граѓанин што само пишува на Фејсбук, намерното и свесно објавување лажни информации е секогаш погрешно. Сепак, да се препознае намерната лага не е толку едноставно како што можеби изгледа. Американската професорка Кери Галагер разликува неколку нивоа на лажни информации:

▶	Бесрамни лаги: Некој намерно шири лаги;
▶	Делумни лаги: Некој користи еден факт за да постави неразумна претпоставка. Иако тој дел од информацијата е факт, сè друго не е;
▶	Намерно изоставане релевантна информација: На тој што ја објавува информацијата му е познат извесен факт, но не го објавува затоа што не ѝ оди во прилог на теоријата што ја застапува.

Важно е да правиме разлика помеѓу лаги и грешки. Затоа разликуваме:

▶	Погрешни информации (мисинформации): Неточни информации или информации што настанале како резултат на ненамерна грешка или незнаење.
▶	Дезинформации: Информации што се лажни и се намерно создадени и проширени преку автоматизирана технологија за да ја доведат во заблуда јавноста во однос на одредена личност, социјална група, организација или земја.

Штетни информации (малинформации):

Вистинити, но злонамерни информации што се споделуваат за да предизвикаат штета, често со пренесување на информациите што треба да останат приватни, односно информации што се префрлени од приватната во јавната сфера со намера да се наштети некому.

Понекогаш, иако вистинити, информациите не се воопшто **релевантни**, односно не се тоа што нам ни треба или тоа што го пребаруваме на интернет. Доколку барате рецепт за палачинки, а добиете реклама за патики, не зборуваме за информација што нам ни е потребна или релевантна.

Но, како се „лизнуваме“ на лаги? Дури и кога сме свесни за постоењето многу дезинформации и можноста да бидеме изманипулирани, сите ние понекогаш стануваме жртви на тие манипулации, зошто? Има повеќе причини, како на пример репетитивноста и постојаното повторување на неточните информации, или дека нешто ни е познато и некаде претходно сме го виделе итн. Сепак, најважни причини се нашите емоции и пристрасности:

Емоции

Медиумските содржини предизвикаат одредени чувства кај нас. Често, по читањето или по гледањето некоја вест или информација, може да бидеме изненадени, лути, збунети или тажни. Тоа го видовме и кога ги анализиравме видеата на претходниот час.

Ако одвоиме една минута за да ја идентификуваме нашата емоционална реакција и подзастанеме (да ја погледнеме од дистанца), тоа ќе ни помогне подобро да ги разбереме содржините што ги гледаме и да не наседнеме на содржини што може да не се точни.

Ова начело го нарекуваме „Именувај го за да го скротиш“ (енг. „Name it to tame it“).

Ако подзастанеме, ја „скротиме“ реакцијата и размислиме за тоа што сме го прочитале или виделе, има повеќе шанси да не наседнеме на манипулацијата во првиот момент.

Пристрасност

Сите ние имаме различни пристрасности. Кон нашата земја, нашиот омилен клуб, народот од кој сме дел, политичката партија, училиштето во кое сме учеле и сл. Многу често, заслепени од нашата пристрасност, воопшто не се сомневаме во информациите што се поврзани со луѓето или со групите кон кои имаме пристрасност. Се разбира дека фудбалскиот клуб за кој навиваме е најдобар и секој пенал досуден против него е голема неправда.

За жал, и алгоритмите на социјалните мрежи, функционираат на начин на кој нè групираат според нашите пристрасности, односно ретко ни нудат содржини со кои не се согласуваме и обично околу нас се оние со чии ставови се согласуваме и кои се дел од нашата ехо комора.

Треба да излеземе од нашите меури, да почнеме да ги читаме и да ги гледаме и оние со кои не се согласуваме секогаш. Да ги слушнеме аргументите и на другите и да видиме зошто мислат онака како што мислат.

Активност 1

Поделете ги учениците во парови. Секој пар треба да побара на агрегаторот за вести *Time.mk* неколку различни информации/вести што се направени на начин да предизвикаат различни чувства кај луѓето.

Потоа, учениците нека ги групираат вестите според типот на емоција и нека им ги презентираат на другите.

Модул 12:

Дезинформации и манипулации во медиумите

Ќе научиме:



Како да ја провериме вистинитоста и релевантноста на медиумските текстови



Неколку техники на препознавање манипулирани видеа и фотографии

Потребни ресурси



Интернет



Проектор или смарт-табла

Подготовка на наставникот



Да ги отпечати текстовите за активноста на првиот час

Реализација:



2 училишни часа



Час 1

На претходниот час зборувавме за дезинформациите, мисинформациите и малинформациите, на кој начин ја правиме процената на информациските содржини и од што зависи дали ќе наследнеме на дезинформациите или не. Еден дел од медиумската писменост се занимава и со проверка на информациите, но и со создавање отпорност на манипулативни содржини. Како го правиме тоа?

Има најразлични начини, но сите се фокусираат на нашата подготвеност и одвојување малку време да провериме некои клучни детали за да бидеме посигурни дали е нешто вистинито или не.

Се разбира дека немаме толку време да проверуваме се, но сепак, треба барем да ги провериме оние работи што ни се навистина важни, пред да ги земеме здраво за готово и пред да ги споделиме на социјалните мрежи.

Еве неколку совети како да ги проверуваме информациите:

1

Проверете го медиумот

Отидете на главната страница и проверете дали медиумот има импресум, проверете ги другите текстови што ги објавил тој медиум. Проценете ја неговата веродостојност и колку може да му се верува.

2

Проценете дали е насловот неутрален

Многу често насловите се обидуваат да манипулираат со нашите емоции. Наслови во кои се обвинува за предавство, се фали за патриотизам, се навредува некој и сл., сугерираат непрофесионално новинарство. Се разбира, тука ќе ги спомнеме и нечесните техники кога насловот нè убедува дека ако ја отвориме веста, ќе најдеме нешто ексклузивно, неверојатно, шокантно, или т.н. мамки за кликови (clickbait) наслови. Таквите наслови, како и оние со големи букви, енормни фонтови, безброј прашалници и извичници на крајот, секогаш се причина за аларм.

3

Видете кој е автор

Доколку авторот не ви е познат, на Гугл пребарајте што пишувал тој автор претходно. Видете дали е професионален новинар, блогер или само граѓанин што искажува сопствено мислење. За жал, на многу портали во Македонија ретко ќе го најдеме името на авторот. Тоа е сигнал дека треба да му пристапиме на текстот со внимателност.

4

Проверете ги изворите

Ако прочитаме дека научниците тврдат дека белиот шеќер не е штетен за организмот, мора да се прашаеме: Кои научници? Од која институција, од кој универзитет? Каде е таа студија што го тврди тоа? Посочувајќи само „некои научници“, без да се прецизира кои, не е најдобриот начин да се презентираат изворите. Исто како и со фразите: „извори блиски до владата“ или „од проверени извори“, станува збор за недоволно кредибилни извори.

5

Споредете што напишале другите за тоа

Ако некоја тема ви е важна, не потпирајте се само врз еден медиум. Проверете што напишале другите за истата тема и споредете, па потоа самите донесете мислење.

АКТИВНОСТ 1

Поделете ги учениците во 3 работни групи. На секоја група поделете ѝ по еден текст од **Работниот лист 1**. Врз база на петте совети што ги споменавме во оваа лекција, учениците треба да заклучат за вистинитоста на текстот, но и за почитување на професионалните стандарди.

Пример 1:	Обид за атентат врз претседателот на САД Доналд Трамп
Пример 2:	На пожарникарите од Австрија им е украдена моторна пила, пумпа и алат!?
Пример 3:	Сингапур стана првата земја во светот што изврши обдукција на тело со КОВИД-19.

РАБОТЕН ЛИСТ 1

(Модул 12: Дезинформации и манипулации во медиумите)



Час 1

Пример 1

Обид за атентат врз претседателот на САД Доналд Трамп

Брифингот за новинари во врска со коронавирусот што претседателот на САД Доналд Трамп го одржуваше во Белата куќа во 12.00 часот напладне по локално време, беше прекинат откако во кругот на Белата куќа се слушнаа истрели од огнено оружје.

Претседателот на САД беше веднаш ескортиран надвор од прес-салата во Белата куќа во Овалната канцеларија. Во рамките од 15-ина минути, тајната служба што е задолжена за безбедноста на претседателот на САД, отворила оган на напаѓачот, кој во моментот е на пат кон болница.

<https://infomax.mk/wp/?p=396173>

Пример 2

На пожарникарите од Австрија им се украдени моторна пила, пумпа и алат!?

На социјалните мрежи денеска масовно се шири информацијата дека на пожарникарите од Австрија, кои дојдоа да помогнат за пожарите во Македонија, им се украдени моторна пила, пумпа и други помошни алати.

Ова се дел од коментарите на Фејсбук:

„На пожарникарите од Австрија, кои зедао годишен одмор за да ни ги гаснат пожарите, им украде моторна пила, пумпа и алат. Совесть малку???

(Доколку ЦУК не е во можност да ги обесштети, дајте опција да донираме, не сакаме некои бедни ликови да ни се олицетворение на државата)"

<https://direktno.mk/na-pozharnikarite-od-avstrija-im-e-ukradena-motorna-pila-pumpa-ialat/>

Пример 3

Сингапур стана првата земја во светот што изврши обдукција на тело со КОВИД-19.

По темелно истражување, откриено е дека КОВИД-19 не постои како вирус, туку како бактерија што била изложена на зрачење и предизвикува човечка смрт со згрутчување на крвта. Откриено е дека болеста КОВИД-19 предизвикува згрутчување на крвта, што предизвикува згрутчување на крвта во вените, што го отежнува дишењето на лицето. Бидејќи мозокот, срцето и белите дробови не можат да добијат кислород, луѓето умираат брзо. За да ја откријат причината за недостигот на респираторна моќ, лекарите во Сингапур не го послушале протоколот СЗО и извршиле обдукција на КОВИД-19. Откако лекарите ги отвориле и внимателно ги прегледале рачете, нозете и другите делови на телото, забележале дека крвните садови се шират и се полнат со згрутчување на крвта, што го попречува протокот на крв, а исто така го намалува протокот на кислород во телото, предизвикувајќи смрт на пациентот.

Откако дозна за оваа студија, сингапурското Министерство за здравство веднаш го смени протоколот за лекување на КОВИД-19 и им даде аспирин на своите позитивни пациенти. Почнаа да им даваат на пациентите 100 mg аспирин и Imromac. Како резултат на тоа, пациентите почнаа да закрепнуваат и нивното здравје почна да се подобрува. Сингапурското Министерство за здравство евакуираше повеќе од 14.000 пациенти за еден ден и ги испрати дома. По периодот на научно откритие, лекарите во Сингапур го објаснија методот на лекување велејќи дека болеста е глобална измама, „Тоа не е ништо друго освен интраваскуларна коагулација“ (згрутчување на крвта). Метод на лекување: таблети со антибиотици антивоспалително и земајте антикоагуланси (аспирин). Ова покажува дека болеста може да се излекува. Според други научници од Сингапур, респиратори и единица за интензивна нега (ИЦУ) никогаш не биле потребни.

Протоколи за оваа цел веќе се објавени во Сингапур. Кина веќе го знае ова, но никогаш не ги објави своите извештаи. Споделете ги овие информации со вашето

семејство, соседи, познајници, пријатели и колеги за да се ослободат од стравот од КОВИД-19 и да разберат дека ова не е вирус, туку бактерија што била само изложена на зрачење. Само луѓе со многу низок имунитет треба да бидат внимателни. Ова зрачење, исто така, предизвикува воспаление и хипоксија. Пациентите треба да земаат асприн-100 мг и аспирин или парацетамол 650 мг.

Извор: Министерство за здравство на Сингапур.

(Извор: <http://intvaustralia.com/2021/09/24/>)



Час 2

Да го убедите некој што формирал мислење врз основа на лажни визуелни информации е една од најтешките задачи во справувањето со дезинформациите. Обично велиме: „Ќе верувам само ако го видам со свои очи“.

Визуелните информации се многу победливи од другите форми на комуникација, што ги прави многу помоќни средства за дезинформирање.

Напредокот во дигиталната технологија во голема мера придонесе за зголемување на фотографските фалсификати и на манипулираните визуализации.

Некои неодамнешни случки покажуваат дека луѓето не се многу добри во идентификување манипулирани слики. Во 2015 година, најпрестижното глобално фоторепортерско натпреварување *Ворлд прес фото (World Press Photo)* го засени голем скандал, откако жирито одлучи да дисквалификува 22 пријавени, вклучувајќи го и добитникот на наградата. Причината за ова беше манипулација со фотографиите. Холандската организација одлучи да издаде нов етички кодекс, но и нови правила за евалуација на пријавените, вклучително и компјутеризиран тест за проверка на фотографии за оние што ќе стигнат до последната фаза. Тоа значеше дека ни најдобрите професионалци во областа, не се секогаш сигурни дали фотографиите се вистински или манипулирани.

За жал, не постои волшебна стапче што ќе ни помогне да ги пронајдеме сите лажни или манипулирани фотографии и видеа. Сепак, има неколку алатки со кои може да се послужиме при проверката.

Веб-страниците за проверка на факти, како, на пример американската страница *Snopes* (www.snopes.com), се мошне корисни во овој процес на проверка, односно тие ја прават проверката за нас. За жал, тие не може да ги проверат сите информации до кои ќе дојдеме на интернет, така што голем дел од работата останува на нас.



Обратното пребарување слики е можеби наједноставната, но најефектната техника за проверка на визуелни дезинформации.



Десен клик на сликата. (На телефон, допрете ја сликата за да ја отворите како приказ на цел екран.)



Кликнете на „Пребарај слика на Гугл“ (Search Google for image). На мобилен, притиснете со прстот на екранот, задржете и изберете „Побарај ја оваа слика на Гугл“ (Search Google for this image).



Лизгајте надолу до местото каде што пишува „Страници што содржат слики што се совпаѓаат“ (Pages that include matching images).



Побарајте го најраниот прикажан датум (внимавајте, резултатите нема да бидат по тој редослед).



Обратното пребарување слики можете да го направите и преку други пребарувачи, како на пример Тинај (**TinEye**: <https://tineye.com/>), Јандекс (**Yandex**: <https://yandex.com/>) и сл.



Фотофорензика (Foto Forensics: <https://fotoforensics.com/>)

Станува збор за корисна алатка за фотофорензика, која може да открие елементи врз основа на неколку различни методи за преправка на фотографии. Тука може да ги проверите метаподатоците за прикачената фотографија, на пример на кое место е направена и со каква камера е снимена. Покажете им на учениците што нуди оваа алатка така што ќе анализирате некоја фотографија од интернет.





Инвидео (InVid) – е апликација со која ќе можете да ги проверувате видеата и да ги поделите по кадри. Видеата може да ги закачувате директно со линк од Јутјуб или од вашиот компјутер. Има доста корисни функции, иако, за жал, целата верзија се плаќа.



АКТИВНОСТ 1

Поделете ги учениците во парови. На табла напишете го овој линк: goo.gl/1uJXZg

Кога ќе го отворат линкот, учениците ќе треба да решат квиз со неколку визуелни предизвици. Во нивната проверка треба да ги користат техниките и алатките за кои зборувавме денеска.

Потоа, секоја група треба да презентира до какви заклучоци дошла.

РАБОТЕН ЛИСТ 2

(Модул 12: Дезинформации и манипулации во медиумите)



Час 2

Корисни линкови

TinEye: <https://tineye.com/>

RevEye - Reverse Image Search: Google Chrome Extension

Google Image Search: <https://images.google.com/>

Google Lens (Android mobile phone): <https://lens.google/>

Yandex: <https://yandex.com/>

Foto Forensics: <https://fotoforensics.com/>

Forensically: <https://29a.ch/photo-forensics/#forensic-magnifier>

